



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL - SECOM

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 014/2025 – SECOM/MA**  
**PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 00008/2025**

**EDITAL - SIGA**

<b>DADOS DA LICITAÇÃO</b>	
<b>ÓRGÃO LICITANTE:</b> Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM.	
<b>OBJETO:</b> contratação de serviços de publicidade institucional prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, conforme Briefing ( <b>Anexo I</b> ), cujo objeto inclui a concepção e elaboração de peças publicitárias – criação e produção de conteúdos impressos e audiovisuais especializadas nos métodos, na arte e nas técnicas publicitárias, estudo, concepção, execução e distribuição de propaganda aos veículos de comunicação – definidas com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO. Contempla ainda: o estudo, a concepção, a execução interna, a supervisão da execução externa (produção) e a distribuição de campanhas e peças publicitárias que envolvam ou não veiculação; a elaboração de marcas e expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual que se fizerem necessários dentro do processo de criação de campanhas e peças.	
<b>DATA E INÍCIO DA SESSÃO PRESENCIAL:</b> 19/12/2025, às 09:00h. (horário de Brasília)	
<b>Sistema Eletrônico Utilizado:</b> <a href="http://www.compras.ma.gov.br">www.compras.ma.gov.br</a> <b>Endereço Eletrônico:</b> <a href="http://www.compras.ma.gov.br">www.compras.ma.gov.br</a> <b>Endereço para retirada do Edital:</b> <a href="http://www.compras.gov.ma.br">www.compras.gov.ma.br</a> ou <a href="https://secom.ma.gov.br/pregoes">https://secom.ma.gov.br/pregoes</a>	
<b>VALOR TOTAL ESTIMADO</b>	Valor Total: R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais).
<b>NATUREZA DO OBJETO:</b>	<b>SERVIÇOS DE PUBLICIDADE</b>
<b>PARTICIPAÇÃO – MEI / ME / EPP</b>	Llicitação Exclusiva para MEI / ME / EPP – Art. 48, I da Lei Complementar nº 123/06; ( <b>NÃO</b> ) Llicitação com itens/grupos cotas de até 25% reservadas para MEI / ME / EPP – Art. 48, III da Lei Complementar nº 123/06; ( <b>NÃO</b> ) ✓ Llicitação de Ampla Participação;
<b>PRAZO PARA ENVIO DAS PROPOSTAS ADEQUADAS/DOCUMENTAÇÃO:</b> até 02 (duas) horas	
<b>CRITÉRIO DE ADJUDICAÇÃO</b>	✓ <b>GLOBAL</b> <b>POR ITEM (NÃO)</b> <b>POR GRUPO, para o(s) grupos: LOTE e ITEM, observadas as condições definidas neste Edital e anexos. (NÃO)</b>



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

MODO DE DISPUTA	MELHOR TÉCNICA E PREÇO
<b>INFORMAÇÕES</b>	
Pregoeiro(a): <b>Diego Neves Pereira</b>	e-mail: <b>csl.secom.ma@gmail.com</b>
<b>Ato de Designação do(a) Agente de Contratação/Pregoeiro(a):</b> Portaria de nº 44/2024, publicada no Diário Oficial deste Estado em 4 de março de 2024.	
<b>Autoridade Competente/Homologadora:</b> Secretário de Estado da Comunicação Social	
<b>Endereço:</b> Edifício, Cesário, nº 29, Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário) São Luís/MA <b>CEP:</b> 65.010-655, na cidade de São Luís/MA.	



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

**EDITAL**

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 014/2025-SECOM**  
**PROCESSO nº 00008/2025-SECOM**

**TIPO:** Melhor Técnica e Preço

**ÓRGÃO INTERESSADO:** Secretaria de Estado da Comunicação Social.

**DATA DE RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES:** 19/12/2025 às 09:00h

A COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO, atrelada a Secretaria de Estado da Comunicação Social (SECOM), faz público, para conhecimento dos interessados, que realizará e julgará a licitação acima indicada e receberá os envelopes de PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇOS e HABILITAÇÃO, nos termos da Lei 14.133 de 01 de abril de 2021, no endereço, Av. Jerônimo de Albuquerque, Edifício Clodomir Milet, s/nº, Calhau - São Luís/MA. CEP:, 65074-220, 4º andar, auditório da SALIC.

**1. OBJETO**

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

1.1.1. Deverão ser apresentadas, além das tradicionais, inovadoras estratégicas de comunicação.

1.1.2. Deve ser apresentado um plano de comunicação que atenda aos públicos internos e externos. Além de apresentar um sistema de controle de veiculação das mensagens publicitárias para aferição de resultados em todo o estado e fora dele.

1.1.3. Os planejamentos irão compor a avaliação técnica da presente licitação, onde as concorrentes deverão apresentar:

- Diagnóstico da situação;
  - Estratégia de Comunicação (novas ações e manutenção)
-



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

a) Planejamento, Criação, Produção interna e intermediação de veiculação de campanhas publicitárias de comunicação social para divulgação das ações e políticas públicas do Governo do Estado do Maranhão, orientadas pelo approach ***“Maranhão: Terra de Encantos, Riquezas e Oportunidades”***.

b) As campanhas que a Secretaria de Estado da Comunicação Social vai produzir e veicular no período desta gestão devem estar em plena sintonia com os instrumentos legais, diretrizes estratégicas e políticas públicas do Governo do Estado do Maranhão.

1.2 Para a prestação dos serviços, serão contratadas até 03 (três) agências de propaganda, que serão classificadas de acordo com os critérios deste edital e atuarão de forma não excludente, sendo a demanda distribuída entre elas a critério da SECOM.

1.2.1 Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 14.133/2021

1.2.2 As agências atuarão por ordem e conta da anunciante, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.1.1**, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3 A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no **item 1**.

1.3 O valor para a prestação dos serviços de publicidade está estimado em **R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais)**, podendo ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração.

## **2. PRAZO DE EXECUÇÃO**

2.1. O prazo para a prestação dos serviços será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a juízo da Secretaria de Estado da Comunicação Social, mediante Termo Aditivo acordado entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, respeitado os limites estabelecidos no art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

## **3. FONTE DE RECURSOS**

3.1. As despesas decorrentes da contratação correrão à conta dos recursos:

Ação: 2177 - Divulgação das Ações Governamentais

Subaçao: 001093 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

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

#### **4. RETIRADA DO EDITAL INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**

4.1. Junto à comissão de contratação da Secretaria de Comunicação Social do Estado do Maranhão ou por meio virtual no site [www.compras.ma.gov.br](http://www.compras.ma.gov.br) na aba “licitações” ou no site da SECOM, [www.secom.ma.gov.br](http://www.secom.ma.gov.br) na aba “licitações”.

4.2 Pedidos de esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 03 (três) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas;

4.3 Os pedidos de esclarecimento ou impugnação devem ser feitos exclusivamente mediante solicitação por escrito, protocolado no campo específico do sistema eletrônico (Esclarecimento/Impugnação), disponível no site [www.compras.ma.gov.br](http://www.compras.ma.gov.br) na aba “licitações”.

4.3.1 Não serão levadas em consideração pela Comissão quaisquer consultas pedidas ou reclamações relativas ao Edital que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas.

4.3.2. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (**Invólucro nº 1**).

4.4. Em hipótese alguma serão aceitos entendimentos verbais entre as partes, como também pedidos de informações ou esclarecimentos formulados por outra via que não sejam as especificadas neste instrumento.

4.5. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos e comunicados a todas as demais empresas que tenham adquirido o presente Edital.

#### **5. DOCUMENTOS INTEGRANTES DESTE EDITAL**

5.1. Integram o presente Edital, como partes indissociáveis, os seguintes anexos:

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- a) Anexo I - Briefing e Campanha;
- b) Anexo II - Termo de Referência
- c) Anexo III - Modelo de Carta Credencial;
- d) Anexo IV - Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo da Habilitação;
- e) Anexo V - Declaração de que não emprega menor;
- f) Anexo VI - Minuta do Contrato;
- g) Anexo VII - Planilha de Preço Sujeito a Valoração

## **6. DA PARTICIPAÇÃO**

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

6.2 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 o Governo do Estado do Maranhão.
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;
- d) estrangeira que não funcione no País;
- e) que estiver reunida em consórcio;
- f) Pessoas naturais;
- g) Empresas apresentadas na qualidade de subcontratadas;
- h) Empresas que tenham sócio-gerente, diretor ou responsável que seja servidor ou dirigente de órgão ou entidade da Administração Pública Estadual

6.3 Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

6.4 A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado previsto no **subitem 9.1** deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; 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.

6.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Secretaria de Estado da Comunicação Social não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

## **7. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES**

7.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

7.1.1 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, ateste sua autenticidade.

7.1.2 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de Carta Credencial, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo III**. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

7.2 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.

7.3 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.

7.4 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, na data, hora e local indicados no **subitem 4.1** deste Edital.

## **8. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL**

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

8.1 Qualquer cidadão poderá impugnar o presente Edital, por irregularidades na aplicação da Lei, devendo protocolar o pedido até **03 (três) dias úteis** antes da data fixada para o recebimento das Propostas de Técnica e Preços, nos termos do **subitem 4.1**, o qual deverá ser julgado e respondido em até **03 (três) dias úteis**, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 164, Parágrafo único da Lei nº 14.133/2021.

8.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **03 (três) dias úteis** antes da data do recebimento das Propostas, mediante solicitação por escrito e protocolada nos termos do **subitem 4.1**.

8.2.1 Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação e no **subitem 4.1**.

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

## **9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

9.1 **A ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA:** A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

**Invólucro nº 1**

9.2. No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os **subitens 3.2 e 3.3**.

9.2.3. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão de Contratação.

9.2.4. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da Comissão de Contratação.

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

9.2.6. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

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

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**Invólucro nº 2**



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

9.3 No **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o **subitem 3.4**.

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

**Invólucro nº 2**

**COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO**

Endereço: Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário), nº 29, Edifício Cesário, em São Luís, Maranhão. O CEP é 65010-655.

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 014/2025

9.3.2. 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.

**Invólucro nº 3**

9.4. 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 a 11.10**.

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

**Invólucro nº 3**

**COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO**

Endereço: Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário), nº 29, Edifício Cesário, em São Luís, Maranhão. O CEP é 65010-655.

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 014/2025

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

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

**10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS**

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

10.1 A **Proposta de Preços** deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada no Invólucro nº 4.

**Invólucro nº 4**

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

**Invólucro nº 4**

**COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO**

Endereço: Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário), nº 29, Edifício Cesário, em São Luís, Maranhão. O CEP é 65010-655.

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 014/2025

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

## **11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

<b>Quesitos:</b>	<b>Subquesitos:</b>
a) Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
b) Capacidade de Atendimento	
c) Repertório	
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

- ⦿ em papel A4, branco, orientação retrato;
- ⦿ com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- ⦿ sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- ⦿ com textos justificados;
- ⦿ com espaçamento ‘simples’ entre as linhas;
- ⦿ com texto e numeração de páginas em fonte ‘ARIAL’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’, observado o disposto nos **subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.3.1**;
- ⦿ com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- ⦿ em caderno único e com ESPIRAL PRETO colocado à esquerda;
- ⦿ capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;
- ⦿ sem nenhum tipo de identificação.

11.2.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte ‘arial’, estilo ‘normal’, cor ‘automático’, tamanho ‘10 pontos’;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 11.2.6**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.2.2 As especificações do **subitem 11.2** aplicam-se à indicação prevista no **subitem 11.3.3.3.2**.

11.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídias poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

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

11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos **subitens 12.2 e 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1**, todos deste Edital.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na **área ‘a’ do subitem 11.3.3** estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na **área ‘c’ do subitem 12.2, no subitem 11.2.4.1, na área ‘c’ do subitem 20.2.1 e no subitem 20.2.1.1**, todos deste.

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

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

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

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

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

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

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

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

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no **subitem 13.2.1.2**, com comentários sobre cada peça e ou material.

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

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

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

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a **alínea ‘b’ do subitem 11.3.3:**

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

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1) roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou ‘monstro’, para rádio e internet;

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

11.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas ‘fisicamente’, até o limite de que trata a **alínea ‘a’ do subitem 11.3.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

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

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

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

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

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

11.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou ‘monstros’ poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.4 Os ‘monstros’ de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no **subitem 11.2.4.1**.

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

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição, cujo valor estimado será de **R\$ 1.000.000,00**, em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinado à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

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

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

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

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

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

**11.3.4.3 Nessa simulação:**

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

**Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**Capacidade de Atendimento**

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

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

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

- a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Secretaria de Estado da Comunicação Social, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

### **Repertório**

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

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

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

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

11.8 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante no tocante ao objeto deste Edital, ou seja, Publicidade Institucional.

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

11.8.1.1 Para cada peça deverá ser apresentado ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo/exposição que a divulgou/exibiu/expos, as peças e ou material devem ter sido veiculados.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

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

11.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no **subitem 11.8.1**, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na **alínea ‘d’** do **subitem 13.3.1**.

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

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

### **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

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

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

11.10.1 As propostas de que trata o **subitem 11.10** devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2022.

11.10.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista neste Edital.

11.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Secretaria de Estado da Comunicação Social.

11.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

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

- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 11.9**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

## **12. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

**Invólucro nº 1**

12.1 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**.

12.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão de Contratação.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

12.1.2. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da Comissão de Contratação.

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

12.1.4. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

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

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**Invólucro nº 2**

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

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

**Invólucro nº 2**

**COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO**

Endereço: Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário), nº 29, Edifício Cesário, em São Luís, Maranhão. O CEP é 65010-655.

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 014/2025

12.3.2 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.

**Invólucro nº 3**

12.4. 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 a 11.10**.

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

**Invólucro nº 3**

**COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO**



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

Endereço: Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário), nº 29, Edifício Cesário, em São Luís, Maranhão. O CEP é 65010-655.

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante  
Concorrência Pública nº 014/2025

12.4.1 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.

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

### **13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

13.1 A Subcomissão Técnica prevista no **subitem 19** deste briefing analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste briefing e em seus anexos.

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

- **Plano de Comunicação Publicitária**
- **Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão:

- a) das funções e do papel do Governo do Estado do Maranhão, nos contextos sociais, político e econômico;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Governo do Estado do Maranhão com seus públicos;
- c) das características do Governo do Estado Maranhão e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo Governo do Estado do Maranhão.
- f) das necessidades de comunicação do Governo do Estado do Maranhão para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

- **Estratégia de Comunicação Publicitária**



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

**• Ideia Criativa**

- a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do Governo do Estado do Maranhão exclusivamente para a comunicação de Publicidade Institucional.
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades do Governo do Estado do Maranhão e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

**• Estratégia de Mídia e Não Mídia**

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

- **Capacidade de Atendimento**

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

- **Repertório**

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

- **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

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

### **13.3. PONTUAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**13.3.1.** A Proposta Técnica (PT) terá pontuação máxima de **60 (sessenta) pontos**, correspondendo a um peso de **70% (setenta por cento)** na avaliação final da licitante.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

**13.3.2.** A pontuação da Proposta Técnica será distribuída entre os seguintes quesitos e subquesitos, mantendo-se a proporcionalidade de relevância:

- a) **Plano de Comunicação Publicitária:** até **39 (trinta e nove) pontos**;
  - a.1) Raciocínio Básico: até 6 (seis) pontos;
  - a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: até 15 (quinze) pontos;
  - a.3) Ideia Criativa: até 12 (doze) pontos;
  - a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: até 6 (seis) pontos.
- b) **Capacidade de Atendimento:** até **9 (nove) pontos**;
- c) **Repertório:** até **6 (seis) pontos**;
- d) **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** até **6 (seis) pontos**.

#### **13.4. AVALIAÇÃO E NOTA TÉCNICA FINAL**

**13.4.1.** A pontuação de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética simples das notas atribuídas por cada membro da Subcomissão Técnica.

**13.4.2.** A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor nota for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou subquesito, conforme art. 6º, VII, da Lei nº 12.232/2010.

**13.4.3.** Persistindo a diferença após a reavaliação, os membros com as notas destoantes deverão registrar em ata as justificativas para a manutenção de suas pontuações.

**13.4.4.** A Nota da Proposta Técnica (NPT) de cada licitante será o somatório das pontuações obtidas em todos os quesitos, conforme item 13.3.2.

#### **13.5. DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**13.5.1.** Será desclassificada a Proposta Técnica da licitante que:

- a) Desatender a qualquer exigência deste Edital e de seus anexos que não possa ser sanada;
- b) Não alcançar a nota mínima de **42 (quarenta e dois) pontos** no total da Proposta Técnica;
- c) Obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ("Plano de Comunicação Publicitária", "Capacidade de Atendimento", "Repertório" ou "Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação").

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

**14.1.** A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos **subitens 14.2 e 14.3**;
- c) datada e assinada nos documentos referidos nos **subitens 14.2 e 14.3**, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

**14.2** A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme o modelo do **Anexo VII** e será composta pelos seguintes itens, que serão objeto de pontuação:

- a) **Percentual de Desconto sobre os Custos Internos (FENAPRO)**: Percentual de desconto que a licitante concederá sobre os valores da Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO).
- b) **Percentual de Honorários sobre Pesquisas**: Honorários incidentes sobre serviços de planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento.
- c) **Percentual de Honorários sobre Inovação**: Honorários incidentes sobre serviços de criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária.
- d) **Percentual de Honorários sobre Produção**: Honorários incidentes sobre serviços de produção e execução técnica de peças e materiais realizados por fornecedores terceirizados.

14.3. A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

- a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pelo Governo do Estado do Maranhão:
  - a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;
  - a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;
- b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo ao Governo do Estado do Maranhão as vantagens obtidas;
- c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na minuta de contrato.

14.4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

14.5. As propostas de preços deverão ser formuladas em estrita observância aos seguintes limites, sob pena de desclassificação:

- a) O Percentual de Desconto sobre os Custos Internos (quesito 'a' do item 15.1.2) não poderá ser superior a 80% (oitenta por cento).



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

b) Os Percentuais de Honorários (quesitos 'b', 'c' e 'd' do item 15.1.2) deverão ser apresentados com, no máximo, uma casa decimal e estarão limitados ao intervalo entre 0,8% (zero vírgula oito por cento) como mínimo e 10,0% (dez por cento) como máximo.

## **15. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS E DA CLASSIFICAÇÃO FINAL**

### **15.1. ANÁLISE INICIAL E VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS (PP)**

**15.1.1.** A Comissão de Contratação analisará as Propostas de Preços de todas as licitantes cujas Propostas Técnicas não foram desclassificadas.

**15.1.2.** A Nota da Proposta de Preço (NPP) será limitada ao máximo de **40 (quarenta) pontos** e será o somatório dos pontos obtidos nos quatro quesitos abaixo correspondendo a um peso de **30% (trinta por cento)** na avaliação final da licitante, calculados por meio das seguintes fórmulas de proporcionalidade:

**a) Pontuação de Desconto sobre Custos Internos (PD) - (Máximo de 20 pontos):**

A pontuação para o desconto ofertado sobre a tabela da FENAPRO será calculada pela fórmula:

$$PD = (DO_{\text{licitante}} / DO_{\text{máximo}}) \times 20.$$

PD = Pontos do Desconto;

DO<sub>licitante</sub> = Percentual de desconto ofertado pela licitante em sua proposta;

DO<sub>máximo</sub> = Maior percentual de desconto ofertado entre todas as licitantes classificadas.

**b) Pontuação de Honorários sobre Pesquisas (PH-Pesq) - (Máximo de 4 pontos):**

A pontuação será calculada pela fórmula:  $PH_{\text{Pesq}} = (HO_{\text{mín_pesq}} / HO_{\text{licitante_pesq}}) \times 4$ .

“HO<sub>mín\_pesq</sub>” = menor percentual de honorários sobre pesquisas ofertado entre todas as licitantes;

“HO<sub>licitante\_pesq</sub>” = percentual ofertado pela licitante que está sendo avaliada.

**c) Pontuação de Honorários sobre Inovação (PH-Inov) - (Máximo de 4 pontos):**

A pontuação será calculada pela fórmula:  $PH_{\text{Inov}} = (HO_{\text{mín_inov}} / HO_{\text{licitante_inov}}) \times 4$ .

“HO<sub>mín\_inov</sub>” = menor percentual de honorários sobre inovação ofertado;

“HO<sub>licitante\_inov</sub>” = percentual ofertado pela licitante que está sendo avaliada.

**d) Pontuação de Honorários sobre Produção (PH-Prod) - (Máximo de 12 pontos):**

A pontuação será calculada pela fórmula:  $PH_{\text{Prod}} = (HO_{\text{mín_prod}} / HO_{\text{licitante_prod}}) \times 12$ .

“HO<sub>mín\_prod</sub>” = menor percentual de honorários sobre produção ofertado;

“HO<sub>licitante\_prod</sub>” = percentual ofertado pela licitante que está sendo avaliada.

**15.1.3.** A Nota da Proposta de Preço (NPP) final de cada licitante será a soma das pontuações dos quatro quesitos:

$$NPP = PD + PH_{\text{Pesq}} + PH_{\text{Inov}} + PH_{\text{Prod}}$$

### **15.2. DESCLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

**15.2.1.** Será desclassificada a Proposta de Preços que:

a) Não atender às exigências do Edital e seus anexos;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- b) Apresentar preços ou descontos baseados em outras propostas;
- c) Apresentar preços que sejam manifestamente inexequíveis.
- d) Apresentar percentual de desconto (quesito 'a' do item 15.1.2) superior a 80% (oitenta por cento);
- e) Apresentar percentual de honorários (quesitos 'b', 'c' e 'd' do item 15.1.2) inferior a 0,8% (zero vírgula oito por cento) ou superior a 10,0% (dez por cento);
- f) Apresentar percentual de honorários com mais de uma casa decimal.

### **15.3. CÁLCULO DA NOTA FINAL PONDERADA (NFP) E CLASSIFICAÇÃO**

**15.3.1.** A classificação final das licitantes será obtida pela aplicação da seguinte fórmula de média ponderada:

$$\mathbf{NFP} = (\mathbf{NPT} \times 0,70) + (\mathbf{NPP} \times 0,30)$$

Onde:

- **NFP** = Nota Final Ponderada
- **NPT** = Nota da Proposta Técnica (conforme item 13.4.4)
- **NPP** = Nota da Proposta de Preço (conforme item 15.1.3)

**15.3.2.** As licitantes serão classificadas em ordem decrescente de suas Notas Finais Ponderadas (NFP). Será declarada vencedora a licitante que obtiver a maior NFP.

### **15.4. CRITÉRIOS DE DESEMPATE**

**15.4.1.** Em caso de empate entre duas ou mais propostas, consideradas as Notas Finais Ponderadas (NFP) calculadas conforme o item 15.3.1, serão utilizados os seguintes critérios de desempate, aplicados sucessiva e obrigatoriamente **nesta ordem**, conforme o Art. 60 da Lei nº 14.133/2021:

**I - Disputa Final:** As licitantes empatadas serão convocadas para uma disputa final, em que poderão apresentar, em sessão pública, novas propostas de preço (novos percentuais de descontos e honorários), de forma a obter a melhor classificação. A disputa poderá ocorrer por meio de lances sucessivos e decrescentes, conforme procedimento a ser detalhado pela Comissão de Contratação no momento da sessão.

**II - Avaliação do Desempenho Contratual Prévio:** Persistindo o empate após a disputa final, a preferência será dada à licitante que apresentar o desempenho contratual prévio mais favorável. Para tanto, a Comissão de Contratação:



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- a) Solicitará às licitantes empatadas que apresentem, em prazo a ser definido, atestados e declarações que comprovem a execução satisfatória de contratos anteriores com a Administração Pública;
- b) Realizará consulta aos registros cadastrais disponíveis no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e em outros sistemas oficiais;
- c) O desempate se dará em favor da licitante que demonstrar um histórico com ausência de penalidades graves (suspensão, declaração de inidoneidade ou rescisão contratual por culpa da contratada) nos últimos 3 (três) anos.

**III - Desenvolvimento de Ações de Equidade entre Homens e Mulheres:** Se o empate ainda persistir, a preferência será concedida à licitante que comprovar o desenvolvimento de ações de equidade de gênero em seu ambiente de trabalho, conforme o Decreto Federal nº 11.430/2023.

- a) A licitante empatada será convocada a apresentar, em prazo a ser definido, os documentos comprobatórios de suas políticas, tais como relatórios de igualdade salarial, planos de carreira com isonomia de gênero, programas de capacitação para mulheres ou certificações pertinentes.
- b) A primeira licitante a comprovar a existência de um programa de equidade implementado será declarada vencedora neste critério.

**IV - Desenvolvimento de Programa de Integridade (Compliance):** Mantido o empate, a preferência será da licitante que comprovar a existência e a implementação de um programa de integridade, conforme a Lei nº 12.846/2013.

- a) A licitante empatada será convocada a apresentar, em prazo a ser definido, a documentação comprobatória de seu programa, como código de ética, relatórios de perfil, descrição de canais de denúncia, entre outros.
- b) A primeira licitante a comprovar a efetiva implementação de um programa de integridade será declarada vencedora.

**15.4.2.** Esgotados os critérios dos incisos I a IV do item anterior sem que haja desempate, será assegurada preferência, sucessivamente, aos serviços prestados por:

- a) Empresas estabelecidas no território do Estado do Maranhão;
- b) Empresas brasileiras;
- c) Empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no País;
- d) Empresas que comprovem a prática de mitigação, nos termos da Lei nº 12.187, de 2009.

**15.4.3.** A aplicação dos critérios de desempate aqui estabelecidos ocorrerá sem prejuízo das regras de preferência para microempresas e empresas de pequeno porte, conforme previsto na Lei Complementar nº 123, de 2006, quando aplicável.

**15.4.4.** Se, ainda assim, o empate persistir, a classificação final será definida por **sorteio**, a ser realizado em sessão pública com a presença das licitantes interessadas.

---

## **15.5. DA EQUALIZAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS PARA CONTRATAÇÃO**



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

15.5.1. Para fins de isonomia na execução contratual e para garantir a máxima economicidade para a Administração Pública, a contratação das 03 (três) agências de propaganda vencedoras se dará sob as mesmas e exatas condições de preços.

15.5.2. A proposta de preços da licitante classificada em primeiro lugar, após a apuração da Nota Final Ponderada (NFP), servirá como referência para os contratos a serem firmados com as licitantes classificadas em segundo e terceiro lugares.

15.5.3. A assinatura do contrato pelas licitantes classificadas em segundo e terceiro lugares estará condicionada à sua aceitação formal e expressa em praticar os exatos percentuais de descontos e honorários ofertados pela primeira colocada.

15.5.4. Caso a segunda ou a terceira colocada, quando convocada, não aceite as condições de preço da primeira, será considerada desistente do certame e será convocada a licitante subsequente na ordem de classificação para que manifeste seu aceite, e assim sucessivamente, até que se obtenham 03 (três) agências habilitadas que concordem em praticar as mesmas condições da primeira classificada.

## **16. DA HABILITAÇÃO**

### **16.1. CONVOCAÇÃO E PROCEDIMENTO**

**16.1.1.** Encerrada a fase de julgamento das propostas e publicada a lista de classificação final pela ordem decrescente da Nota Final Ponderada (NFP), as 03 (três) licitantes mais bem classificadas serão convocadas para, em sessão pública, apresentar os respectivos invólucros com seus documentos de habilitação.

**16.1.2.** Caso uma das licitantes convocadas dentro das três primeiras posições seja inabilitada, será convocada a próxima da lista de classificação (a 4<sup>a</sup> colocada), e assim sucessivamente, até que se obtenham 03 (três) licitantes devidamente habilitadas para a contratação.

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

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação pelas licitantes vencedoras, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 A(s) licitante(s) vencedora(s) que não apresentar(em) os Documentos de Habilitação na referida sessão será(ão) alijada(s) do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o **subitem 18.1.1.**



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

**Invólucro nº 5**

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO– Endereço: Avenida Senador Vitorino Freire (Anel Viário), nº 29, Edifício Cesário, em São Luís, Maranhão. O CEP é 65010-655.

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 014/2025

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

17.1.4 Os Documentos de Habilitação poderão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

17.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens **17.2.1 a 17.3**.

17.2.1. Habilitação Jurídica

- a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b) registro comercial, em caso de empresa individual;
- c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;
- c.1) os documentos mencionados na **alínea ‘c’** deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

#### 17.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista.

- a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal (Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa e Previdenciária);
- 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) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.
- f) Prova de inexistência débitos inadimplidos perante a justiça do trabalho, mediante Certidão de Débitos Trabalhistas – CNDT.

17.2.2.1 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 para o respectivo documento.

#### 17.2.3 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;
- b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).
- c) Relação das instalações do aparelhamento e do pessoal técnico especializado, com a indicação da formação de cada um, adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, constando ainda a **Declaração Formal** dessa disponibilidade quando da **assinatura do contrato**, sob penas cabíveis na lei.
- d) Declaração do Licitante, indicando o responsável técnico para acompanhar a execução dos serviços, devendo dela constar os dados pessoais, tais como: nome completo, nº do CPF, nº da cédula de identidade, endereço, Registro na Entidade Profissional, e ainda, cópia da ficha ou folha do registro do profissional, e da CTPS ou Contrato de Prestação de Serviços, bem como Atestado de Capacidade Técnica, comprovando sua capacidade para dirigir e executar os serviços, se vencedor for o Licitante, consoante determina a lei nº 14.133/2021, artigo 67, I.

#### 17.2.4 Qualificação Econômico-financeira

- a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;
  - a.1) 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;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- a.2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.
- b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante.

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

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 na Junta Comercial.

17.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial 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.

17.2.4.2 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 17.2.4**, 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):

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

Ativo Circulante  
LC = -----  
Passivo Circulante

b) do balanço referido no **subitem 17.2.4.1**, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

Ativo Total  
S = -----  
Passivo Exigível Total

17.2.4.3 Os índices de que tratam **as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 17.2.4.2** serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.2.4.4 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 17.2.4.2**, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5, comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de **R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais)**.

17.2.5 A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5, as declarações elaboradas conforme os modelos constantes do **Anexo III e IV**.

17.3 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. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

18.1 A Comissão de Contratação, analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no **item 17** e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no **subitem 17.1.1**.

## **19. DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

19.1 Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, nos termos do art. 8º, §2º da Lei 14.133/2021, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

19.2.1 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá(ão) manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Governo do Estado do Maranhão.

19.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, sendo 06 (seis) servidores do Governo do Estado do Maranhão e 03 (três) profissionais da área que não possua vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Governo do Estado do Maranhão.

19.3.1 A relação dos nomes referidos no **subitem 19.3** deste Edital será publicada pela Comissão de Contratação **via 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.

19.3.2 O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Governo do Estado do Maranhão, nos termos dos **subitens 19.2.1 e 19.3**.

19.3.3 A relação prevista no **subitem 19.3** deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Governo do Estado do Maranhão

19.3.4 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 19.3**, mediante a apresentação à Comissão de Contratação, de justificativa para a exclusão.

19.3.5 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.

19.3.6 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 19**.

19.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 19.3**.

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

19.3.7 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 19.3.1** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

## **20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS**

20.1 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **subitem 7.1** deste Edital.

20.1.2 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.

20.1.3 A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse do Governo do Estado do Maranhão, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

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

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

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

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

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

**Primeira Sessão**

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

**20.2 A PRIMEIRA SESSÃO** pública será realizada no dia, hora e local previstos no Preambulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **subitem 7.1** deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

20.2.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Contratação, se não:

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

20.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas **alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’** do **subitem 20.2.1**, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 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, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do **item 21** deste Edital.

20.2.2.1 A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na **alínea ‘b’ do subitem 20.2.2**, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que accidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.3 A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.4 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.

20.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no **subitem 20.2.6** e seguintes.

20.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação 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**.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Contratação da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

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

20.2.7 As planilhas previstas nas **alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 20.2.6** conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

**Segunda Sessão**

20.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do **item 22** deste Edital, para participar da **SEGUNDA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no **subitem 12.6**, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do **item 20**, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no **item 23**.

20.3.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Contratação.

**Terceira Sessão**



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

20.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do **item 21** deste Edital, para participar da **TERCEIRA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação 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) A Comissão analisará as Propostas de Preços e calculará a Nota da Proposta de Preço (NPP) de cada licitante, aplicando os critérios e as fórmulas definidos no **item 15** deste Edital.
- e) A Comissão aplicará a fórmula de média ponderada (NFP), conforme item 15.3.1, para obter a classificação final das propostas. **Serão proclamadas as licitantes vencedoras** e, em caso de empate, serão aplicados os critérios do item 15.4.
- f) Ao final, a Comissão lavrará a ata e informará que o resultado do julgamento de preços e da classificação final será publicado na forma do **item 22** deste Edital, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no **item 23**.

**Quarta Sessão**

20.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação convocará as licitantes vencedoras para, em sessão pública, apresentar o Invólucro nº 5, contendo os documentos de habilitação exigidos no item 17 deste Edital. A **QUARTA SESSÃO**, terá a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilidade com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
  - e.1) o resultado da habilitação;
  - e.2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do **item 22** deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 165, I, ‘c’ da Lei nº 14.133/2021;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

e.3) que será publicado na forma do **item 22** deste Edital os nomes das **vencedoras** desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

## **21. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO**

21.1. Exaurida a fase recursal referente à habilitação, e não havendo mais pendências, a Comissão de Contratação encaminhará os autos do processo licitatório à autoridade superior.

21.2. A autoridade superior, após verificar a legalidade de todos os atos praticados, proferirá a decisão final, que poderá:

- a) Determinar o retorno dos autos para saneamento de eventuais irregularidades;
- b) Revogar a licitação por motivo de conveniência e oportunidade;
- c) Anular a licitação, se identificar ilegalidade insanável; ou
- d) **Adjudicar** o objeto às licitantes vencedoras e **homologar** o procedimento licitatório, encerrando o certame.

21.3. A decisão de homologação será publicada nos meios oficiais, dando eficácia ao resultado da licitação.

## **22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS**

22.1 A juízo da Comissão de Contratação, 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 abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial do Estado;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

## **23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

23.1 Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a Comissão de Contratação, pela eletrônica no e-mail [csl.secom.ma@gmail.com](mailto:csl.secom.ma@gmail.com) ou nos termos do item 4.1.

23.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão contrarrazoar no prazo máximo de 3 (três) dias úteis.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

23.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) Contrarrazões, para Autoridade Competente que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

23.4 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.

23.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão de Contratação.

23.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação, motivadamente e se houver interesse para Autoridade Competente, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## **24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS**

24.1 As licitantes vencedoras terão o prazo de 8 (oito) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e 20 (vinte) dias após a assinatura do contrato para apresentar a garantia de 1% (um por cento) do valor global do Objeto para execução dos serviços contratados.

24.1.1 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Contratante correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado (subitem 23.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 96, §1º e incisos da Lei nº 14.133/2021, à escolha das licitantes vencedoras:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

24.1.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei nº 14.133/2021

24.1.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato;
  - b) a apólice deverá indicar o Governo do Estado do Maranhão como beneficiário;
-



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

**24.1.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:**

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato,
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Governo do Estado do Maranhão, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- c) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

**24.1.5 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:**

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

**24.1.6** Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

**24.1.7** Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

**24.1.8.** Caso a empresa vencedora se recuse a assinar o Contrato no prazo estipulado neste Edital, para assinar o contrato, a Comissão de Contratação poderá, a seu critério, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta do primeiro classificado, ou revogar esta Concorrência, nos termos da Lei 14.133/2021

**24.2.** O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela licitante durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Administração.

**24.3.** Se a empresa vencedora se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o Contrato, a Comissão de Contratação lhe aplicará multa administrativa no percentual de 5% (cinco por cento), sobre o valor total do Contrato, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades.

**24.4** A Secretaria de Estado da Comunicação Social poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 14.133/2021 e no Contrato a ser firmado entre as partes.

24.5 A rescisão do Contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Secretaria de Estado da Comunicação Social, a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, efetivamente comprovados em procedimento administrativo, observada a ampla defesa da CONTRATADA, assegurada constitucionalmente, além das sanções previstas em lei, até a completa indenização dos danos.

24.6. À CONTRATADA poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021 e no Contrato firmado entre as partes.

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

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

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

24.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome do Governo do Estado do Maranhão, se houver expressa autorização desta.

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

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

24.12 A Secretaria de Estado da Comunicação Social, realizará semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos entregues e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e benefícios decorrentes da política de preços praticada.

24.13 A contratada centralizará o comando da publicidade do Governo do Estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

24.15 A CONTRATADA poderá propor e realizar, mediante apresentação de justificativa e após a análise e autorização da Secretaria de Estado da Comunicação Social, ações de melhoria ou inovação nos serviços técnicos especializados contratados por meio desta licitação.

**24.16. DA DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS E GARANTIA MÍNIMA DE EXECUÇÃO**

24.16.1. O valor total estimado para a contratação será executado de forma compartilhada e não excludente entre as 03 (três) agências de propaganda contratadas.

24.16.2. A distribuição das demandas de comunicação entre as contratadas se dará por meio de procedimento de seleção interna, a ser regulamentado pela SECOM, em observância ao art. 2º, § 4º, da Lei nº 12.232/2010.

24.16.3. A ordem de classificação final nesta licitação servirá apenas para a definição das três empresas a serem contratadas e para a equalização das propostas de preços, não estabelecendo qualquer ordem de preferência para o recebimento de demandas durante a execução contratual.

24.16.4. Fica assegurado a cada uma das agências contratadas o direito a uma execução mínima correspondente a 15% (quinze por cento) do valor total efetivamente executado no período de 12 (doze) meses de vigência contratual.

**25. FISCALIZAÇÃO**

25.1 A fiscalização do contrato será feita por servidor designado por portaria para executar a fiscalização do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, notificando a contratada, objetivando sua imediata correção.

**26. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

26.1 Pela inexecução total ou parcial do objeto do contrato a Administração Pública poderá, garantida a prévia defesa, aplicar a CONTRATADA as seguintes penalidades:

- a. Advertência;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- b. Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no contrato, até o máximo de 10% sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a partir da data da comunicação oficial;
- c. Multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados.
- d. Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública Estadual pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;
- e. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada resarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior;

26.2 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133, de 2021.

26.3 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

## **27. DA GARANTIA**

27.1 Será exigida, após assinatura do Contrato, A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

27.2 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Secretaria de Estado da Comunicação Social, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado (subitem 27.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 96, §1º e incisos da Lei nº 14.133/2021, à escolha das licitantes vencedoras:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

27.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei nº 14.133/2021.

27.4 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato,
- b) a apólice deverá indicar o Governo do Estado do Maranhão como beneficiário;
- c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

27.5. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato,
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Governo do Estado do Maranhão, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

27.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

27.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

27.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

27.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

27.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

27.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

27.11.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

27.12 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 60 (sessenta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo FISCAL do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

27.12.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

## **28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO**

28.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta do Contrato (**Anexo VI**).

28.2. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos presentes na Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, se for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 20.4, alíneas ‘f’ e ‘g’, deste Edital.

## **29. DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO**

O futuro contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período e nos termos do Art.107 da Lei 14.133/2021.

## **30. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

30.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

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

30.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE na Secretaria de Estado da Comunicação Social, situada na capital do Estado, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar-se de seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto do futuro contrato, desde que garantidas às condições previamente acordadas.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

30.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em São Luís/MA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

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

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

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

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

30.1.5.1.1 O disposto no subitem 30.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

30.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preferindo 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.

30.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem anterior 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 no contrato.

30.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

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

- I - Fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II - Só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Estado do Maranhão, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto;
- III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV - Exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V - A cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ 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 – a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas horas), a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto.

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

**30.1.7.1.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis.**

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

**30.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:**

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

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

30.1.7.5 As disposições dos subitens 30.1.7 a 30.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

30.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto, à prévia e expressa anuênciā da CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

30.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, 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.

30.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 30.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

30.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 30.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

30.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 30.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura do contrato.

30.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

30.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 30.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

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

30.1.12.1 Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *X d can ou pen drive* com a peça de TV.

30.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 30.1.12.

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

30.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 30.1.12.

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

30.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 1 (um) dia útil, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

30.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do futuro contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

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

30.1.21 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

30.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

30.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

30.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do 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.

30.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

30.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

30.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

30.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto do contrato.

30.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

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

30.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

30.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

## **31 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

31.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
- f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
- g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

### **31. DISPOSIÇÕES FINAIS**

31.1 É facultada à Comissão de Contratação, 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, poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações disponíveis para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

31.3 A supervisão e a coordenação dos serviços objeto deste Edital, assim como o relacionamento com a CONTRATADA, são atribuições da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

31.4. 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 proponentes.

31.5. Se houver indícios de conluio entre as proponentes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Comissão de Contratação comunicará os fatos verificados à **Procuradoria Geral do Estado do Maranhão** e ao **Ministério Público Estadual**, para as providências devidas.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

31.6. É proibido a qualquer proponente tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis.

31.7. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a qualquer pessoa, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

31.8. Qualquer tentativa de uma proponente influenciar a Comissão de Contratação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

31.9. A proponente inabilitada deverá retirar sua Proposta de Preços, no prazo de até **30 (trinta)** dias contados da data da intimação do ato. Decorrido esse prazo, sem que as Propostas tenham sido retiradas, a Comissão de Contratação providenciará a sua destruição.

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.

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

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

31.13 Se ocorrer a desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem anterior a Secretaria de Estado da Comunicação Social poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

31.14 Correrão por conta da Secretaria de Estado da Comunicação Social as despesas que incidirem sobre a formalização do Contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Maranhão.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

31.15 Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

31.16 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Justiça Estadual, Comarca de São Luís – MA, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

31.17. Na hipótese de o processo licitatório vir a ser interrompido, o prazo de validade das propostas fica automaticamente prorrogado por igual número de dias em que estiver suspenso o feito.

31.18. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento.

31.19. A Comissão de Contratação prestará todos os esclarecimentos solicitados pelos interessados nesta licitação, sobre o Edital e seus anexos, onde poderão ser consultados gratuitamente ou obtidos mediante solicitação.

São Luís, 30 de julho de 2025

Diego Neves Pereira  
Presidente da Comissão de Contratação da SECOM  
Portaria nº 44/2024  
(data e assinatura digital)



## CONCORÊNCIA PÚBLICA N.º 014/2025

### ANEXO I

#### BRIEFING E CAMPANHA BRIEFING

#### SITUAÇÃO GERAL

O Maranhão, estado de vasta extensão territorial no nordeste brasileiro, apresenta um cenário complexo e multifacetado, marcado por contrastes geográficos, culturais e prisocioeconômicos. Nos últimos anos, sob a liderança do governador Carlos Brandão, o estado tem buscado consolidar uma nova imagem, investindo em áreas estratégicas para promover o desenvolvimento e superar desafios históricos. O Maranhão de hoje é uma tela em constante evolução, onde a riqueza natural e cultural coexiste com a necessidade de avanços sociais e econômicos.

#### A DIVERSIDADE GEOGRÁFICA E A RIQUEZA NATURAL

A paisagem maranhense é de uma diversidade impressionante. O litoral, com seus 640 quilômetros de extensão, abriga o icônico Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, um deserto de dunas brancas entremeado por lagoas de água doce que se formam na estação chuvosa. É um espetáculo natural único no mundo. O ecossistema se estende até o Delta do Parnaíba, um labirinto de ilhas e manguezais, e a Floresta dos Guarás, habitat de aves raras. No interior, a paisagem se transforma. O Cerrado, com suas chapadas e formações rochosas, domina a região sul do estado, onde se destaca o Parque Nacional da Chapada das Mesas, um paraíso para o ecoturismo.

Essa riqueza natural, no entanto, traz consigo a responsabilidade da conservação. As políticas ambientais têm sido reforçadas para conciliar o crescimento do turismo com a proteção desses biomas. A exploração sustentável e o ecoturismo são vistos como chaves para impulsionar a economia local sem comprometer o patrimônio natural.

---



## CULTURA E IDENTIDADE: O LEGADO DE SÃO LUÍS

A capital, São Luís, Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, é o coração cultural do Maranhão. Suas ruas e casarões coloniais, revestidos de azulejos portugueses, contam a história de um passado próspero. A cultura popular é vibrante e pulsante, especialmente no Bumba-meu-boi, manifestação folclórica que mobiliza o estado inteiro durante o período junino. O ritmo do tambor de crioula, a poesia do reggae maranhense e a tradição do artesanato são expressões de uma identidade forte e singular.

A preservação desse legado cultural é uma prioridade. O governo tem investido na revitalização do centro histórico de São Luís e na promoção de festivais culturais, como forma de atrair turistas e fortalecer a economia criativa. Ao mesmo tempo, busca-se democratizar o acesso à cultura e valorizar as manifestações populares em todas as regiões do estado.

## DESAFIOS E OPORTUNIDADES SOCIOECONÔMICAS

Apesar de suas belezas e riquezas, o Maranhão enfrenta desafios socioeconômicos significativos. A desigualdade social e a pobreza ainda são realidades em muitas comunidades, especialmente no interior. A economia, historicamente baseada na agricultura de subsistência e na pecuária, tem buscado diversificação. O Porto do Itaqui, um dos mais profundos do Brasil, é um pilar estratégico para o desenvolvimento industrial e logístico, escoando a produção de grãos e minério de ferro.

O agronegócio, impulsionado pela produção de soja no sul do estado, é um motor econômico, mas gera debates sobre a sustentabilidade e os impactos ambientais e sociais. O turismo, impulsionado por uma política pública integrada de infraestrutura, promoção e comunicação, emerge como um setor com grande potencial de crescimento e de geração de emprego e renda, especialmente para as pequenas e médias empresas. O governo tem focado em atrair investimentos e em programas de capacitação profissional para qualificar a mão de obra local.

Em suma, o Maranhão é um estado de paradoxos. Sua beleza natural e sua rica herança cultural contrastam com os desafios de um desenvolvimento social e econômico inclusivo. A gestão atual tem se empenhado em transformar o estado em um polo de atração turística e de



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

investimento, valorizando seu patrimônio e buscando reduzir as desigualdades. O futuro do Maranhão se desenha na capacidade de equilibrar a preservação de sua essência com a busca por um progresso que beneficie a todos os seus habitantes.

O Governo do Estado executa e administra os serviços públicos, destinados aos cidadãos como saúde, educação, segurança, transporte e cultura, para a Constituição, cada cidade do país tem sua própria autonomia e organização. Neste contexto, a gestão governamental iniciou uma abordagem estratégica e integrada para alavancar o turismo no estado. A iniciativa combinou políticas públicas de **infraestrutura, promoção turística e comunicação institucional**, resultando em um notável crescimento do setor e na consolidação do Maranhão como um destino de relevância nacional e internacional.

### **Investimento em Infraestrutura Turística**

A melhoria da infraestrutura tem sido um pilar fundamental dessa política. Reconhecendo que a acessibilidade e a qualidade dos serviços são cruciais para a experiência do visitante, o governo investiu em obras de grande impacto. A requalificação de vias de acesso aos principais pontos turísticos, como os **Lençóis Maranhenses**, o **Parque Nacional da Chapada das Mesas** e o **Delta do Parnaíba**, facilitou a circulação e reduziu o tempo de viagem. Além disso, aeroportos regionais foram aprimorados, e novas rotas aéreas foram negociadas, aumentando a conectividade do estado com outras capitais brasileiras.

Obras de urbanização em cidades históricas, como a própria São Luís, com a revitalização de praças e do patrimônio arquitetônico, também foram realizadas. O objetivo é não apenas embelezar os espaços, mas também garantir a segurança e o conforto dos turistas, além de valorizar a cultura local.

### **Gestão do Turismo – Dados Relevantes**

#### **Desembarques Aéreos (2023–2024)**

O total de desembarques aumentou de aproximadamente 903 mil em 2023 para cerca de 967 mil em 2024, o que representa um crescimento de **7,07%**. O número total de passageiros (embarques + desembarques) passou de 1.809.637 para 1.934.492, um incremento de **6,90%**  
[turismo.ma.gov.br](http://turismo.ma.gov.br).



### Desempenho por cidade

**São Luís:** desembarques subiram de 765.727 (2023) para 807.582 (2024), alta de **5,47%**; fluxo de passageiros cresceu **5,58%**, passando de 1.524.541 para 1.609.653 [turismo.ma.gov.br](#).

**Imperatriz:** desembarques aumentaram **16,32%**, de 136.617 para 158.913; o fluxo de passageiros cresceu **14,07%**, de 284.057 para 324.038 [turismo.ma.gov.br](#).

### Recorde de fluxo aéreo (julho de 2024)

Em julho de 2024, o Aeroporto de São Luís registrou 84.242 desembarques — um recorde anual —, com alta de **9%** em relação ao melhor mês de 2023 (junho) [Governo do Maranhão turismo.ma.gov.br](#). A ocupação hoteleira no Polo Lençóis e Delta atingiu **87,1%** em julho [Governo do Maranhão](#).

### Junho e primeiro semestre de 2025

No primeiro semestre de 2025, o fluxo aéreo nos aeroportos do estado cresceu **9,27%**, totalizando 983.258 embarques e desembarques. O número de visitantes chegou a 485.804, alta de **10%** sobre o mesmo período em 2024 [turismo.ma.gov.br](#).

Nos Lençóis Maranhenses, de janeiro a julho de 2025, houve **381.131 visitantes**, contra 277.091 em igual período de 2024 — um crescimento de expressivos **37,55%** [Governo do Maranhão](#).

Em julho de 2025, o estado recebeu **118.164 desembarques**, um avanço de **17,03%** sobre julho de 2024. Só em São Luís foram **100.985 desembarques** (+17,72%) e em Imperatriz **17.179** (+13,63%). O fluxo aéreo total teve um aumento de **10,98%** entre janeiro e julho, e só em julho cresceu **15,91%** [Governo do Maranhão](#).

### Dados socioeconômicos (2023)

Segundo a PNAD Contínua (IBGE e Ministério do Turismo), em 2023 o Maranhão atraiu **409 mil viagens**, movimentando cerca de **R\$ 458 milhões** na economia local. A média de gasto foi de aproximadamente **R\$ 1.120 por pernoite** [Serviços e Informações do Brasil](#).

### Pesquisa de satisfação — Festas Juninas 2024

Foi constatado que **94% dos turistas** manifestaram interesse em retornar ao estado para o São João [turismo.ma.gov.br](#).

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

As principais origens dos visitantes foram: São Paulo (11,51 %), Paraná (5,76 %), Rio de Janeiro (5,04 %), Bahia (4,32 %) e Piauí (4,32 %) [turismo.ma.gov.br](http://turismo.ma.gov.br).

### **Boletim Trimestral (1º trimestre de 2024)**

Ocupação hoteleira média nos principais polos: São Luís (52,06 %), Lençóis e Delta (37,05 %), Chapada das Mesas (33,05 %). Média geral: **40,72%** [turismo.ma.gov.br](http://turismo.ma.gov.br).

Fluxo aéreo no trimestre: 201.918 desembarques + 228.854 embarques = 430.772 passageiros, alta de **5,84 %** frente ao mesmo período do ano anterior [turismo.ma.gov.br](http://turismo.ma.gov.br).

Diárias médias variaram conforme o destino: São Luís (R\$ 268,61), Barreirinhas (R\$ 300,39) e Carolina (R\$ 240,58) [turismo.ma.gov.br](http://turismo.ma.gov.br).

### **Estratégia de Promoção e Marketing**

Paralelamente aos investimentos em infraestrutura, uma robusta estratégia de promoção turística foi implementada. O Maranhão marcou presença em grandes feiras e eventos nacionais e internacionais do setor, como a **WTM Latin America** e a **ITB Berlim**, apresentando seus diversos atrativos naturais, culturais e históricos. A campanha de marketing foi focada em destacar a diversidade do estado, que vai além dos Lençóis. A **Rota das Emoções**, por exemplo, que conecta os Lençóis Maranhenses ao Delta do Parnaíba e a Jericoacoara, no Ceará, recebeu atenção especial.

A digitalização também desempenhou um papel crucial. O governo lançou campanhas em plataformas digitais e redes sociais, utilizando conteúdo visualmente atraente e parcerias com influenciadores digitais para alcançar novos públicos. A narrativa construída foi a de um Maranhão autêntico, com paisagens únicas e uma rica cultura.

### **Comunicação Institucional e Conscientização**

A comunicação institucional integrou todas essas ações, criando uma identidade coesa para o turismo maranhense. O governo não apenas divulgou as belezas do estado, mas também trabalhou na conscientização da população local sobre a importância do turismo para a economia, incentivando a hospitalidade e a preservação do patrimônio. Essa abordagem integrada transformou o Maranhão em um destino mais acessível, atraente e organizado. Os resultados já são visíveis, com o aumento do fluxo de visitantes e a geração de emprego e renda para a



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

população. A política de turismo do governo de Carlos Brandão serve de modelo de como a sinergia entre diferentes áreas de atuação pode impulsionar um setor econômico e fortalecer a imagem de um estado no cenário nacional e internacional.

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

#### **Gestão da Comunicação — Resultados e Estratégia**

- Engajamento digital (Carnaval 2024)

Durante o Carnaval de 2024, as redes sociais oficiais do governo (Instagram, Facebook, TikTok) bateram recorde:

- Instagram: alcance de 2,4 milhões ( $\uparrow 71,2\%$  em relação a 2023), com 164 mil interações em 48 posts.
- Facebook: alcance cresceu 30 % e engajamento subiu 165,5 %.
- No total, foram mais de 3 milhões de acessos e 168 mil de engajamento nas três plataformas secom.ma.gov.br.

#### **• Ações internacionais de promoção (2025)**

O Maranhão participou, como protagonista, do VisitNordeste 2025, evento realizado em Londres e Milão com operadores e agências europeias. Houve apresentação dos atrativos, networking e lançamento da marca integrada do Nordeste. Esse esforço resultou em um aumento de 65,3 % no fluxo de turistas estrangeiros nos primeiros dois meses de 2025, em comparação ao mesmo período de 2024 turismo.ma.gov.br.

#### **Resumo dos Principais Resultados (2023–2025)**

Área	Destaques
Turismo	Crescimento contínuo de fluxo aéreo (7 % em 2024; 10 % no 1º semestre de 2025); recordes de desembarques em julho; alto aumento nos Lençóis Maranhenses (37,5 %).

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

Área	Destaques
Impacto Econômico	409 mil viagens em 2023, com R\$ 458 milhões em receita turística.
Satisfação do Visitante	94 % dos visitantes querem retornar no São João 2024; boa ocupação hoteleira nos principais polos.
Comunicação Digital	Redes sociais com alto engajamento no Carnaval 2024 (alcance de 3 milhões).
Ações Internacionais	Fortaleceu presença no mercado Europeu e registrou +65,3 % de turistas estrangeiros no início de 2025.

## **PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO**

O Governo do Estado do Maranhão propõe uma campanha institucional com o objetivo de fortalecer a imagem do estado como destino turístico estratégico, promissor e multicultural, tanto no cenário nacional quanto internacional. Esta ação se insere no âmbito de uma política de promoção territorial que busca atrair investimentos, ampliar o fluxo turístico e consolidar a presença do Maranhão como um dos destinos mais ricos em diversidade cultural, histórica e natural do Brasil.

### **Objetivos da Campanha**

#### **Geral**

Consolidar o Maranhão como um destino turístico integrado e competitivo no cenário nacional e internacional, ressaltando os investimentos e esforços realizados pelo Governo do Estado na área.

#### **Específicos**

- Divulgar as potencialidades turísticas do Maranhão, valorizando seus patrimônios naturais, culturais e históricos.
- Integrar a imagem do Estado às principais estratégias de promoção turística nacional (via Embratur e Ministério do Turismo).
- Posicionar o Maranhão no mercado internacional como destino estratégico do ecoturismo,



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

turismo cultural e histórico.

- Reforçar o orgulho da população maranhense pela identidade e riqueza do estado.
- Estimular o turismo interno e fortalecer a cadeia produtiva do setor turístico. Deve ser apresentado um plano de comunicação que atenda aos públicos internos e externos, que apresentem:
  - Diagnóstico da situação;
  - Estratégia de Comunicação (novas ações e manutenção);
    - a) Planejamento, Criação, Produção interna e intermediação de veiculação de campanhas publicitárias de comunicação social para divulgação das ações do Governo do Estado do Maranhão orientadas pelo approach ***“Maranhão: Terra de Encantos, Riquezas e Oportunidades”***
    - b) *Slogan Proposto: “Maranhão: Brasil que Encanta o Mundo”*

## **DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

- Aumento de 25% no fluxo turístico em até 12 meses após a campanha.
- Consolidação da marca “Maranhão” como destino turístico nacional e internacional.
- Fortalecimento da cadeia produtiva do turismo local (restaurantes, guias, agências, artesanato, hospedagem).
- Geração de emprego e renda em comunidades tradicionais, ribeirinhas e quilombolas.

## **OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO**

Institucionais: dar visibilidade às ações, programas e políticas públicas do Governo do Maranhão, garantindo acesso à informação e transparência.

Mercadológicos: fortalecer a imagem do Estado como destino turístico, polo de investimentos e centro cultural do Nordeste.

## **PÚBLICO-ALVO:**

**Primário:** Turistas nacionais e internacionais, com perfil de interesse em cultura, ecoturismo,

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

aventura e lazer.

**Secundário:** Agências de turismo, companhias aéreas, meios de hospedagem, operadores logísticos e formadores de opinião.

**Terciário:** População maranhense, como agente de valorização cultural e receptividade.

**Nacional:** Turistas brasileiros de outras regiões, com foco nos estados do Sudeste, Sul e Centro-Oeste.

**Internacional:** Mercados estratégicos como Europa (França, Alemanha, Portugal), América do Norte (EUA e Canadá) e América Latina (Chile, Argentina).

Investidores e operadores turísticos internacionais.

Meios de comunicação, influenciadores e agências especializadas.

### **Estratégia de Comunicação**

#### Diretriz Criativa

A campanha deve transmitir a ideia de integração turística: “O Maranhão é um mosaico de experiências únicas, onde cada destino se conecta ao outro para formar uma jornada inesquecível”.

#### **Tom da Comunicação**

- Positivo, inspirador e acolhedor.
- Visualmente marcante, destacando belezas naturais, diversidade cultural e hospitalidade.
- Linguagem clara, acessível, porém com apelo emocional e institucional.

#### **Pontos Positivos**

##### **Gestão do Turismo:**

- ✓ Crescimento do setor: aumento médio anual de 8%–9% no fluxo turístico (2019–2023), acima da média regional.
- ✓ Diversidade de atrativos consolidados: Lençóis Maranhenses, São Luís (Patrimônio da UNESCO), Chapada das Mesas, Delta das Américas.
- ✓ Investimentos em infraestrutura turística: melhorias em aeroportos, rodoviárias e em polos turísticos.
- ✓ Criação de polos de turismo estadual: estratégia de descentralização da oferta e



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

fortalecimento de rotas regionais.

- ✓ Parcerias com trade turístico: presença em feiras nacionais e internacionais, ampliando visibilidade.

**Comunicação do Turismo**

- ✓ Campanhas recentes com alcance nacional: destacando Lençóis Maranhenses e São Luís.
- ✓ Utilização de mídias digitais: inserção em redes sociais, influenciadores e portais especializados.
- ✓ Reconhecimento de marca turística: Maranhão começa a aparecer como “destino alternativo de alto valor” em publicações nacionais e internacionais.
- ✓ Integração com a cultura local: comunicação valoriza música, culinária e patrimônio imaterial.

**PONTOS NEGATIVOS**

**Gestão do Turismo:**

- ✓ Baixa competitividade em comparação com outros estados do Nordeste (Bahia, Pernambuco, Ceará), que possuem maior infraestrutura hoteleira, logística aérea e presença internacional.
- ✓ Sazonalidade forte: fluxo concentrado em determinados meses (alta temporada nos Lençóis), dificultando distribuição do turismo ao longo do ano.
- ✓ Integração insuficiente entre os polos turísticos internos: dificuldades de deslocamento entre Lençóis, Chapada e litoral dificultam pacotes combinados.
- ✓ Carência de mão de obra especializada: capacitação limitada em hospitalidade, idiomas e atendimento internacional.
- ✓ Gestão pública fragmentada: sobreposição entre órgãos de turismo, cultura e infraestrutura em algumas ações.

**Comunicação do Turismo**

- ✓ Campanhas ainda pouco contínuas: ações concentradas em períodos pontuais, sem
-



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

manutenção permanente de imagem do Maranhão.

- ✓ Baixa penetração em mercados internacionais: poucos materiais em outros idiomas e campanhas restritas a mercados tradicionais.
- ✓ Medição insuficiente de resultados: carência de indicadores claros de retorno sobre campanhas realizadas.
- ✓ Foco restrito em destinos já conhecidos: menor exploração de novos polos (Baixada, Munim, litoral amazônico).
- ✓ Imagem pouco consolidada em comparação a concorrentes: Ceará e Bahia, por exemplo, possuem marcas turísticas mais fortes e reconhecidas.

**Síntese Analítica:**

- ✓ Gestão: o Maranhão possui grande potencial turístico e investimentos crescentes, mas ainda enfrenta desafios de competitividade, logística e integração regional.
- ✓ Comunicação: os esforços de divulgação são bem direcionados, mas carecem de continuidade, internacionalização e inovação, especialmente em branding territorial.

**ANÁLISE SWOT DO TURISMO NO MARANHÃO**

**Forças (Strengths) – Pontos Positivos Internos**

- Diversidade de atrativos reconhecidos (Lençóis Maranhenses, São Luís – Patrimônio da UNESCO, Chapada das Mesas, Delta das Américas).
- Crescimento acima da média regional (+9,2% em 2023 no fluxo turístico).
- Forte identidade cultural (cultura popular, culinária, festas como Bumba Meu Boi e Tambor de Crioula).
- Integração de polos turísticos definidos pela gestão estadual.
- Campanhas digitais recentes com engajamento positivo.

**Fraquezas (Weaknesses) – Pontos Negativos Internos**

- Baixa competitividade frente a outros estados nordestinos (Bahia, Pernambuco, Ceará).
- Logística deficiente para integração entre polos turísticos (Lençóis–Chapada–Delta).
- Dependência da sazonalidade (fluxo concentrado em alta temporada).
- Comunicação internacional limitada (poucos materiais bilíngues, baixa presença em feiras



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

globais).

- Fragmentação da gestão e ausência de indicadores claros para medir resultados das campanhas.

**Oportunidades (Opportunities) – Fatores Externos Positivos**

- Crescimento do turismo pós-pandemia no Brasil, com aumento de viagens domésticas.
- Expansão do ecoturismo e turismo de aventura, segmentos em alta demanda global.
- Tendência de valorização de destinos autênticos e menos massificados (perfil que o Maranhão atende bem).
- Programas federais de incentivo ao turismo e parcerias público-privadas.
- Maior uso de tecnologias de marketing digital e influenciadores para promoção internacional.

**Ameaças (Threats) – Fatores Externos Negativos**

- Concorrência direta com estados do Nordeste já consolidados em branding turístico.
- Possíveis crises econômicas que afetam a renda disponível para viagens.
- Limitações na malha aérea nacional e internacional, que encarecem o deslocamento.
- Eventos climáticos extremos (chuvas intensas, estiagens) que podem afetar sazonalmente destinos como os Lençóis.
- Falta de continuidade em políticas públicas devido a mudanças de gestão

**SÍNTESE ESTRATÉGICA**

- O Maranhão tem **forças culturais e naturais únicas**, mas precisa superar **fragilidades estruturais e de comunicação**.
- As **oportunidades externas** (ecoturismo, valorização de destinos autênticos, marketing digital) podem posicionar o estado como **referência diferenciada**.
- Porém, as **ameaças** (concorrência de estados vizinhos e limitações logísticas) exigem **gestão integrada e comunicação contínua**.

**INFORMAÇÕES ESSENCIAIS**

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- As peças devem conter textos e imagens leves e agradáveis, podendo a mensagem, em caso de áudio e vídeo, ser um jingle. Além da peça principal, podem ser elaboradas peças informativas, específicas sobre cada ação.
- A campanha simulada será de âmbito estadual, podendo em alguns casos, extrapolar as divisas do estado em nos âmbitos regional e nacional. Com prazo estabelecido de um período ininterrupto de quarenta e cinco dias e com o recurso da ordem de **R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais)**.
- É importante atentar para que as ações formem um conjunto harmônico, no qual todas contribuam para o alcance dos objetivos propostos.
- A logomarca do Governo Estadual e o slogan devem compor todas as peças publicitárias que formarão a campanha. As licitantes deverão baixar a marca na página web <https://secom.ma.gov.br/manualdemarca> ou solicitar pelo e-mail: [contato@secom.ma.gov.br](mailto: contato@secom.ma.gov.br)
- As licitantes deverão apresentar 10 (dez) peças corporificadas e poderão apresentar até 10(dez) peças não corporificadas, desde os tradicionais anúncios em mídia impressa e eletrônica e principalmente meios digitais. Ou seja, peças ONN -OFF
- Deverão ser apresentados planos específicos para cada mídia a ser utilizada, tanto para as peças corporificadas como também para as peças não corporificadas, cada uma com os valores cheios previstos nas tabelas de mídia dos veículos, valores absolutos e percentuais. E, ainda, os valores absolutos e percentuais dos valores de produção de cada peça.

### **ESTRATÉGIAS DE MÍDIA E CANAIS DE DIVULGAÇÃO**

#### **Brasil:**

- Campanha nacional em TV aberta, rádio, internet e redes sociais.
- Parcerias com influenciadores digitais de turismo e cultura.
- Mídia exterior em aeroportos, rodoviárias e terminais turísticos.

#### **Exterior:**

- Parcerias com a Embratur para feiras e eventos internacionais.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- Mídia digital segmentada via Google Ads e redes sociais em inglês, espanhol e francês.
- Produção de vídeos institucionais bilíngues para veiculação internacional.
- Inserção de conteúdo em revistas e sites especializados em turismo global.

### **Conclusão**

Esta campanha institucional, ao ser implementada, não será apenas uma ação de marketing, mas uma estratégia integrada de desenvolvimento regional e promoção da identidade maranhense. O Maranhão se afirma, com orgulho, como um território de encantos naturais, de povos originários, de festas, ritmos e histórias. Uma terra que representa o Brasil em sua forma mais pura – e que, agora, se prepara para encantar o mundo.

Autoridade Competente



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA**  
**ANEXO II**  
**TERMO DE REFERÊNCIA**

**1. OBJETO**

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

**2. LEGISLAÇÃO**

2.1 Conforme disposições do art. 6º, XXXVIII, “c” da Lei 14.133/2021, Secretaria de Estado da Comunicação Social, faz saber que está em andamento um processo de compra por intermédio de Concorrência Pública, conforme segue:

**3. JUSTIFICATIVA**

3.1 A contratação de empresa especializada com profissionais qualificados na demanda justifica-se pela necessidade de informar e dar transparência a população de todos os atos realizados pelo Governo do Estado do Maranhão, de maneira clara e técnica, por meio de vídeos e artes gráficas institucionais divulgando e criando ações, projetos e eventos realizados ou que irão ser realizados pelo Poder Executivo, em especial quanto as proposituras e matérias debatidas. Assim a população tem condições de se informar e interagir com a administração e seus respectivos projetos.

**4. DA FORMA EXECUÇÃO DO OBJETO**

4.1 O objeto deverá ser executado, conforme descrição abaixo:

**5. PRAZO CONTRATUAL**

5.1 O prazo para a prestação dos serviços será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a juízo da Secretaria de Estado da Comunicação Social,

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

mediante Termo Aditivo acordado entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, respeitado os limites estabelecidos no art. 107 da Lei nº 14.133/2021.

## 6. DA EXECUÇÃO

6.1 O objeto solicitado deverá ser executado conforme indicado no Briefing, neste Termo de Referência, e mediante solicitação enviada pela Comissão de Contratação, em estrita observância das especificações do Edital, seus Anexos e da proposta;

6.2 A CONTRATADA deverá executar os serviços dentro do prazo estipulado;

6.3 O dever previsto no subitem anterior implica na obrigação de, a critério da Administração, substituir, reparar, corrigir, remover, ou reconstruir, às suas expensas, no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, o serviço com avarias ou defeitos;

6.4 A CONTRATADA deverá atender prontamente a quaisquer exigências da Administração, inerentes ao objeto da presente licitação;

6.5 Comunicar à Administração, no prazo máximo de 24 (vinte e quatro) horas que antecede a data da entrega dos serviços, os motivos que impossibilitem o cumprimento do prazo previsto, com a devida comprovação;

6.6 Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

6.7 Não transferir a terceiros, por qualquer forma, nem mesmo parcialmente, as obrigações assumidas, nem subcontratar qualquer das prestações a que está obrigada, exceto nas condições autorizadas no Termo de Referência ou na minuta de contrato;

6.8 Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos; nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

6.8 Responsabilizar-se pelas despesas dos tributos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, seguros, deslocamento de pessoal, prestação de garantia e quaisquer outras que incidam ou venham a incidir na execução do contrato.

6.9 A Comissão de Contratação deverá nomear um responsável para receber, autorizar, conferir e fiscalizar o objeto desta licitação.

6.10 A licitante se responsabilizará pela execução do objeto, em perfeitas condições, obedecendo às especificações constantes neste instrumento convocatório;

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

6.11 A Secretaria de Estado da Comunicação Social reserva-se o direito de não receber o serviço em desacordo com as especificações do objeto constantes do Anexo - Características / Detalhamentos do item deste instrumento convocatório, cabendo à empresa contratada, no caso de recusa no recebimento, regularizar de imediato o serviço, no prazo a ser determinado pelo Departamento responsável, sob pena de rescisão do termo equivalente e sem prejuízo das penalidades e sanções previstas neste instrumento convocatório.

## **7. FISCALIZAÇÃO CONTRATUAL**

7.1 Cabe ao gestor/fiscal do contrato fiscalizar e acompanhar a execução do mesmo, sendo este designado por meio de portaria em momento oportuno, após a conclusão do procedimento administrativo de escolha da contratada.

## **8. DA PESQUISA DE PREÇOS**

8.1 Para dar início ao presente processo administrativo, a Administração procedeu à cotação de preços com fornecedores do objeto do ramo obtendo valor médio para contratação.

## **9. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

9.1 As despesas decorrentes dessa contratação correrão por conta de dotação orçamentária do exercício 2025, conforme abaixo:

**AÇÃO – 2177 – DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES GOVERNAMENTAIS**  
**SUBAÇÃO – 001093 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL**

## **10. DA BUSCA POR PROPOSTAS ADICIONAIS MAIS VANTAJOSAS**

10.1 Visando cumprir o art. 6º, XXXVIII, “c” da Lei 14.133/2021, a Comissão de Contratação antes de proceder à contratação de qualquer empresa fará publicar no site oficial aviso de Licitação, este termo de referência, modelo de proposta e relação de documentos de habilitação para que empresas interessadas possam, apresentar suas propostas orçamentárias.

10.2 Objetiva-se assim, a busca por propostas mais vantajosas à administração estadual, desde que as empresas atendam aos requisitos exigidos para o fornecimento do objeto, e após, apresentem os documentos necessários de habilitação.

*Iarly Araújo Castro*  
ID 00893657

---



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

---

**CONCORÊNCIA PÚBLICA N.º 014/2025**

**ANEXO III  
(MÓDELO)**

(Papel timbrado do Concorrente)  
**CARTA CREDENCIAL**

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

À  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**REF. CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 014/2025 SECOM**

O abaixo-assinado, responsável legal pela Empresa \_\_\_\_\_, vem pela presente informar a Vs. Sas. Que o Sr. \_\_\_\_\_ é designado para representar nossa empresa na Licitação acima referida, podendo assinar atas e demais documentos, apresentar impugnação, recursos, inclusive renúncia expressa a interposição de quaisquer recursos, se for o caso, e praticar todos os atos necessários ao desempenho da representação no processo licitatório.

Atenciosamente

---

Nome, Identidade e Assinatura do Responsável Legal  
**(Com firma reconhecida em cartório)**



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

---

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 014/2025**

**ANEXO IV**

**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE  
IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO**

\_\_\_\_\_, (qualificação do representante legal da empresa) na qualidade de representante legal da Empresa \_\_\_\_\_ (qualificação da empresa) declara, sob as penas da lei, que até a data de entrega dos Envelopes, nenhum fato ocorreu que inabilite a empresa a participar da Concorrência Pública nº 014/2025

São Luís/MA, \_\_\_\_\_ de 2025

(nome da empresa e de seu Representante Legal, com a devida qualificação e assinatura)  
RG n.º \_\_\_\_\_

CPF n.º \_\_\_\_\_



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

---

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 014/2025**

**ANEXO V**  
(MODELO)

**DECLARAÇÃO**

A Empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ n.º \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, Sr.(a).\_\_\_\_\_, portador (a) da Cédula de Identidade de n.º \_\_\_\_\_ e do CPF n.º \_\_\_\_\_, **DECLARA**, para os fins do disposto na Lei 14.133/2021, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz, (  ).

Data \_\_\_\_\_

---

\_\_\_\_\_  
Representante Legal

(Observação: Em caso afirmativo assinala a ressalva acima).



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

---

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N.º 014/2025**

**ANEXO VI**

**MINUTA DO CONTRATO**

**CONTRATAÇÃO EMPRESA PARA APRESENTAÇÃO DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DE UTILIDADE PÚBLICA PARA PROBLEMAS DISTINTOS, ALÉM DA MANUTENÇÃO DA COMUNICAÇÃO EM RELAÇÃO AO ESFORÇO GOVERNAMENTAL, COM O OBJETIVO DE ADEQUAR AS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DO GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO ÀS DEMANDAS EXISTENTES E FUTURAS, CONFORME BRIEFING (ANEXO I), QUE ENTRE SI CELEBRAM A SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL, E A EMPRESA.....**

**CONTRATO N.º \_\_\_\_\_**

Ao(s) \_\_\_\_\_ dias do mês de \_\_\_\_\_ do ano de 2025, de um lado, a **Secretaria de Estado da Comunicação Social**, CNPJ/MF n.º 05.733.936/0001-45, localizada na Av. Senador Vitorino Freire, nº 29, Edifício Cesário, Centro, São Luís – Ma CEP: 65030-015, através do XXXXXXXX, brasileiro, agente político, e, do outro lado, a empresa \_\_\_\_\_, CNPJ/MF n.º \_\_\_\_\_, estabelecida na \_\_\_\_\_, neste ato, representada pelo, Sr. \_\_\_\_\_ portador do RG n.º \_\_\_\_\_ e do CPF/MF n.º \_\_\_\_\_, doravante denominada simplesmente de **CONTRATADA**, tendo em vista o que consta no **Processo n.º XXXXX** e proposta apresentada, que passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição na parte em que com este não conflitar, resolvem, de comum acordo, celebrar o presente Contrato, resultante da licitação sob a modalidade Concorrência Pública n.º XXXXXX, do tipo **MELHOR TÉCNICA E PREÇO** mediante as cláusulas e condições seguintes:

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

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021 e de forma complementar a Lei nº 12.232, de 29.04.10.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato, e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados - o Edital da Concorrência Pública nº 014/2025 e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela contratada.

## **CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO**

2.1 Contratação empresa para apresentação de soluções de comunicação de utilidade pública para problemas distintos, além da manutenção da comunicação em relação ao esforço governamental, com o objetivo de adequar as necessidades de comunicação do Governo do Estado do Maranhão às demandas existentes e futuras, conforme Briefing (**Anexo I**), de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social

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

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

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘a’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

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

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

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

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

3.1.1 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do art. 107 da Lei 14.133/2021

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

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

4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este ajuste, estão estimados em R\$ 6.000.000,00 (seis milhões de reais), nos primeiros 12 (doze) meses, podendo ser dilatado a depender de eventuais prorrogações e aditivos.

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

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

4.4 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 está consignado no Orçamento do Estado do Maranhão, conforme as seguintes classificações:

AÇÃO – 2177 – DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES GOVERNAMENTAIS  
SUBAÇÃO – 001093 – DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL

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

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

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



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em São Luís, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar-se de seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto deste contrato, desde que garantidas às 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, em São Luís, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

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

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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 ou serviços especializados à CONTRATANTE:

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

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

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

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

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ 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 – a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas) horas, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

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

5.1.7.1.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

5.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

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

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

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

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

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

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

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

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

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

5.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

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

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

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

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

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

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

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

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

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

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

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

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 1 (um) dia útil, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

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

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

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

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

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

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

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

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

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

### **CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

6.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

- a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
- c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
  
- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

### **CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuênciam da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

7.1.1 Cabe ao gestor/fiscal do contrato fiscalizar e acompanhar a execução deste contrato, sendo este designado por meio de portaria em momento oportuno, após a conclusão do procedimento administrativo de escolha da contratada, devendo assim registrar em relatório todas as



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar 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.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.10.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; 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 **FISCAL** deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

## **CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO**

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1. Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peças e ou material cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.2 Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.3 Honorários de ..... % (..... por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, desde que devidamente comprovada e justificada a sua efetiva atuação, por meio da apresentação de relatório de acompanhamento/execução com detalhamento das atividades desenvolvidas nessa operação.

8.1.4 .....%. (..... por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.4.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

8.3 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser resarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.5 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.6 As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

### **CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA**

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

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.

### **CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS**

10.1 A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Estadual, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

obras, será de no máximo 70% (setenta 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 - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, 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, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II – que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Estadual. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS**

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº....., da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e numero do Banco, nome e numero da Agência e numero da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações 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 **FISCAL** deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) Intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que de que trata o subitem 11.1. Deverá haver comprovação de participação ativa da CONTRATADA por meio do relatório de acompanhamento;

b) Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1. Obrigatoriamente do envio dos layouts finalizados em meio impresso com cabeçalho com as seguintes informações: nome da peça, formato, nome do veículo e período de veiculação.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;**
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- d) Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1 da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.4. As comprovações devem conter: fotos datadas com cabeçalho indicativo de local, data, peça, veiculação e quantidade mínima de amostragem, que será definida previamente pela CONTRATADA. As faturas deverão registrar a quantia cobrada em relação à quantia total a ser faturada, carta obrigatória e comprobatória emitida pelos veículos, indicando a totalidade (ou não) das veiculações contratadas. As faturas deverão ser discriminadas na INVOICE, com respectivo veículo e total faturado. Será obrigatória a apresentação dos prints digitais.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea ‘a’ do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea ‘d’ do inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, será conferido Fiscal do Contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3 O pagamento das despesas será feito 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 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea ‘d’ do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I- Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

**II - Mídia Exterior:**

II.1 - Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2 - Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.5 A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.6 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.6.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.7 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

11.7.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

11.8 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.9.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.9.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

11.9.3 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.10 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

---



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA**

12.1 Será exigida, após assinatura do Contrato, A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$ ..... (.....), correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

12.2 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Secretaria de Estado da Comunicação Social, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado (subitem 23.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 96, §1º da Lei nº 14.133/2021, à escolha das licitantes vencedoras:

- a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) seguro-garantia;
- c) fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100 da Lei 14.133/2021.

12.4 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

- a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
- b) a apólice deverá indicar o Governo do Estado do Maranhão como beneficiário;
- c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

- a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
- b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento ao Governo do Estado do Maranhão, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

12.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

12.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021

12.11.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.12 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 60 (sessenta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo FISCAL do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

12.12.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

### **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

13.1 Pela inexecução total ou parcial do objeto do contrato o Governo do Estado do Maranhão poderá, garantida a prévia defesa, aplicar a CONTRATADA as seguintes penalidades:

- a. Advertência;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- b. Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no contrato, até o máximo de 10% sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a partir da data da comunicação oficial;
- c. Multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados.
- d. Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;
- e. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior;

13.2. As sanções previstas nos itens “a”, “d” e “e” do item 13.1 poderão ser aplicadas juntamente com as sanções dos itens “b” e “c”, facultada a defesa prévia do interessado no respectivo processo no prazo de 10 (dez) dias úteis.

13.3. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 14.133/2021

13.4. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO**

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 137 e seguintes da Lei nº 14.133/2021.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

- b) for envolvida em escândalo público e notório;
- c) quebrar o sigilo profissional;
- d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e
- h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;
- j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9, 11.9.1 e 11.9.2.1.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o resarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

### **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS**

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas, naquilo que prevê a Lei 14.133/2021

15.3 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.

15.4 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.

15.5 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.5.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

### **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO**

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de São Luís, capital do Estado do Maranhão.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias.

Imperatriz (MA), de de .

---

CONTRATANTE

---

CONTRATADA

*Testemunhas:*

---

Nome  
CPF  
Endereço

---

Nome  
CPF  
Endereço



ESTADO DO MARANHÃO  
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 014/2025**

**ANEXO VII**

**(PLANILHA DE PREÇO SUJEITO A VALORAÇÃO)**

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

Prezados Senhores,

\_\_\_\_\_ (empresa), com sede na cidade de \_\_\_\_\_ à Rua \_\_\_\_\_, n.º \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob o número \_\_\_\_\_, neste ato representada por \_\_\_\_\_, portador do CPF n.º \_\_\_\_\_ e R.G. n.º \_\_\_\_\_, abaixo assinado propõe à Secretaria de Estado da Comunicação Social os preços infra discriminados para a contratação espaço em jornais locais, regionais e de circulação nacional (quando necessário) para publicação de matérias, nos cadernos e nas diagramações especificadas conforme Briefing (**Anexo I**), de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social, objeto da CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 014/2025.

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

- a) Desconto, a ser concedido ao Governo do Estado do Maranhão, sobre os custos internos dos serviços executado por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, referentes a peças 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 Governo do Estado do Maranhão, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
- c) Honorários, a serem cobrados do Governo do Estado do Maranhão, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: \_\_\_\_\_ % ( \_\_\_\_\_ por cento);
- d) Honorários, a serem cobrados do Governo do Estado do Maranhão, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica



**ESTADO DO MARANHÃO**  
**SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL – SECOM**

---

de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: \_\_\_\_% (\_\_\_\_\_ por cento).

- e) Prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados a partir da data de sua abertura;
- f) O prazo de execução será de 12 (doze) meses, contados a partir do recebimento da "ordem de serviço" emitida pela Secretaria de Estado da Comunicação Social.
- g) Preço Total por extenso R\$.....(.....).

São Luís,\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2025.

(Nome da licitante)

---

(Representante Legal)