DEFENSORIA PÚBLICA do Estado do Maranhão

ASCOM da DPE-MA <ascomdpe@ma.def.br>

SOLICITA PROVIDÊNCIAS

1 mensagem

DEFENSORIA GERAL DA DPE-MA <defensoriageral@ma.def.br> 22 de agosto de 2024 às 17:02
Para: Assessoria de Comunicação da DPE-MA <ascomdpe@ma.def.br>

Prezada Socorro,

De ordem, conforme reunião realizada no dia 20/08/2024 com o Defensor Público Geral, comunicamos sua autorização para adoção de providências quanto estudo para contratação de agência de publicidade.

Respeitosamente,

E-mail /Autorização DPGE (0159433) SEI 0000873.110000950.0.2023 / pg. 1

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DFD - DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DA DEMANDA

Defensoria Pública Geral do Estado,

Em atendimento ao disposto no Art. 72. Da Lei n.º 14.333, de abril de 2021, submeto o DFD - Documento de Formalização de Demanda para análise conforme informações abaixo.

Informações Gerais:

Número do Processo	0000873.110000950.0.2025
Tipo:	Licitatório: Concorrência
Setor Requisitante (Unidade /Setor /Depto.):	ASCOM /Assessoria de Comunicação
Responsável pela Área:	MARIA DO SOCORRO BOAES BARBOSA SILVA
Matrícula:	2006781
E-mail:	ascomdpe@ma.def.br
Telefone:	98 8824-9562

Informações do Objeto:

Objeto da Futura Contratação:	Contratação de uma agência de propaganda para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA).
Valor Estimado:	**R$** 1.000.000,00 (Hum milhão)

Objeto:

(**)** Serviço não continuado

(**X**) Serviço continuado SEM dedicação exclusiva de mão de obra	
( ) Serviço continuado COM dedicação exclusiva de mão de obra	
( ) Material de consumo	
( ) Material permanente / equipamento	
( ) Outros:	
Forma de Contratação Sugerida:	( ) Pregão (**X**) Concorrência ( ) Diálogo Competitivo ( ) Leilão ( ) Dispensa ( ) Dispensa Eletrônica ( ) Inexigibilidade ( ) Adesão à ARP de outro Órgão

Justificativa da necessidade da contratação da solução.

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA) completa 24 anos de existência em 2025, mas ainda são significativos os desafios para a consolidação da política pública de acesso a direitos. Continuar avançando no processo de expansão territorial, concomitantemente ao trabalho de divulgação de sua missão institucional e de seus serviços, é um deles.

Mesmo com todos os esforços da Assessoria de Comunicação (Ascom), nos últimos seis anos, fruto de uma maior aproximação com as mídias tradicionais e implementação e reforço no marketing digital, essa estratégia se tornou insuficiente para os planos grandiosos da DPE/MA.

A Ascom, portanto, tem convicção de que muitos avanços na divulgação e fortalecimento da imagem da Defensoria, bem como de suas bandeiras e lutas, poderiam ser amplificados e potencializados, caso a instituição passe a contar com uma verba específica para a produção de campanhas publicitárias assertivas, com temáticas voltadas a educação em direitos, especialmente de populações vulneráveis assistidas pela instituição. E mais: utilizando os meios de comunicação adequados, para a mensagem institucional chegar aos lugares mais remotos, promovendo impactos positivos na vida dos que mais precisam, a partir do exercício pleno de seus direitos.

Ao divulgar seus serviços e ações, a Defensoria informa e empodera as pessoas, ajudando-as a acessar os seus direitos e a evitar abusos. Assim, a Defensoria Pública reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, na qual o direito ao acesso à justiça e ao conhecimento dos direitos é um bem comum, que deve alcançar todos.

Neste contexto, a Defensoria pretende contratar uma agência de publicidade capaz de produzir, dentre outras demandas, campanhas publicitárias, abordando assunto sensível cuja divulgação precisa ser intensificada no estado, tendo entre um dos focos a utilização de influencers e outras personalidades que possam contribuir com o esforço da instituição de chegar mais próximo do cidadão.

Quantidade de material da solução a ser contratada (estimativo)
Os serviços serão executados de acordo com a demanda e a necessidade da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato.

Previsão de entrega dos serviços
Durante o ano de 2025

Créditos orçamentários	
Valor estimado da contratação:	**R$ 1.000.000,00**
Valor estimado de investimento:	**R$ 1.000.000,00**

Indicação do(s) Gestor e Fiscal do Contrato		
Gestor	Nome: MARIA DO SOCORRO BOAES BARBOSA SILVA	
	Matrícula: 2006781	
Administrativo	Nome: Lucienne Santos da Silva	
	Matrícula: 2223725	
***Declaro que os servidores indicados, foram comunicados e estão cientes de suas atribuições.**		

São Luís–MA, em **13** de **fevereiro** de **2025**.

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 13/02/2025, às 10:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0159441** e o código CRC **609C2561**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ETP - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Conforme a previsão contida no inciso XX do art. 6º da Lei n.º 14.133/2021, considera-se **Estudo Técnico Preliminar** o "documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação".

Informações Gerais:

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

INTRODUÇÃO

O presente Estudo reúne o conjunto de informações indicativas e as condições preliminares exigíveis para **Aquisição de Serviço ou Contratação de Serviço** referente ao **Objeto da compra ou Contratação**, com vistas à continuidade e pleno funcionamento da Instituição, sob Gestão e Fiscalização da **ASCOM /Assessoria de Comunicação**

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de uma agência de publicidade/propaganda, com vistas a atender às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO.**

SETOR REQUISITANTE: Assessoria de Comunicação da Defensoria Pública do Estado do Maranhão – DPE/MA.

OBJETO: O objeto da presente Concorrência é a contratação de uma (1) agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE/MA).**

Normativas que disciplinam os serviços a serem contratados

1. Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021.

2. Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.

3. Lei nº 4.680 de 18 de junho de 1965.

4. Decreto nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966.

5. Art. 37, § 1º, da Constituição Federal de 1988.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

1.1. Os serviços de publicidade são prestados necessariamente por agências de propaganda.

1.2. A **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE-MA)** é uma instituição essencial à função jurisdicional do Estado, responsável por prestar assistência jurídica integral e gratuita àqueles que não têm condições de pagar por serviços advocatícios. Suas atribuições estão previstas na Constituição Federal de 1988 e na legislação específica que regulamenta a Defensoria Pública.

1.2.1. As principais atribuições da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** incluem:

a) Assistência Jurídica Integral e Gratuita;

b) Atuação em Todas as Áreas do Direito;

c) Atuação Extrajudicial e Judicial;

d) Defesa dos Direitos Humanos;

e) Atuação em Favor de Grupos Vulneráveis;

f) Mediação e Conciliação.

1.3. Criada com a Constituição Federal de 1988, a Defensoria Pública é a mais jovem instituição do Sistema de Justiça, que no Maranhão foi oficialmente instituída apenas em 2001, com a posse dos primeiros defensores públicos da carreira. Com 23 anos de existência, a Defensoria maranhense hoje tem 232 defensores públicos em seu quadro e está presente em 72 comarcas, beneficiando 160 municípios, considerando os termos judiciários.

1.4. Tratando-se da política pública de acesso a direitos, a Defensoria Pública do Maranhão ainda tem muitos desafios. E um deles é continuar avançando no seu processo de expansão territorial, concomitantemente ao trabalho de divulgação da sua missão e serviços. Isso porque a instituição cresceu muito nos últimos anos, e, mesmo com todos os esforços da Assessoria de Comunicação (Ascom), muita gente não sabe o que é a Defensoria Pública, ao ponto de confundirem até o nome do cargo de defensor público com o de promotor, procurador, chamando-o também de advogado.

1.5. Todos esses temas são bastante trabalhados nas mídias tradicionais e nas redes sociais da instituição, que hoje já ultrapassa a casa dos 60 mil seguidores, somente no Instagram, superando instituições do sistema de justiça bem mais antigas como o Ministério Público do Maranhão, e se mantendo entre as 10 Defensorias Públicas mais influentes do país nas redes sociais, tendo um dos perfis de maior interação, conforme levantamento divulgado pelo Social Media Gov, divulgado em julho de 2024.

1.6. Além disso, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão mantém uma ótima relação com os principais canais de mídias tradicionais no estado, garantido, assim, a publicação/divulgação de um volume gigantesco de matérias de interesse da instituição, dentre outros tipos de inserção, produzidas por sua Ascom ou demandadas pelos próprios órgãos de comunicação, sem ônus.

1.7. Ocorre que, nos últimos anos, essa estratégia se tornou insuficiente para os desafios da Política de Comunicação da Defensoria Pública. E mesmo com resultados tão positivos, a Ascom tem convicção de que muitos avanços na divulgação e fortalecimento da imagem da Defensoria, bem como de suas bandeiras e lutas, poderiam ser amplificados e potencializados, caso a Ascom passe a contar com uma

verba específica para a produção de campanhas publicitárias assertivas, com temáticas voltadas a educação em direitos, especialmente de populações vulneráveis assistidas pela instituição. E mais: utilizando os meios de comunicação adequados, para a mensagem institucional chegar aos lugares mais remotos, promovendo impactos positivos na vida dos que mais precisam, a partir do exercício pleno de seus direitos.

1.8. É importante reforçar que uma boa estratégia de comunicação pode combinar o uso de diferentes veículos, mídias tradicionais e alternativas, mensagens racionais e objetivas, com dados reais e informações que em conjunto funcionam como um gatilho e tem o potencial de impulsionar a atenção, a preocupação e o interesse da sociedade por assuntos relacionados ao seu desenvolvimento, com ênfase na promoção da cidadania.

1.9. Também é necessário destacar que a frequência na publicidade pode gerar uma mobilização positiva em torno do sistema de garantias constitucionais, favorecendo a busca pelo conhecimento e orientações sobre o correto encaminhamento à política pública de acesso a direitos. A frequência refere-se à quantidade de vezes que uma pessoa é exposta à mensagem publicitária, sendo este um fator chave para a memorização dos serviços da Defensoria Pública pelos públicos vulnerabilizados. Daí a importância de um planejamento a longo prazo, com verba e profissionais comprometidos com a execução do plano do início ao fim nas suas diferentes frentes de atuação.

1.10. Ressalta-se, portanto, que a Defensoria Pública tem como uma de suas missões essenciais a promoção do acesso universal aos direitos fundamentais, atuando como guardiã da justiça para todos, especialmente para aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade. Desde crianças e adolescentes, até mulheres em situação de violência e idosos, a Defensoria se empenha em garantir que os direitos básicos – como saúde, educação, moradia e dignidade – sejam respeitados e protegidos, sempre com um olhar atento às necessidades específicas de cada indivíduo e grupo social.

1.11. Ao divulgar seus serviços e ações, a Defensoria informa e empodera as pessoas, ajudando-as a acessar os seus direitos e a evitar abusos. Assim, a Defensoria Pública reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, na qual o direito ao acesso à justiça e ao conhecimento dos direitos é um bem comum, que deve alcançar todos.

1.12. Neste contexto, a Defensoria pretende contratar uma agência de publicidade capaz de produzir uma ou duas campanhas de médio a grande porte, por ano, abordando assunto sensível cuja divulgação precisa ser intensificada no estado, tendo entre um dos focos a utilização de influencers e outras personalidades que possam contribuir com o esforço da instituição de chegar mais próximo do cidadão.

2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

2.1**.** Previstos no Plano Anual de Contratação de 2025, os recursos orçamentários necessários ao cumprimento do contrato decorrente desta licitação, correrão por conta da seguinte classificação funcional programática: **03.092.0623.6005.023316, na Subação 023316.**

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. Visando atender à necessidade desta Assessoria de Comunicação, a contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, na Modalidade Concorrência Presencial. A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública.

3.2. Portanto, há situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Por isso, no caso do serviço de publicidade, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa, apesar de também ser levado em conta a realidade de preços praticados em nosso mercado. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação

das propostas.

3.3. Dentre os critérios de julgamento previstos para Concorrência, a DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO adotará o tipo MELHOR TÉCNICA, conforme art. 6º, XXXVIII, b; da Lei nº 14.133/2021**,** considerando parâmetros como os tipos de ações publicitárias a serem desenvolvidas, a quantidade de meios a serem utilizados, os públicos-alvos a serem atingidos, o perfil geográfico das ações de publicidade e a sazonalidade das necessidades de comunicação.

3.4. Visto que as atividades realizadas integradamente têm por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratada deverá possuir, no Estado, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO, representada por profissionais qualificados com experiência comprovada.

3.5. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, é considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, sendo celebrado contrato com a adjudicatária, com vigência de 12 meses, de acordo com o art. 106 da Lei nº 14.133, de 2021, e conforme modelo a ser elaborado pelo setor competente. Sendo prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

3.6. A contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas. Considerando as recomendações voltadas para a sustentabilidade ambiental, a contratação em questão é de baixíssimo impacto ambiental, e não envolve requisitos de práticas de sustentabilidade.

4. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

4.1. Os serviços serão executados de acordo com a demanda e a necessidade da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato.

4.2. A licitação proposta é a primeira realizada pela Instituição em 23 anos de sua implementação no estado do Maranhão, portanto a Assessoria de Comunicação, demandante do processo, não possui parâmetros para a contratação deste tipo de serviço.

4.3. É importante ressaltar ainda que o quantitativo de unidades de cada produto ou serviço para o decorrer da execução contratual não é mensurável, pois diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por objetos que podem ser contabilizados ou tarefas que possuem métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para alcançar os objetivos de comunicação em cada demanda.

4.4. O Planejamento Estratégico da Ascom também não forneceria subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, lembrando ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados no cotidiano da Defensoria, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

4.5. Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise da

agência na proposição das melhores soluções de comunicação para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, consequentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1. A análise de possíveis soluções para a demanda fica limitada essencialmente por questões legais, conforme argumentos elencados a seguir:

a) Os serviços de **PUBLICIDADE** são serviços técnicos-profissionais especializados com contratação prevista nas Leis Federais nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações); e Lei nº 12.232/2010 (Lei contração pública serviços de publicidade).

b) Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de **PUBLICIDADE** prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda;

c) Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece a adoção obrigatória da modalidade de licitação tipo: “melhor técnica” ou “técnica e preço”;

d) A licitação para a contratação de serviços de **PUBLICIDADE** é prática adotada pelo Poder Público em todas as suas esferas;

5.2. Dessa maneira, estando o modelo de licitação e contratação legalmente pré-estabelecidos, conforme citado acima, foram feitos esforços no sentido de analisar as práticas recentes de outros órgãos públicos no que se refere ao tema, além de estudar possíveis implicações da Lei 14.133/2021 no processo. Foram encontrados os seguintes Editais que trataram de objeto similar ao pretendido:

- Concorrência nº 016/2023 – Prefeitura de São Luís

- Concorrência nº 001/2024 – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

- Concorrência nº 001/2024 – Assembleia Legislativa de Goiás

5.3. É importante considerar que a expertise do futuro prestador poderá agregar melhorias ao processo interno. Com base na necessidade da Administração, a análise do mercado aponta como melhor solução a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço terceirizado(s), dado que as atividades que se visa a contratar são de caráter acessório e, por isso, preferencialmente objeto de execução indireta.

5.4. Com base nesse contexto, torna-se importante informar que:

I - O custo de criação interna será cobrado com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

II - Os honorários sobre serviços de terceiros serão cobrados pelas agências tendo como referência as Normas Padrão da Atividade Publicitária.

III - A veiculação terá com referencial a Tabela de Preços dos veículos de comunicação.

IV - A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros. A estimativa do valor do contrato é de R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais).

5.4.1. Esse recurso foi estimado considerando a previsão da execução das seguintes campanhas de publicidade ao longo de 12 meses de 2025, porém trata-se apenas de previsão, as campanhas serão definidas oportunamente:

- Campanha de divulgação das atividades itinerantes da Defensoria do Maranhão com participação de digital influencers – R$ 450.000,00

- Campanha de valorização da marca da Defensoria dentro e fora da instituição – “Defensoria, patrimônio do Maranhão” - R$ 350.000,00

- Campanha de fortalecimento do Projeto “Te Alui, Mulher”, de combate à violência doméstica em comunidades de São Luís – R$ 200.000,00

5.4.2. A lei 12.232/2010 exclui o Projeto Básico/Termo de Referência e as planilhas com os custos unitários de cada serviço, conforme caput do art. 6º. A execução do contrato será por demanda, onde para cada campanha a ser realizada será efetuado pesquisas de preços para a produção, e a veiculação é sobre o valor negociado, tendo como referência a tabela de preços do dia.

5.4.2.1. Reforça-se, portanto, que em serviços de contratação de publicidade não se trabalha com estimativa de custos dos serviços, como nos serviços comuns. O art .6º da Lei 12.232/2010 dispensa a apresentação de orçamento detalhado dos serviços, bem como o Projeto Básico.

5.4. Além do exposto, foi realizado um breve estudo, mapeando os impactos da NLLC no processo licitatório para contratação em tela. Destacam-se as seguintes constatações:

5.4.1. A NLLC não revoga a Lei Federal nº 12.232/2010, mantendo-se as disposições desta última como norte para a condução do processo licitatório;

5.4.2. Nos pontos em que a Lei Federal nº 12.232/2010 for omissa ou fizer referências à antiga lei de licitações, Lei 8666/1993, entende-se que valerão as normas da NLLC;

5.5. A escolha pela presente contratação se fundamenta na disponibilidade no mercado de diversas agências de propaganda com sede no Estado do Maranhão e em outros estados, as quais tem plena capacidade de participar do certame, viabilizando ampla concorrência e de consequência, a contratação.

6. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

6.1. O valor previsto para a presente contratação está estimado em R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), conforme disponibilidade orçamentária.

6.2. A presente contratação envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas jurídicas previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

6.3. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da lei 12.232/2010.

6.4. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a ser atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

6.5. Como é a primeira vez que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão lançará edital para a contratação de serviços publicitários, não é possível considerar os valores aplicados pela Instituição em contratações vigentes e anteriores, sobrando somente a opção de identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, às novas necessidades de comunicação.

6.6. Também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pela Assessoria de Comunicação, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade.

6.7. Embora sem parâmetros, ressalta-se que o valor estimado pela Defensoria do Maranhão, para essa primeira contratação, visa ao atendimento de uma das demandas que muito cresceu nos três últimos anos, impactando os hábitos de consumo de comunicação observados até 2018, antes da pandemia da Covid-19. Naquela época, predominavam os meios de comunicação tradicionais, como TV, rádio, out of home, e a internet era uma mídia em eminência, que exigia ainda relativamente baixos valores de investimento. Em 2023, a mídia digital foi consolidada nos hábitos de consumo e arraigada na administração pública, não apenas como meio de divulgação, mas também como canais de prestação de serviços públicos e de relacionamento com os cidadãos. A internet, por meio de veículos de comunicação que atuam nessa área, exige investimentos bem maiores, ao mesmo tempo em que é necessário continuar utilizando os meios tradicionais que permanecem importantes no cotidiano dos públicos.

6.8. Soma-se ainda o fato de maiores demandas de comunicação na DPE/MA, o que exige investimentos em comunicação publicitária. Nesse sentido, podemos destacar o amplo trabalho de expansão dos serviços da Instituição, com as inaugurações dos núcleos regionais no interior do estado, além das ações itinerantes, necessitando cada vez mais de divulgação.

6.9. Destaca-se nesse trabalho, as ações de erradicação do sub-registro de nascimento, um os programas institucionais que mais ganharam força na atual gestão, que produz números de grande relevância para o estado, e que exigirá a realização de campanha específica, contribuindo assim para o objetivo estratégico da DPE/MA no fortalecimento de sua missão institucional em favor daqueles que mais precisam.

6.10. Dessa forma, em razão dos fatores anteriormente detalhados, dentre elas as necessidades de comunicação publicitária em plataformas digitais e o volume de ações que demandam comunicação publicitária, obtém-se a estimativa de valor.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. Para a contratação do serviço de **PUBLICIDADE**, a solução escolhida é a contratação de pessoa jurídica, detentora do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, cuja atividade econômica desenvolvida seja compatível com a prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.**

7.2. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

7.3. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações podem ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

II - a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

7.4. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

7.5. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da lei 12.232/2010 torna passível de execução apenas aquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

7.6. O regime de execução do(s) contrato(s) escolhido foi: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, SOB DEMANDA, NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA.**

7.7. A gestão do contrato será de responsabilidade da Assessoria de Comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO**, de acordo com as competências pré-estabelecidas.

7.8. O contrato será celebrado com duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, até o limite de 10 (dez) anos, nos termos e condições permitidas pela legislação vigente.

7.9. A fiscalização da execução do contrato ficará a cargo da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO – DPE/MA**, através da Assessoria de Comunicação, ou por funcionário(os) por ela(e) designado(s).

7.10. O processo de pagamento para os serviços contratados seguirá o formato de execução adotado por esta Defensoria Pública: PAGAMENTOS MENSAIS E PARCELADOS DE ACORDO COM A DEMANDA. Os pagamentos serão conduzidos sob a responsabilidade da Supervisão Financeira da DPE/MA e a Assessoria de Comunicação deverá atestar a efetiva prestação dos serviços, garantindo a conformidade com os termos do contrato.

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

8.1. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, por atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral, e por ser considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, não há como parcelar a solução.

8.2. Ainda se justifica o não parcelamento do serviço, por esta Assessoria entender que o valor estimado favorece a celebração de contrato único, que facilita o acompanhamento e a gestão das campanhas publicitárias, reduzindo a burocracia e fomentando uma mensagem mais consistente e eficaz. Também será vantajosa a contratação de fornecedor único pela possibilidade de obtenção de melhores condições comerciais, como descontos por volume e otimização de recursos.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Com a contratação pretendida, espera-se dar continuidade ao processo de fortalecimento da imagem da Defensoria Pública, reforçando as bases de sua interação com a população maranhense. Neste contexto, a Ascom pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência de melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade institucional.

9.2. É importante destacar que além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

9.3. É importante ressaltar que a contratação de agências de propaganda tem sido comum em todas as esferas da Administração Pública.

9.4. E que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstos no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** e, consequentemente, melhor atendimento das suas necessidades de comunicação vivenciadas no dia a dia.

9.5. Ao desenvolver uma publicidade mais eficiente, a Defensoria também otimizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos e vantagem para a administração pública.

.

10. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

10.1. Não foram identificadas providências a serem adotadas antes da celebração do contrato, como capacitações e treinamentos, além de estruturação ou adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão realizados na sede da contratada.

10.2. Será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, para gerir e fiscalizar a contratação e utilização do material adquirido, receber as faturas, conferir com os dados dos serviços as serem executados, através do sistema de gerenciamento e atestar sua conformidade, submetendo à ratificação da Unidade Gestora.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

11.1. De acordo com o art. 4º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, os serviços de publicidade serão contratados em agência de propaganda especializada na arte e na técnica publicitária, cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, sendo serviços autônomos os quais prescindem de contratações correlatas ou interdependentes.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

12.1. Considerando a natureza do objeto, não há impactos ambientais relevantes a serem discutidos neste estudo. Pode-se apenas citar a possibilidade de veiculação de material impresso, o qual é passível de reciclagem.

13. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

13.1. Diante das considerações aqui feitas considera-se que o objeto do presente ETP é viável, uma vez que atinge as dimensões esperadas de eficácia, efetividade, eficiência e economicidade.

13.2. Assim, avaliamos que a presente contratação é viável em todos os aspectos, havendo previsão orçamentária alocada para esse fim e sendo o objeto da contratação compatível com as competências institucionais da Assessoria de Comunicação.

13.3. Importante ressaltar que a Assessoria de Comunicação observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos relativos à matéria. Que as atividades de gestão e fiscalização da execução contratual são realizadas de forma preventiva, rotineira e sistemática, de forma a garantir o fiel cumprimento às cláusulas contratuais e diretrizes estabelecidas, bem como aferir a qualidade dos serviços prestados, considerando o nível técnico dos trabalhos e os resultados concretos dos esforços de comunicação, da diversificação dos serviços e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada, com a finalidade de aquilatar a necessidade de solicitar à Contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados e para decidir sobre a conveniência de renovar ou não a contratação.

14. RESPONSÁVEIS

14.1. Gestor: Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva, Matrícula: 2006781

14.2. Administrativo: Lucienne Santos da Silva, Matrícula: 2223725

São Luís–MA, em **13** de **fevereiro** de **2025**.

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 13/02/2025, às 10:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0159524** e o código CRC **E1C33EC0**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

TR - TERMO DE REFERÊNCIA

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

Informações Gerais:

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

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

1.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que

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

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

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

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.7. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.2** e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

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

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

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

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

3. Valor contratual, recursos orçamentários e vigência

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

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

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

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

4. Descrição da solução

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

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

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CONTRATANTE, conforme art. 74 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023.

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

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

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

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

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

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até o percentual máximo de 50%, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I - O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

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

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

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

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

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

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

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

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

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

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

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

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6. OBRIGRAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;

e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

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

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

7. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

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

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

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

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

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 7.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.

4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 7.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7.3. A aplicação das sanções previstas neste TR não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.4. Todas as sanções previstas neste TR poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

7.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d) os danos que dela provierem para o Contratante;

e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

7.8. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

7.9. A personalidade jurídica do **CONTRATADO** poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos no Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o **CONTRATADO**, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.10. O **CONTRATANTE** deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.10.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

7.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

7.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indemnizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

8. APÊNDICES

8.1. Integram este Termo de Referência os seguintes Apêndices:

a) Apêndice 1: Entrega da Proposta Técnica, da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e dos Documentos de Habilitação;

b) Apêndice 2: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;

c) Apêndice 3: Apresentação da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e Julgamento das Declarações Quanto à Proposta de Preço da Contratada;

d) Apêndice 4: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

Apêndices

APÊNDICE 1

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

1. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

1. ter nenhuma identificação;

2. apresentar informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;

3. estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a, por si só, possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

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

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

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

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

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

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de

Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

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

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

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

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

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

Invólucro nº 4

Declaração Quanto à Proposta de Preços da Contratada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/M

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

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

3. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

3.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

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

APÊNDICE 2

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 1.2.2;

4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;

5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

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

7. alinhamento justificado do texto;

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

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

10. sem identificação da licitante.

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

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

a) poderão ser editados em cores;

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

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

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

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

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

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

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

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

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

1.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

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

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

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

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

1. análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital).

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

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

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

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

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

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

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

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

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) ‘monstro’ ou layout eletrônico, para o meio rádio;

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

d) ‘boneca’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

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

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

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

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

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

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

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

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para tablets, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;

e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;

f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

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

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

a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

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

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

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

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

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

b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;

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

d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;

e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 1.3.4.3.1 e 1.3.4.3.2.

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;

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

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

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

1.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.3.1. Caso o Edital desta concorrência venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

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

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

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

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

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

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO,** sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

estabelecidas no Edital desta concorrência.

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

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

2.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital) .

2.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

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

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

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

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital);

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

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

a) alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

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

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

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

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

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

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

2.3.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

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

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

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

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

2.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**;

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

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

e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**.

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

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

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

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

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

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

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

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

d) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.

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

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

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

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

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

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

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

2.4.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Apêndice.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

APÊNDICE 3

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

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

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

1.1.1. Referida Declaração deverá ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

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

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

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

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

APÊNDICE 4

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

apresentados:

I - em via original; ou

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

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

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

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

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

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

1.2.1. Habilitação Jurídica

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

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

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

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

1.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

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

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

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

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

f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

1.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

1.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não

apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

1.2.3. Qualificação Técnica:

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

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

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

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

1.2.4 Qualificação Econômico-financeira

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

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou

autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

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

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

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

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 1.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

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

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

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

1.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais).

1.2.5. Declarações:

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

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<*nome da licitante*>, inscrita no CNPJ sob o nº , por intermédio de seu representante legal , portador(a) da Carteira de Identidade nº /_, inscrito(a) no CPF sob o nº , DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<*se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:*>

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

<*local e data*

_____

<*representante legal da licitante*

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

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<*identificação completa*>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 1.2.5 do Apêndice 4, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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

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

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

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

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, antes da abertura oficial das propostas; e

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

<local e data>

_____

<representante legal da licitante

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

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

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

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

São Luís, 13 de fevereiro de 2025.

São Luís–MA, em **13** de **fevereiro** de **2025**.

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 13/02/2025, às 10:13, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0160367** e o código CRC **6FB63EE8**.

BRIEFING CAMPANHA SIMULADA

1. INTRODUÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

2. DESAFIOS ESTRATÉGICOS

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

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

2.3. Posicionar a Defensoria Pública do Estado do Maranhão como uma instituição de gestão moderna e de excelência, que se preocupa em oferecer

um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor, para garantir a satisfação dos seus assistidos;

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

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

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

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

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

3.2 Específicos

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

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

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

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

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

4. TÓPICOS RELEVANTES

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

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

Valores:

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

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

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

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

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

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

5. PÚBLICO-ALVO:

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

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

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

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

a) Jovens e adultos;

b) Ambos os sexos;

c) Todos os gêneros;

d) Todas as classes sociais.

6. A CAMPANHA

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

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

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

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

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

7. MARCA

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

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

- Instagram;

- YouTube;

- Facebook;

- X/Twitter;

- TikTok;

- Portal da Intranet - direcionado a servidores;

- Displays dispostos em todos os andares do prédio-sede da DPE/MA para a colocação de informes/comunicados;

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para servidores (as);

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para defensores (as) públicos (as);

- E-mail para servidores (as);

- E-mail para defensores (as) públicos (as).

9. PRAÇA

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

10. PRAZO DA CAMPANHA

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

11. INVESTIMNENTO PARA O PROJETO

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

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

PORTARIA Nº 016/2025-DPGE, DE 09 DE JANEIOR DE 2025

Designa servidores e servidoras para atuarem Comissão de Contratação Especial para licitação e contratação pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

O **DEFENSOR PÚBLICO GERAL DO ESTADO**, no uso de suas atribuições legais,

CONSIDERANDO o art. Art. 10 da Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010 que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

CONSIDERANDO a necessidade de dar publicidade e transparência aos atos praticados pela Administração;

RESOLVE:

Art. 1º Designar os(as) servidores(as) abaixo para comporem comissão de contratação especial para licitação e contratação pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda na condição de membros titulares:

I. **Lucienne Santos da Silva,** matrícula nº 2223725, lotada na Assessoria de Comunicação;

II. **Jéssica Côrtes Fonseca de Andrade**, matrícula nº 2498343, lotada na Assessoria Jurídica;

III. **Anunciação de Maria Costa Barbosa**, matrícula nº 2145084, lotada na Comissão Permanente de Contratação;

IV. **Lílian Ribeiro de Santana Goulart**, matrícula nº 2748820, lotada na Comissão Permanente de Contratação;

Parágrafo único. Os membros da Comissão, em conjunto, deverão assegurar a observância dos princípios legais, especialmente da publicidade, eficiência, moralidade, isonomia e competitividade durante o processo licitatório.

Art. 2º Os trabalhos da Comissão deverão ser realizados em conformidade com os prazos estipulados no cronograma do processo licitatório e em observância às diretrizes estabelecidas na legislação vigente.

Art. 3º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, em São Luís, 09 de janeiro de 2025.

GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES
Defensor Público-Geral do Estado do Maranhão

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: ASCOM /Assessoria de Comunicação

À Supervisão de Monitoramento e Avaliação das Atividades Administrativas,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Encaminho os autos para providencias quanto a elaboração de Instrumento de Medição de Resultados (IMR) e Mapa de Gerenciamento de Risco (MGR).

São Luís–MA, em **13** de **fevereiro** de **2025**.

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 13/02/2025, às 10:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0160711** e o código CRC **FCC31610**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

MAPA DE RISCOS DE SERVIÇOS

ITEM	DESCRIÇÃO	RISCOS	AÇÕES PREVENTIVAS	RESPONSÁVEL	INDICADOR DE DESEMPENHO	PERIODICIDADE
RISCOS INTERNOS	Documento de Formalização de Demanda - DFD Elaboração do Estudo Técnico Preliminar - ETP Elaboração do Termo de Referência - TR	Estudo Técnico Preliminar deficitário Falha na elaboração do Termo de Referência	Elaborar procedimento interno de todas as especificações do objeto a ser licitado.	SETOR SOLICITANTE	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
	Contratação de empresa inapta, que não atua no ramo pertinente, ou impedida de contratar com a Administração	Problemas na execução do contrato. Responsabilização dos servidores envolvidos no processo de contratação, incluindo a autoridade do órgão.	Exigir no Edital/TR documentos compatíveis com a complexidade do objeto, Verificar se a empresa possui CNAE pertinente ao objeto a ser contratado, além de eventuais registros de penalidades ou ocorrências impeditivas de licitar ou contratar; Verificar se a empresa possui experiência anterior compatível com a demanda.	SETOR SOLICITANTE	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
	Enquadramento no Plano de Contratação Anual - PCA	Não constar no Plano de ContrataçãoAnual - PCA	Consulta prévia do enquadramento da despesa	ASPLAN	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
	Publicação/Divulgação do Edital	Falta de publicação dos atos necessários à validade do processo Licitatório (PNCP, DOE e SINC - Contratada)	Estabelecer um cronograma claro para publicação dos atos necessários, garantindo conformidade com os prazo legais	CPC	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
	Validação do Contrato	Recusa de assinatura e/ou da apresentação das garantias contratuais	Garantir que a empresa selecionada reúna as condições técnico-operacional e financeira necessária à execução do objeto	ASPLAN / 2ª SUB	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
	Publicação do Contrato	Falta de publicação do ato administrativo em tempo hábil no PNCP, SITE DA DPE, SINC - CONTRATA E DOE.	Verificação de publicação dentro do prazo legal	ASSEJUR / ASPLAN	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
	Gestor e Fiscal do Contrato	Designação de servidores sem conhecimento técnico do objeto	Indicar servidores com conhecimento técnico na área do objeto do contrato e proporcionar capacitação de gestores e fiscais.	SETOR SOLICITANTE e DEFENSORIA GERAL	Percentual de Processos aprovados maior ou igual a 100%	03 meses
RISCOS EXTERNOS	Orçamento LDO - LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIA	Alteração nos Artigos inerentes à DPE/MA da Lei de Diretrizes Orçamentária que impactem no repasse de recursos	Garantir a alocação de recursos adequados para cobrir os custos e despesas contratuais.	DEFENSORIA GERAL / SUFIN		
	Orçamento PLOA - PLANO DE LEI ORÇAMENTÁRIA ANUAL	Alteração nos Artigos inerentes à DPE/MA do Plano deLei Orçamentária Anual que impactem no repasse de recursos	Garantir a alocação de recursos adequados para cobrir os custos e despesas contratuais.	DEFENSORIA GERAL / SUFIN		
	Falha na entrega dos serviços contratados	Entrega dos serviços contratados em desacordo com o especificado em edital	Estabelecer Acordo de Nível de Serviços(ANS) claro e realizar monitoramento contínuo	GESTOR / FISCAL		
	Serviços prestados com qualidade inferior ao esperado	Serviços prestados não atendem aos padrões de qualidade acordados, resultando em desempenho inadequado, insatisfação do cliente, custos adicionais e/ou interrupções na prestação dos serviços	Definir claramente os padrões de qualidade esperados no contrato; Incluir especificações técnicas detalhadas e critérios de aceitação; Incluir cláusulas de garantia de qualidade e penalidades por não conformidade; Estabelecer Acordo de Nível de Serviços(ANS) específicos para indicadores de qualidade, como tempo de resposta, tempo de resolução, e taxa de falhas	GESTOR / FISCAL		
	Não conformidade com leis trabalhistas	Possibilidade da empresa contratada não cumprir leis trabalhistas vigentes, o que pode acarretar para o órgão contratante os ônus legalmente cabíveis devido à corresponsabilidade prevista em lei, além da possibilidade de paralisação dos serviços contratados devido à ações trabalhistas	Realizar uma avaliação detalhada dos fornecedores antes da contratação, verificando histórico de conformidade trabalhista.; Incluir critérios de conformidade trabalhista na seleção de fornecedores; Incluir cláusulas específicas de conformidade com as leis trabalhistas nos contratos; Definir claramente as responsabilidades do fornecedor em relação ao cumprimento das leis trabalhistas.	GESTOR / FISCAL		
	Acesso não autorizado a informações sensíveis	Vazamentos de informações confidenciais, perda de dados e comprometimento da segurança institucional	Políticas de segurança de TI, treinamentos de segurança, Estabelecer claramente quais informações os terceirizados podem acessar e com que nível de permissão.	GESTOR / FISCAL		
	Subcontratação ou delegação indevida da execução do contrato.	Perda de qualidade na entrega do objeto contratual; possibilidade de responsabilização dos agentes públicos envolvidos e da empresa contratada; descontinuidade do serviço público; dano/prejuízo ao erário; e retrabalho.	Adotar, como regra, a vedação à possibilidade de subcontratação (Lei 14133/21, art. 122, §2º). Nas hipóteses em que o Edital admitir a subcontratação, exigir que a Administração seja consultada primeiramente. Cetificar-se sempre de que a empresa contratada está, ela própria, executanto o contrato, salvo nas hipóteses de subcontratação autorizada.	GESTOR / FISCAL		

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADOS

Supervisão de Monitoramento e Avaliação - SMAAA

Processo SEI nº 0000873.110000950.0.2025

Objeto: Contratação de uma agência de propaganda para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA).

INDICADOR 01	
ITEM	**CUMPRIMENTO DOS PRAZOS DE ENTREGA**
Finalidade	Garantir que os serviços publicitários sejam entregues dentro dos prazos estipulados, atendendo às necessidades institucionais.
Meta a Cumprir	95% das demandas atendidas no prazo estipulado.
Forma de Medição	Verificação mensal do percentual de demandas entregues dentro do prazo por meio de relatórios de acompanhamento.
Periodicidade da verificação	Mensal.
Início de Vigência	Data da assinatura do contrato.
Sanções Contratuais	Conforme previsto no Termo de Referência e Contrato

INDICADOR 02	
ITEM	**QUALIDADE DAS PEÇAS PUBLICITÁRIAS**
Finalidade	Assegurar que as peças publicitárias entreguem impacto visual e comunicacional alinhado à identidade institucional.
Meta a Cumprir	Obtenção de avaliação positiva em 90% das peças submetidas à análise da Assessoria de Comunicação.
Forma de Medição	Relatórios de avaliação qualitativa das peças criadas com base em critérios técnicos previamente definidos.
Periodicidade da verificação	Trimestral.
Início de Vigência	Data da assinatura do contrato.
Sanções Contratuais	Conforme previsto no Termo de Referência e Contrato

INDICADOR 03	
ITEM	**ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**
Finalidade	Garantir o cumprimento do orçamento previamente aprovado para cada ação publicitária.
Meta a Cumprir	100% das ações realizadas dentro dos valores aprovados.
Forma de Medição	Comparação entre valores estimados e valores executados, conforme relatórios financeiros.
Periodicidade da verificação	Trimestral.
Início de Vigência	Data da assinatura do contrato.
Sanções Contratuais	Conforme previsto no Termo de Referência e Contrato

INDICADOR 04	
ITEM	**ÍNDICE DE SATISFAÇÃO DA DPE/MA**
Finalidade	Mensurar o grau de satisfação da instituição com os serviços prestados.
Meta a Cumprir	85% de satisfação em pesquisa interna aplicada aos gestores responsáveis pela supervisão do contrato.
Forma de Medição	Aplicação de formulário com escala de avaliação (1 a 5) sobre a qualidade do serviço prestado.
Periodicidade da verificação	Semestral.
Início de Vigência	Data da assinatura do contrato.
Sanções Contratuais	Conforme previsto no Termo de Referência e Contrato

INDICADOR 05	
ITEM	**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO DAS DEMANDAS URGENTES**
Finalidade	Assegurar que demandas urgentes sejam atendidas de maneira célere e eficaz.
Meta a Cumprir	Atendimento de 100% das demandas urgentes no prazo máximo de 24 horas
Forma de Medição	Registro de atendimento às demandas urgentes com comprovação documental.
Periodicidade da verificação	Mensal
Início de Vigência	Data da assinatura do contrato.
Sanções Contratuais	Conforme previsto no Termo de Referência e Contrato

INDICADOR 06	
ITEM	**ALCANCE DAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS**
Finalidade	Garantir que as campanhas publicitárias atinjam o público-alvo de forma efetiva.
Meta a Cumprir	80% de alcance do público-alvo estimado em cada campanha.
Forma de Medição	Relatórios de análise de mídia e métricas de alcance fornecidos por plataformas de veiculação.
Periodicidade da verificação	Mensal
Início de Vigência	Data da assinatura do contrato.
Sanções Contratuais	Conforme previsto no Termo de Referência e Contrato

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: SMAAA /Supervisão de Monitoramento das Atividades Administrativas

À Segunda Subdefensoria,

Considerando o processo **n.º 0000873.110000950.0.2025 - Licitatório: Concorrência - Contratação de Agência de Publicidade.**

Após elaboração e inserção do Mapa de Gerenciamento de Risco - MGR e o Instrumento de Medição de Resultados - IMR, encaminhamos os autos para continuidade nos trâmites processuais.

São Luís–MA, em **13** de **fevereiro** de **2025**.

Hevanilde Ferro Castro
Supervisora de Monitoramento
Supervisão de Monitoramento e Avaliação das Atividades Administrativas - SMAAA

Documento assinado eletronicamente por **Hevanilde Ferro Castro**, **Supervisor(a) de Monitoramento e Avaliação das Atividades Administrativas**, em 13/02/2025, às 15:29, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0161219** e o código CRC **E7CE4B38**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: 2ª SUB /Segunda Subdefensoria Pública do Estado

À Assessoria de Planejamento,

Considerando o processo **n.º 0000873.110000950.0.2025 - Licitatório: Concorrência - Contratação de Agência de Publicidade.**

Solicito que seja informada subação adequada para enquadramento da despesa e retorno dos autos à **2ª Subdefensoria.**

São Luís–MA, em **14** de **fevereiro** de **2025**.

Paulo Rodrigues da Costa
Segundo Subdefensor Público Geral

Documento assinado eletronicamente por **Paulo Rodrigues da Costa**, **2º Subdefensor Público Geral do Estado do Maranhão**, em 14/02/2025, às 09:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0161473** e o código CRC **CA03301D**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ENQUADRAMENTO ORÇAMENTÁRIA

Unidade Emitente: ASPLAN /Assessoria de Planejamento e Ações Estratégicas

Segunda Subdefensoria Pública do Estado,

Considerando **processo n.º 0000873.110000950.0.2025 - Licitatório: Concorrência - Contratação de Agência de Publicidade**, conforme solicitado, as despesas correrão no seguinte Programa de Trabalho.

Informações de Enquadramento da Despesa:

Função:	03 - Essencial à Justiça
Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 - Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 - Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	**03.092.0623.6005.023316**

Atenciosamente, em **14** de **fevereiro** de **2025**.

Suzana Oliveira Martins
Assessora Junior
Assessoria de Planejamento e Ações Estratégicas

Documento assinado eletronicamente por **Suzana Oliveira Martins**, **Assessora Junior**, em 14/02/2025, às 09:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0161488** e o código CRC **AFF7D1F0**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: 2ª SUB /Segunda Subdefensoria Pública do Estado

À Supervisão Financeira,

Considerando o processo **n.º 0000873.110000950.0.2025 - Licitatório: Concorrência - Contratação de Agência de Publicidade**

Determino que sejam dadas providências quanto a emissão de Informe-Disponibilidade Orçamentária no valor **R$ 1.000.000,00** (um milhão de reais), referente à Contratação de **Agência de Publicidade**, na subação **023316 - Comunicação e Divulgação Institucional** conforme indicação da ASPLAN**.**

São Luís–MA, em **14** de **fevereiro** de **2025**.

Paulo Rodrigues da Costa
Segundo Subdefensor Público Geral

Documento assinado eletronicamente por **Paulo Rodrigues da Costa**, **2º Subdefensor Público Geral do Estado do Maranhão**, em 14/02/2025, às 11:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0161658** e o código CRC **2D4A90FC**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: SUFIN /Supervisão Financeira

À Divisão de Controle Contábil e Financeiro,

Considerando processo n.º **0000873.110000950.0.2025 - Licitatório: Concorrência - Contratação de Agência de Publicidade**

Objetivando o pleno atendimento da solicitação de Contratação de Agência de Publicidade conforme contido nos autos, encaminho para ser informada disponibilidade orçamentária.

São Luís–MA, em **14** de **fevereiro** de **2025**.

Ilvania Maria Mendes Dutra
Supervisor(a) Financeira

Documento assinado eletronicamente por **Ilvania Dutra**, **Supervisor(a) Financeira**, em 14/02/2025, às 11:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0161682** e o código CRC **415485B4**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ORÇAMENTO DE 2025

INFORMAÇÕES CADASTRAIS E ORÇAMENTÁRIAS PAG. 1

INFORMAÇÕES CADASTRAIS			
Nº DO PROCESSO:	87311000095002025	**DATA:**	14/02/2025
CREDOR:			
Nº CPF/CGC:			
ENDEREÇO:			
INFORMAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS			
ORGÃO:	08000 - DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO		
UNID. ORÇAMENTÁRIA:	08901 - FUNDO DE APARELHAMENTO DA DEFENSORIA PÚBLICA DO MARANHÃO		
FUNÇÃO:	03 - Essencial a Justiça		
SUBFUNÇÃO:	092 - Representacao Judicial e Extrajudicial		
PROGRAMA:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantia Fundamentais		
PROJETO ATIVIDADE:	6005 - Fortalecimento da Comunicação e Imagem Institucional - FADEP		
UNIDADE GESTORA:	080901 - FUNDO DE APARELHAMENTO DA DEFENSORIA PÚBLICA DO MARANHÃO		
SUBAÇÃO:	023316 - COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO INSTITUCIONAL		
NATUREZA DE DESPESA:	339039 - OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS-PESSOA JURIDICA		
SUBELEMENTO DE DESPESA:	33903990 - SERVICOS DE PUBLICIDADE		
FONTE DE RECURSOS:	1759107000 - FONTE DE RECURSO DO FADEP		
MOD. EMPENHO:	Global	**LICITAÇÃO:**	04 - Concorrência
HISTÓRICO:	Contratação de agência de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA).		
VALOR:	R$ 1.000.000,00	**SALDO DA ND:**	R$ 1.100.000,00
		SALDO DO ITEM:	R$ -

VALOR DE DOTAÇÃO FIXO: NÃO

ÚLTIMA GRAVAÇÃO: JJSFERREIRA

Nº RA	Nº CT	Nº NE	Nº NL	Nº PD	Nº PP

Em conformidade com o inciso II, do artigo 16, da Lei de Responsabilidade Fiscal – LRF (Lei Complementar Federal nº 101, de 04/05/2000), informo que a despesa apresenta adequação orçamentária e financeira com a Lei Orçamentária Anual - LOA (Lei nº 12.168, de 19/12/2023) e compatibilidade com o Plano Plurianual – PPA 2024 - 2027 (Lei nº 12.167, de 19/12/2023) e com a Lei de Diretrizes Orçamentárias – LDO (Lei nº 11.994, de 31/07/2023).

Informe de Disponibilidade Orçamentária (0161910) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 62

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: DCCF /Divisão de Controle Contábil e Financeiro

Departamento de Controle Interno,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Encaminhe-se os autos, após inclusão da Dotação Orçamentária.

São Luís–MA, em **14** de **fevereiro** de **2025**.

José Joaquim Silveira Ferreira
Auxiliar Técnico
DCCF

Documento assinado eletronicamente por **José Joaquim Silveira Ferreira**, **Auxiliar Técnico**, em 14/02/2025, às 15:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0161911** e o código CRC **0A3AC47E**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: DCI /Departamento de Controle Interno

Prezada Supervisora,

Conforme alinhamento anterior, segue o processo para retificações propostas.

Atenciosamente,

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

Antonio Felipe Araújo Ribeiro
Chefe de Setor
DCI

Avenida Júnior Coimbra, S/N, - Bairro Renascença II, São Luís-MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP 65075-696
CNPJ:00.820.295/0001-42 / - https://defensoria.ma.def.br / **controleinterno@ma.def.br - Ramal 235**

0162886v2

Documento assinado eletronicamente por **Antonio Felipe Araújo Ribeiro**, **Chefe do Departamento de Controle Interno**, em 18/02/2025, às 11:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0162886** e o código CRC **3F1565B9**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DFD - DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DA DEMANDA

Defensoria Pública Geral do Estado,

Em atendimento ao disposto no Art. 72. Da Lei n.º 14.333, de abril de 2021, submeto o DFD - Documento de Formalização de Demanda para análise conforme informações abaixo.

Informações Gerais:

Número do Processo	0000873.110000950.0.2025
Tipo:	Licitatório: Concorrência
Setor Requisitante (Unidade /Setor /Depto.):	ASCOM /Assessoria de Comunicação
Responsável pela Área:	MARIA DO SOCORRO BOAES BARBOSA SILVA
Matrícula:	2006781
E-mail:	ascomdpe@ma.def.br
Telefone:	98 8824-9562

Informações do Objeto:

Objeto da Futura Contratação:	Contratação de uma agência de propaganda para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA).
Valor Estimado:	**R$** 1.000.000,00 (Hum milhão)

Objeto:

(**)** Serviço não continuado

(**X**) Serviço continuado SEM dedicação exclusiva de mão de obra	
( ) Serviço continuado COM dedicação exclusiva de mão de obra	
( ) Material de consumo	
( ) Material permanente / equipamento	
( ) Outros:	
Forma de Contratação Sugerida:	( ) Pregão (**X**) Concorrência ( ) Diálogo Competitivo ( ) Leilão ( ) Dispensa ( ) Dispensa Eletrônica ( ) Inexigibilidade ( ) Adesão à ARP de outro Órgão

Justificativa da necessidade da contratação da solução.

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA) completa 24 anos de existência em 2025, mas ainda são significativos os desafios para a consolidação da política pública de acesso a direitos. Continuar avançando no processo de expansão territorial, concomitantemente ao trabalho de divulgação de sua missão institucional e de seus serviços, é um deles.

Mesmo com todos os esforços da Assessoria de Comunicação (Ascom), nos últimos seis anos, fruto de uma maior aproximação com as mídias tradicionais e implementação e reforço no marketing digital, essa estratégia se tornou insuficiente para os planos grandiosos da DPE/MA.

A Ascom, portanto, tem convicção de que muitos avanços na divulgação e fortalecimento da imagem da Defensoria, bem como de suas bandeiras e lutas, poderiam ser amplificados e potencializados, caso a instituição passe a contar com uma verba específica para a produção de campanhas publicitárias assertivas, com temáticas voltadas a educação em direitos, especialmente de populações vulneráveis assistidas pela instituição. E mais: utilizando os meios de comunicação adequados, para a mensagem institucional chegar aos lugares mais remotos, promovendo impactos positivos na vida dos que mais precisam, a partir do exercício pleno de seus direitos.

Ao divulgar seus serviços e ações, a Defensoria informa e empodera as pessoas, ajudando-as a acessar os seus direitos e a evitar abusos. Assim, a Defensoria Pública reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, na qual o direito ao acesso à justiça e ao conhecimento dos direitos é um bem comum, que deve alcançar todos.

Neste contexto, a Defensoria pretende contratar uma agência de publicidade capaz de produzir, dentre outras demandas, campanhas publicitárias, abordando assunto sensível cuja divulgação precisa ser intensificada no estado, tendo entre um dos focos a utilização de influencers e outras personalidades que possam contribuir com o esforço da instituição de chegar mais próximo do cidadão.

Quantidade de material da solução a ser contratada (estimativo)

Os serviços serão executados de acordo com a demanda e a necessidade da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato, conforme propostas abaixo:

- Campanha de divulgação das atividades itinerantes da Defensoria do Maranhão com participação de digital influencers;

- Campanha de valorização da marca da Defensoria dentro e fora da instituição – “Defensoria, patrimônio do Maranhão”;

- Campanha de fortalecimento do Projeto “Te Alui, Mulher”, de combate à violência doméstica em comunidades de São Luís.

Previsão de entrega dos serviços

Durante o ano de 2025

Créditos orçamentários	
Valor estimado da contratação:	**R$ 1.000.000,00**
Valor estimado de investimento:	**R$ 1.000.000,00**

Indicação do(s) Gestor e Fiscal do Contrato		
Gestor	Nome: MARIA DO SOCORRO BOAES BARBOSA SILVA	
	Matrícula: 2006781	
Administrativo	Nome: Lucienne Santos da Silva	
	Matrícula: 2223725	

***Declaro que os servidores indicados, foram comunicados e estão cientes de suas atribuições.**

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

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0163121** e o código CRC **3CE240E2**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ETP - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Conforme a previsão contida no inciso XX do art. 6º da Lei n.º 14.133/2021, considera-se **Estudo Técnico Preliminar** o "documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação".

Informações Gerais:

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

INTRODUÇÃO

O presente Estudo reúne o conjunto de informações indicativas e as condições preliminares exigíveis para **Aquisição de Serviço ou Contratação de Serviço** referente ao **Objeto da compra ou Contratação**, com vistas à continuidade e pleno funcionamento da Instituição, sob Gestão e Fiscalização da **ASCOM /Assessoria de Comunicação**

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de uma agência de publicidade/propaganda, com vistas a atender às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO.**

SETOR REQUISITANTE: Assessoria de Comunicação da Defensoria Pública do Estado do Maranhão – DPE/MA.

OBJETO: O objeto da presente Concorrência é a contratação de uma (1) agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE/MA).**

Normativas que disciplinam os serviços a serem contratados

1. Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021.

2. Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.

3. Lei nº 4.680 de 18 de junho de 1965.

4. Decreto nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966.

5. Art. 37, § 1º, da Constituição Federal de 1988.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

1.1. Os serviços de publicidade são prestados necessariamente por agências de propaganda.

1.2. A **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE-MA)** é uma instituição essencial à função jurisdicional do Estado, responsável por prestar assistência jurídica integral e gratuita àqueles que não têm condições de pagar por serviços advocatícios. Suas atribuições estão previstas na Constituição Federal de 1988 e na legislação específica que regulamenta a Defensoria Pública.

1.2.1. As principais atribuições da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** incluem:

a) Assistência Jurídica Integral e Gratuita;

b) Atuação em Todas as Áreas do Direito;

c) Atuação Extrajudicial e Judicial;

d) Defesa dos Direitos Humanos;

e) Atuação em Favor de Grupos Vulneráveis;

f) Mediação e Conciliação.

1.3. Criada com a Constituição Federal de 1988, a Defensoria Pública é a mais jovem instituição do Sistema de Justiça, que no Maranhão foi oficialmente instituída apenas em 2001, com a posse dos primeiros defensores públicos da carreira. Com 23 anos de existência, a Defensoria maranhense hoje tem 232 defensores públicos em seu quadro e está presente em 72 comarcas, beneficiando 160 municípios, considerando os termos judiciários.

1.4. Tratando-se da política pública de acesso a direitos, a Defensoria Pública do Maranhão ainda tem muitos desafios. E um deles é continuar avançando no seu processo de expansão territorial, concomitantemente ao trabalho de divulgação da sua missão e serviços. Isso porque a instituição cresceu muito nos últimos anos, e, mesmo com todos os esforços da Assessoria de Comunicação (Ascom), muita gente não sabe o que é a Defensoria Pública, ao ponto de confundirem até o nome do cargo de defensor público com o de promotor, procurador, chamando-o também de advogado.

1.5. Todos esses temas são bastante trabalhados nas mídias tradicionais e nas redes sociais da instituição, que hoje já ultrapassa a casa dos 60 mil seguidores, somente no Instagram, superando instituições do sistema de justiça bem mais antigas como o Ministério Público do Maranhão, e se mantendo entre as 10 Defensorias Públicas mais influentes do país nas redes sociais, tendo um dos perfis de maior interação, conforme levantamento divulgado pelo Social Media Gov, divulgado em julho de 2024.

1.6. Além disso, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão mantém uma ótima relação com os principais canais de mídias tradicionais no estado, garantido, assim, a publicação/divulgação de um volume gigantesco de matérias de interesse da instituição, dentre outros tipos de inserção, produzidas por sua Ascom ou demandadas pelos próprios órgãos de comunicação, sem ônus.

1.7. Ocorre que, nos últimos anos, essa estratégia se tornou insuficiente para os desafios da Política de Comunicação da Defensoria Pública. E mesmo com resultados tão positivos, a Ascom tem convicção de que muitos avanços na divulgação e fortalecimento da imagem da Defensoria, bem como de suas bandeiras e lutas, poderiam ser amplificados e potencializados, caso a Ascom passe a contar com uma

verba específica para a produção de campanhas publicitárias assertivas, com temáticas voltadas a educação em direitos, especialmente de populações vulneráveis assistidas pela instituição. E mais: utilizando os meios de comunicação adequados, para a mensagem institucional chegar aos lugares mais remotos, promovendo impactos positivos na vida dos que mais precisam, a partir do exercício pleno de seus direitos.

1.8. É importante reforçar que uma boa estratégia de comunicação pode combinar o uso de diferentes veículos, mídias tradicionais e alternativas, mensagens racionais e objetivas, com dados reais e informações que em conjunto funcionam como um gatilho e tem o potencial de impulsionar a atenção, a preocupação e o interesse da sociedade por assuntos relacionados ao seu desenvolvimento, com ênfase na promoção da cidadania.

1.9. Também é necessário destacar que a frequência na publicidade pode gerar uma mobilização positiva em torno do sistema de garantias constitucionais, favorecendo a busca pelo conhecimento e orientações sobre o correto encaminhamento à política pública de acesso a direitos. A frequência refere-se à quantidade de vezes que uma pessoa é exposta à mensagem publicitária, sendo este um fator chave para a memorização dos serviços da Defensoria Pública pelos públicos vulnerabilizados. Daí a importância de um planejamento a longo prazo, com verba e profissionais comprometidos com a execução do plano do início ao fim nas suas diferentes frentes de atuação.

1.10. Ressalta-se, portanto, que a Defensoria Pública tem como uma de suas missões essenciais a promoção do acesso universal aos direitos fundamentais, atuando como guardiã da justiça para todos, especialmente para aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade. Desde crianças e adolescentes, até mulheres em situação de violência e idosos, a Defensoria se empenha em garantir que os direitos básicos – como saúde, educação, moradia e dignidade – sejam respeitados e protegidos, sempre com um olhar atento às necessidades específicas de cada indivíduo e grupo social.

1.11. Ao divulgar seus serviços e ações, a Defensoria informa e empodera as pessoas, ajudando-as a acessar os seus direitos e a evitar abusos. Assim, a Defensoria Pública reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, na qual o direito ao acesso à justiça e ao conhecimento dos direitos é um bem comum, que deve alcançar todos.

1.12. Neste contexto, a Defensoria pretende contratar uma agência de publicidade capaz de produzir uma ou duas campanhas de médio a grande porte, por ano, abordando assunto sensível cuja divulgação precisa ser intensificada no estado, tendo entre um dos focos a utilização de influencers e outras personalidades que possam contribuir com o esforço da instituição de chegar mais próximo do cidadão.

2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

2.1. Previstos no Plano Anual de Contratação de 2025, os recursos orçamentários necessários ao cumprimento do contrato decorrente desta licitação, correrão por conta da seguinte classificação funcional programática: **03.092.0623.6005.023316, na Subação 023316.**

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. Visando atender à necessidade desta Assessoria de Comunicação, a contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, na Modalidade Concorrência Presencial. A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública.

3.2. Portanto, há situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Por isso, no caso do serviço de publicidade, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa, apesar de também ser levado em conta a realidade de preços praticados em nosso mercado. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação

das propostas.

3.3. Dentre os critérios de julgamento previstos para Concorrência, a DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO adotará o tipo MELHOR TÉCNICA, conforme art. 6º, XXXVIII, b; da Lei nº 14.133/2021**,** considerando parâmetros como os tipos de ações publicitárias a serem desenvolvidas, a quantidade de meios a serem utilizados, os públicos-alvos a serem atingidos, o perfil geográfico das ações de publicidade e a sazonalidade das necessidades de comunicação.

3.4. Visto que as atividades realizadas integradamente têm por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratada deverá possuir, no Estado, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO, representada por profissionais qualificados com experiência comprovada.

3.5. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, é considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, sendo celebrado contrato com a adjudicatária, com vigência de 12 meses, de acordo com o art. 106 da Lei nº 14.133, de 2021, e conforme modelo a ser elaborado pelo setor competente. Sendo prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

3.6. A contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas. Considerando as recomendações voltadas para a sustentabilidade ambiental, a contratação em questão é de baixíssimo impacto ambiental, e não envolve requisitos de práticas de sustentabilidade.

4. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

4.1. Os serviços serão executados de acordo com a demanda e a necessidade da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato.

4.2. A licitação proposta é a primeira realizada pela Instituição em 23 anos de sua implementação no estado do Maranhão, portanto a Assessoria de Comunicação, demandante do processo, não possui parâmetros para a contratação deste tipo de serviço.

4.3. É importante ressaltar ainda que o quantitativo de unidades de cada produto ou serviço para o decorrer da execução contratual não é mensurável, pois diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por objetos que podem ser contabilizados ou tarefas que possuem métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para alcançar os objetivos de comunicação em cada demanda.

4.4. O Planejamento Estratégico da Ascom também não forneceria subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, lembrando ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados no cotidiano da Defensoria, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

4.5. Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise da

agência na proposição das melhores soluções de comunicação para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, consequentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1. A análise de possíveis soluções para a demanda fica limitada essencialmente por questões legais, conforme argumentos elencados a seguir:

a) Os serviços de **PUBLICIDADE** são serviços técnicos-profissionais especializados com contratação prevista nas Leis Federais nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações); e Lei nº 12.232/2010 (Lei contração pública serviços de publicidade).

b) Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de **PUBLICIDADE** prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda;

c) Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece a adoção obrigatória da modalidade de licitação tipo: “melhor técnica” ou “técnica e preço”;

d) A licitação para a contratação de serviços de **PUBLICIDADE** é prática adotada pelo Poder Público em todas as suas esferas;

5.2. Dessa maneira, estando o modelo de licitação e contratação legalmente pré-estabelecidos, conforme citado acima, foram feitos esforços no sentido de analisar as práticas recentes de outros órgãos públicos no que se refere ao tema, além de estudar possíveis implicações da Lei 14.133/2021 no processo. Foram encontrados os seguintes Editais que trataram de objeto similar ao pretendido:

- Concorrência nº 016/2023 – Prefeitura de São Luís

- Concorrência nº 001/2024 – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

- Concorrência nº 001/2024 – Assembleia Legislativa de Goiás

5.3. É importante considerar que a expertise do futuro prestador poderá agregar melhorias ao processo interno. Com base na necessidade da Administração, a análise do mercado aponta como melhor solução a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço terceirizado(s), dado que as atividades que se visa a contratar são de caráter acessório e, por isso, preferencialmente objeto de execução indireta.

5.4. Com base nesse contexto, torna-se importante informar que:

I - O custo de criação interna será cobrado com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

II - Os honorários sobre serviços de terceiros serão cobrados pelas agências tendo como referência as Normas Padrão da Atividade Publicitária.

III - A veiculação terá com referencial a Tabela de Preços dos veículos de comunicação.

IV - A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros. A estimativa do valor do contrato é de R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais).

5.4.1. Esse recurso foi estimado considerando a previsão da execução das seguintes campanhas de publicidade ao longo de 12 meses de 2025, porém trata-se apenas de previsão, as campanhas serão definidas oportunamente:

- Campanha de divulgação das atividades itinerantes da Defensoria do Maranhão com participação de digital influencers – R$ 450.000,00

- Campanha de valorização da marca da Defensoria dentro e fora da instituição – “Defensoria, patrimônio do Maranhão” - R$ 350.000,00

- Campanha de fortalecimento do Projeto “Te Alui, Mulher”, de combate à violência doméstica em comunidades de São Luís – R$ 200.000,00

5.4.2. A lei 12.232/2010 exclui o Projeto Básico/Termo de Referência e as planilhas com os custos unitários de cada serviço, conforme caput do art. 6º. A execução do contrato será por demanda, onde para cada campanha a ser realizada será efetuado pesquisas de preços para a produção, e a veiculação é sobre o valor negociado, tendo como referência a tabela de preços do dia.

5.4.2.1. Reforça-se, portanto, que em serviços de contratação de publicidade não se trabalha com estimativa de custos dos serviços, como nos serviços comuns. O art .6º da Lei 12.232/2010 dispensa a apresentação de orçamento detalhado dos serviços, bem como o Projeto Básico.

5.4. Além do exposto, foi realizado um breve estudo, mapeando os impactos da NLLC no processo licitatório para contratação em tela. Destacam-se as seguintes constatações:

5.4.1. A NLLC não revoga a Lei Federal nº 12.232/2010, mantendo-se as disposições desta última como norte para a condução do processo licitatório;

5.4.2. Nos pontos em que a Lei Federal nº 12.232/2010 for omissa ou fizer referências à antiga lei de licitações, Lei 8666/1993, entende-se que valerão as normas da NLLC;

5.5. A escolha pela presente contratação se fundamenta na disponibilidade no mercado de diversas agências de propaganda com sede no Estado do Maranhão e em outros estados, as quais tem plena capacidade de participar do certame, viabilizando ampla concorrência e de consequência, a contratação.

6. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

6.1. O valor previsto para a presente contratação está estimado em R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), conforme disponibilidade orçamentária.

6.2. A presente contratação envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas jurídicas previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

6.3. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da lei 12.232/2010.

6.4. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a ser atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

6.5. Como é a primeira vez que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão lançará edital para a contratação de serviços publicitários, não é possível considerar os valores aplicados pela Instituição em contratações vigentes e anteriores, sobrando somente a opção de identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, às novas necessidades de comunicação.

6.6. Também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pela Assessoria de Comunicação, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade.

6.7. Embora sem parâmetros, ressalta-se que o valor estimado pela Defensoria do Maranhão, para essa primeira contratação, visa ao atendimento de uma das demandas que muito cresceu nos três últimos anos, impactando os hábitos de consumo de comunicação observados até 2018, antes da pandemia da Covid-19. Naquela época, predominavam os meios de comunicação tradicionais, como TV, rádio, out of home, e a internet era uma mídia em eminência, que exigia ainda relativamente baixos valores de investimento. Em 2023, a mídia digital foi consolidada nos hábitos de consumo e arraigada na administração pública, não apenas como meio de divulgação, mas também como canais de prestação de serviços públicos e de relacionamento com os cidadãos. A internet, por meio de veículos de comunicação que atuam nessa área, exige investimentos bem maiores, ao mesmo tempo em que é necessário continuar utilizando os meios tradicionais que permanecem importantes no cotidiano dos públicos.

6.8. Soma-se ainda o fato de maiores demandas de comunicação na DPE/MA, o que exige investimentos em comunicação publicitária. Nesse sentido, podemos destacar o amplo trabalho de expansão dos serviços da Instituição, com as inaugurações dos núcleos regionais no interior do estado, além das ações itinerantes, necessitando cada vez mais de divulgação.

6.9. Destaca-se nesse trabalho, as ações de erradicação do sub-registro de nascimento, um os programas institucionais que mais ganharam força na atual gestão, que produz números de grande relevância para o estado, e que exigirá a realização de campanha específica, contribuindo assim para o objetivo estratégico da DPE/MA no fortalecimento de sua missão institucional em favor daqueles que mais precisam.

6.10. Dessa forma, em razão dos fatores anteriormente detalhados, dentre elas as necessidades de comunicação publicitária em plataformas digitais e o volume de ações que demandam comunicação publicitária, obtém-se a estimativa de valor.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. Para a contratação do serviço de **PUBLICIDADE**, a solução escolhida é a contratação de pessoa jurídica, detentora do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, cuja atividade econômica desenvolvida seja compatível com a prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.**

7.2. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

7.3. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações podem ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

II - a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

7.4. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

7.5. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da lei 12.232/2010 torna passível de execução apenas aquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

7.6. O regime de execução do(s) contrato(s) escolhido foi: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, SOB DEMANDA, NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA.**

7.7. A gestão do contrato será de responsabilidade da Assessoria de Comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO**, de acordo com as competências pré-estabelecidas.

7.8. O contrato será celebrado com duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, até o limite de 10 (dez) anos, nos termos e condições permitidas pela legislação vigente.

7.9. A fiscalização da execução do contrato ficará a cargo da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO – DPE/MA**, através da Assessoria de Comunicação, ou por funcionário(os) por ela(e) designado(s).

7.10. O processo de pagamento para os serviços contratados seguirá o formato de execução adotado por esta Defensoria Pública: PAGAMENTOS MENSAIS E PARCELADOS DE ACORDO COM A DEMANDA. Os pagamentos serão conduzidos sob a responsabilidade da Supervisão Financeira da DPE/MA e a Assessoria de Comunicação deverá atestar a efetiva prestação dos serviços, garantindo a conformidade com os termos do contrato.

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

8.1. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, por atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral, e por ser considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, não há como parcelar a solução.

8.2. Ainda se justifica o não parcelamento do serviço, por esta Assessoria entender que o valor estimado favorece a celebração de contrato único, que facilita o acompanhamento e a gestão das campanhas publicitárias, reduzindo a burocracia e fomentando uma mensagem mais consistente e eficaz. Também será vantajosa a contratação de fornecedor único pela possibilidade de obtenção de melhores condições comerciais, como descontos por volume e otimização de recursos.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Com a contratação pretendida, espera-se dar continuidade ao processo de fortalecimento da imagem da Defensoria Pública, reforçando as bases de sua interação com a população maranhense. Neste contexto, a Ascom pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência de melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade institucional.

9.2. É importante destacar que além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

9.3. É importante ressaltar que a contratação de agências de propaganda tem sido comum em todas as esferas da Administração Pública.

9.4. E que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstos no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** e, consequentemente, melhor atendimento das suas necessidades de comunicação vivenciadas no dia a dia.

9.5. Ao desenvolver uma publicidade mais eficiente, a Defensoria também otimizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos e vantagem para a administração pública.

.

10. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

10.1. Não foram identificadas providências a serem adotadas antes da celebração do contrato, como capacitações e treinamentos, além de estruturação ou adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão realizados na sede da contratada.

10.2. Será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, para gerir e fiscalizar a contratação e utilização do material adquirido, receber as faturas, conferir com os dados dos serviços as serem executados, através do sistema de gerenciamento e atestar sua conformidade, submetendo à ratificação da Unidade Gestora.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

11.1. Não há contratações correlatas e/ou interdependentes para esse processo.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

12.1. Considerando a natureza do objeto, não há impactos ambientais relevantes a serem discutidos neste estudo. Pode-se apenas citar a possibilidade de veiculação de material impresso, o qual é passível de reciclagem.

13. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

13.1. Diante das considerações aqui feitas considera-se que o objeto do presente ETP é viável, uma vez que atinge as dimensões esperadas de eficácia, efetividade, eficiência e economicidade.

13.2. Assim, avaliamos que a presente contratação é viável em todos os aspectos, havendo previsão orçamentária alocada para esse fim e sendo o objeto da contratação compatível com as competências institucionais da Assessoria de Comunicação.

13.3. Importante ressaltar que a Assessoria de Comunicação observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos relativos à matéria. Que as atividades de gestão e fiscalização da execução contratual são realizadas de forma preventiva, rotineira e sistemática, de forma a garantir o fiel cumprimento às cláusulas contratuais e diretrizes estabelecidas, bem como aferir a qualidade dos serviços prestados, considerando o nível técnico dos trabalhos e os resultados concretos dos esforços de comunicação, da diversificação dos serviços e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada, com a finalidade de aquilatar a necessidade de solicitar à Contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados e para decidir sobre a conveniência de renovar ou não a contratação.

14. RESPONSÁVEIS

14.1. Gestor: Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva, Matrícula: 2006781

14.2. Administrativo: Lucienne Santos da Silva, Matrícula: 2223725

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

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0163127** e o código CRC **B15A5220**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

TR - TERMO DE REFERÊNCIA

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

Informações Gerais:

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

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

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

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

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

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

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.7. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.2** e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

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

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

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

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

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

3. Valor contratual, recursos orçamentários e vigência

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

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

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

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

4. Descrição da solução

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

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

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até o percentual máximo de 50%, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

patrimoniais de autor e conexos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

I - O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

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

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

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

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

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6. OBRIGRAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;

e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

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

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

7. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

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

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

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

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

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 7.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.

4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 7.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7.3. A aplicação das sanções previstas neste TR não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.4. Todas as sanções previstas neste TR poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

7.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d) os danos que dela provierem para o Contratante;

e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

7.8. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

7.9. A personalidade jurídica do **CONTRATADO** poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos no Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o **CONTRATADO**, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.10. O **CONTRATANTE** deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.10.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

7.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

7.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indemnizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

8. APÊNDICES

8.1. Integram este Termo de Referência os seguintes Apêndices:

a) Apêndice 1: Entrega da Proposta Técnica, da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e dos Documentos de Habilitação;

b) Apêndice 2: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;

c) Apêndice 3: Apresentação da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e Julgamento das Declarações Quanto à Proposta de Preço da Contratada;

d) Apêndice 4: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

Apêndices

APÊNDICE 1

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

1. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

1. ter nenhuma identificação;

2. apresentar informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;

3. estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a, por si só, possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

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

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

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

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

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

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

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de

Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

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

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

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

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

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

Invólucro nº 4

Declaração Quanto à Proposta de Preços da Contratada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/M

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

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

3. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

3.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

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

APÊNDICE 2

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

<table>
<tr><th colspan="2">QUESITOS</th><th>PONTUAÇÃO MÁXIMA</th></tr>
<tr><td colspan="2">1. Plano de Comunicação Publicitária</td><td>80 pontos</td></tr>
<tr><td rowspan="4">SUBQUESITOS</td><td>1.1 Raciocínio Básico</td><td>20 pontos</td></tr>
<tr><td>1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária</td><td>20 pontos</td></tr>
<tr><td>1.3 Ideia Criativa</td><td>20 pontos</td></tr>
<tr><td>1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia</td><td>20 pontos</td></tr>
<tr><td colspan="2">2. Conjunto de Informações</td><td>20 pontos</td></tr>
<tr><td colspan="2">2.1 Capacidade de Atendimento</td><td>10 pontos</td></tr>
<tr><td colspan="2">2.2 Repertório</td><td>5 pontos</td></tr>
<tr><td colspan="2">2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</td><td>5 pontos</td></tr>
<tr><td colspan="2">PONTUAÇÃO TOTAL</td><td>100</td></tr>
</table>

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

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

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 1.2.2;

4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;

5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

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

7. alinhamento justificado do texto;

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

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

10. sem identificação da licitante.

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

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

a) poderão ser editados em cores;

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

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

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

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

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

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

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

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

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

1.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

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

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

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

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

1. análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital).

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

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

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

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

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

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

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

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

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

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) ‘monstro’ ou layout eletrônico, para o meio rádio;

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

d) ‘boneca’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

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

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

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

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

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

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

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

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

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

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

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para tablets, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;

e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;

f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

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

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

a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

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

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

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

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

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

b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;

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

d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;

e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 1.3.4.3.1 e 1.3.4.3.2.

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;

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

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

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

1.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

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

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.3.1. Caso o Edital desta concorrência venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

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

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

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

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

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

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO,** sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

estabelecidas no Edital desta concorrência.

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

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

2.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

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

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

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital) .

2.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

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

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

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

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital);

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

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

a) alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

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

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

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

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

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

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

2.3.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

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

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

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

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

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

2.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**;

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

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

e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**.

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

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

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

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

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

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

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

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

d) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.

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

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

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

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

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

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

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

2.4.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Apêndice.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

APÊNDICE 3

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

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

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

1.1.1. Referida Declaração deverá ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

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

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

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

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

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

APÊNDICE 4

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

apresentados:

I - em via original; ou

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

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

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

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

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

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

1.2.1. Habilitação Jurídica

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

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

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

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

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

1.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

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

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

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

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

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

f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

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

1.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

1.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não

apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

1.2.3. Qualificação Técnica:

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

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

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

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

1.2.4 Qualificação Econômico-financeira

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

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

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

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

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

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

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

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou

autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

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

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

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

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

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

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

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

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 1.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

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

SG =	Ativo Total
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC =	Ativo Circulante
	Passivo Circulante

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

S =	Ativo Total
	Passivo Exigível Total

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

1.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais).

1.2.5. Declarações:

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

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<*nome da licitante*>, inscrita no CNPJ sob o nº , por intermédio de seu representante legal , portador(a) da Carteira de Identidade nº /_, inscrito(a) no CPF sob o nº , DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<*se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:*>

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

<*local e data*

_____

<*representante legal da licitante*

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

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<*identificação completa*>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 1.2.5 do Apêndice 4, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

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

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

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

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

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, antes da abertura oficial das propostas; e

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

<local e data>

_____

<representante legal da licitante

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

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

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

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

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

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

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

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

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: ASCOM /Assessoria de Comunicação

Departamento de Controle Interno,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade,** retorno os autos com as alterações solicitadas nos artefatos, que foram novamente inseridos no sistema.

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

Lucienne Santos da Silva
Assessora Junior
ASCOM

Documento assinado eletronicamente por **Lucienne Santos da Silva**, **Assessora Junior**, em 18/02/2025, às 16:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0163174** e o código CRC **5883919F**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ANÁLISE DE REGULARIDADE

Unidade Emitente: DCI /Departamento de Controle Interno

PROCESSO N.º: 0000873.110000950.0.2025
Interessado: Assessoria de Comunicação da DPE/MA
Assunto: Licitatório: Concorrência - Contratação de Agência de Publicidade

Excelentíssimo Defensor Público Geral do Estado do Maranhão,

Tratam os presentes autos de procedimento licitatório, na modalidade concorrência, para fins de selecionar e contratar agência de propaganda destinada a atender a demanda de publicidade institucional desta Defensoria Pública.

Consta nos autos:

E-mail /Autorização DPGE (0159433)
DFD - Documento de Formalização da Demanda 0159441
ETP - Estudo Técnico Preliminar 0159524
TR - Termo de Referência 0160367
Proposta /Briefing Campanha Simulada (0160687)
Portaria /Criação de Comissão Especial (0160705)
Despacho /a SMAAA (Inserção de IMR / MGR) 0160711
Mapa de Gerenciamento de Riscos (0161139)
IMR - Instrumento de Medição de Resultados (0161214)
Despacho /a 2SUB (IMR /MGR Emitido) 0161219
Despacho /à ASPLAN (Emitir Enquadramento) 0161473
Enquadramento da Despesa / à 2ª SUB (0161488)
Despacho /à SUFIN (Serviço /Disponibilidade) 0161658
Despacho /à DCCF (Informar Disponibilidade) 0161682
Informe de Disponibilidade Orçamentária (0161910)
Despacho /DCI (0161911)

Vieram os autos a este Departamento de Controle Interno para manifestação a ser realizada antes da autorização pela Autoridade Superior.

É o sucinto relatório. Opina-se.

No cumprimento das atribuições estabelecidas nos Arts. 70 e 74 da Constituição Federal, bem como do art. 50 e 53 da Constituição do Estado do Maranhão, art. 59 da LC 101/2000, art.

5°, da LC 19/94, alterada pela LC 169/2014[1], e demais normas que regulam as atribuições do Sistema de Controle Interno, referentes ao exercício de controle prévio e concomitante dos atos de gestão, cumpre proceder-se ao exame dos presentes autos, a fim de verificar se estão atendidos os princípios norteadores da atividade administrativa, bem como atendimento aos ditames estabelecidos pela Lei Federal n.° 14.133/2021.

O parecer do Controle Interno não se destina a verificar apenas aos aspectos legais das contratações. Isso porque, além de exercer a fiscalização dos atos da administração, no desiderato de atender aos princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, também lhe compete o acompanhamento da execução orçamentária e financeira efetivamente realizadas.

Nesse jaez, é papel do controle interno dos poderes garantir a gestão eficiente, eficaz e regular dos recursos públicos, analisando o atendimento dos objetivos dos programas de governo e monitorando a sua execução, avaliar os resultados, passando pela gestão orçamentária, financeira e patrimonial da entidade, tudo com vistas a garantir o uso racional e legal dos recursos.

Feitas essas considerações preliminares, passar-se-á a análise do pleito.

Consoante relatado, observa-se que a Administração pretende contratar agencia de propaganda a fim de dar azo à publicidade da Instituição.

Sabe-se que a contratação de agência de publicidade é regida pela Lei Federal n° 12.232, de 29 de abril de 2010, aplicando-se apenas subsidiariamente, naquilo que couber, a Lei Federal n.° 14.133/2021.

Registre-se, por oportuno, que a presente análise não envolve valoração das especificações técnicas, tampouco do mérito das opções da autoridade administrativa competente. Nos limites da competência deste Departamento de Controle Interno, compete-nos fazer ressalvas e/ou advertências, quando for o caso, apontando as exigências legais e regulamentares.

Destaca-se, inicialmente, que o art.37, §1°, da Constituição Federal, prescreve que "*A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos*."

Nos termos do art.2° da Lei Federal n° 12.232/2010, "*considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenha por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar ao público em geral", vedada, nos termos do §2°,"qualquer outra atividade, em especial, as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, a quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios*."

Compulsando os documentos que constam nos autos nesse momento preliminar, constata-se que a Administração pretende realizar a licitação, na modalidade concorrência pública, do tipo "Melhor Técnica", tendo por objeto "a execução de atividades de publicidade previstas na Lei Federal ri° 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza", estando, pois, de acordo com a retro mencionada legislação federal.

Contempla-se que o Setor Solicitante define o serviço a ser contratado como contínuo, consoante se depreende do item 3.5, do ETP. Quanto ao referido item, convém destacar duas questões: primeiro, o serviço ainda não foi declarado como contínuo na Instituição, não constando na relação constante na Portaria 318/DPGE, de 30 de maio de 2023; em segundo lugar, existem julgados dos Tribunas de Contas que consideram o objeto da presente licitação como não continuável, conforme se pode perceber nos seguintes julgados:

CONSULTA - CÂMARA MUNICIPAL - 1) CONTRATO DE PUBLICIDADE DE ATOS OFICIAIS - SERVIÇO DE NATUREZA CONTINUADA - NECESSIDADE PÚBLICA PERMANENTE - VIGÊNCIA CONTRATUAL NOS TERMOS DO INCISO II DO ART. 57 DA LEI N. 8.666/93 - 2) CONTRATO DE PUBLICIDADE COM AGÊNCIA DE PROPAGANDA - NÃO ENQUADRAMENTO COMO SERVIÇO DE NATUREZA CONTINUADA - VIGÊNCIA CONTRATUAL NOS TERMOS DO CAPUT DO ART. 57 DA LEI N. 8.666/9 - 3) NEM TODO SERVIÇO CONTÍNUO É, NECESSARIAMENTE, ESSENCIAL. (TCE-MG - CONSULTA: 839016, Relator: CONS. WANDERLEY ÁVILA, Data de Julgamento: 25/06/2014, Data de Publicação: 05/08/2014).

Sendo assim, devem o Setor Solicitante e a Autoridade Superior avaliar se os serviços de publicidade que pretendem contratar podem sofrer ou não solução de continuidade na prestação, avaliando se configuram necessidade perene para a Administração Pública que não possam ter sua execução paralisada, sem acarretar danos à Administração, sob pena do comprometimento do interesse público.

Os artefatos da licitação consignam, no item 5.4, IV, que "A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros". De fato, a adoção do critério de desconto sobre os custos dos serviços executados pela contratada evidencia maior vantagem para a Instituição, que deixará de pagar o valor cheio da referida Tabela, mediante aplicação do desconto proposto pela licitante.

Frise-se que a legislação regente prevê que haverá a participação no certame de duas comissões. A primeira é a comissão permanente ou especial de licitação, com a atribuição de processar e julgar a licitação, com exceção das propostas técnicas. A segunda comissão, intitulada de “subcomissão técnica”, analisará as propostas técnicas. A subcomissão será constituída por, pelo menos, três membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 (um terço) desses profissionais não deverá ter vínculo funcional, direto ou indireto, com o órgão responsável pela licitação.

Os membros da subcomissão técnica serão escolhidos por sorteio, em sessão pública, cabendo ao órgão público observar os seguintes critérios: obter relação de nomes superior ao triplo de integrantes da subcomissão, cadastrá-los e publicá-los na imprensa oficial, em prazo não inferior a dez dias da sessão em que será realizado o sorteio para a formação da subcomissão.

Nesse ínterim, destaca-se que somente a primeira portaria consta nos autos até a presente data, excluindo-se, pois, do escopo da análise deste Departamento de Controle Interno a questão referente à subcomissão que analisará as propostas técnicas do licitante, bem como as demais especificidades técnicas cujo domínio compete à Unidade Solicitante.

Prosseguindo na análise da conformidade processual, denota-se que, nesse momento inicial, o processo encontra-se formalizado com as documentações exigidas pelo art. 6° da Lei Federal n.° 12.232/2010. É cediço tratar-se de análise preliminar de conformidade, visto que o feito ainda se encontra pendente de AUTORIZO da Autoridade Superior. Consequentemente, será providenciada a elaboração de minuta de edital, a qual será oportunamente analisada pela Assessoria Jurídica da Instituição.

Por fim, entende-se que a licitação deva ocorrer, preferencialmente, na modalidade concorrência eletrônica a fim de ampliar a competitividade e conferir maior transparência ao processo. Caso a Administração opte por realizá-la presencialmente, deve fundamentar a decisão e providenciar para que a sessão seja gravada em áudio e vídeo, nos termos do que preconiza o art. 17, §2°, da Lei Federal n.° 14.133/2021.

Sendo assim, observadas as recomendações do presente parecer, este Departamento de Controle Interno entende pela conformidade da instrução processual nesse momento inicial, encontrando-se apto a ser ser autorizado pelo Ordenador de Despesa

É o parecer que ora se submente à apreciação. S.M.J.

São Luís–MA, em **19** de **fevereiro** de **2025**.

Antonio Felipe Araújo Ribeiro
Chefe de Setor
Departamento de Controle Interno

Documento assinado eletronicamente por **Antonio Felipe Araújo Ribeiro**, **Chefe do Departamento de Controle Interno**, em 19/02/2025, às 16:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0162184** e o código CRC **CC78B02C**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: GAB-DEFGERAL /Gabinete da Defensoria Geral

À Comissão Permanente de Contratação,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Autorizo a realização de procedimento licitatório.

São Luís–MA, em **19** de **fevereiro** de **2025**.

Gabriel Santana Furtado Soares
Defensor Público-Geral

Documento assinado eletronicamente por **Gabriel Santana Furtado Soares**, **Defensor Público Geral do Estado do Maranhão**, em 19/02/2025, às 17:34, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0163685** e o código CRC **97466328**.

	de seleção. 10.10. A análise e avaliação da execução do Plano de Trabalho dos projetos das Organizações habilitadas serão de responsabilidade do técnico, posteriormente designado em ato próprio pelo administrador público, que emitirá um Parecer Técnico no qual deverá se pronunciar de forma expressa a respeito dos itens enumerados no inciso V do caput do art. 35 da Lei Federal nº 13.019 de 31 julho de 2014, quais sejam: a) do mérito da proposta, em conformidade com a modalidade de parceria adotada (edital e projeto aprovado pela comissão de seleção); b) da identidade e da reciprocidade de interesse das partes na realização, em mútua cooperação, da parceria; c) da viabilidade de sua execução; d) da verificação do cronograma de desembolso; e) da descrição de quais serão os meios disponíveis a serem utilizados para a fiscalização da execução da parceria, assim como dos procedimentos que deverão ser adotados para avaliação da execução física e financeira, no cumprimento das metas e objetivos; g) da designação do gestor da parceria; e h) da designação da comissão de monitoramento e avaliação da parceria;
Fundamentação Legal:	Lei Federal n.º 13.019/2014 c/c Decreto Estadual n.º 32.724/2017.

São Luís, 22 de agosto de 2024. Atenciosamente, **LILIA RAQUEL SILVA DE NEGREIROS** Secretaria de Estado de Direitos Humanos e Participação Popular – SEDIHPOP.

PORTARIA

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO

PORTARIA Nº 2377/2024-DPGE, DE 29 DE AGOSTO DE 2024 Designa servidores e servidoras para atuarem como Agente de Contratação, Pregoeiro e equipe de apoio nos procedimentos regidos pela Lei Federal nº 14.133/2021 da Defensoria Pública do Estado do Maranhão. O DEFENSOR PÚBLICO GERAL DO ESTADO, no uso de suas atribuições legais **RESOLVE: Art. 1º** Designar o(s) servidor(es) abaixo para comporem a Comissão Permanente de Contratação que terá a função de receber, examinar, operacionalizar, conduzir e julgar documentos relativos às licitações e aos procedimentos auxiliares, conforme disposto no art. 7º da Lei nº 14.133/2021, os seguintes servidores na condição de membros titulares: I - Anunciação de Maria C. Barbosa, DANS-1, matrícula 2748648 II - Hilton Rafael Carvalho Costa, assessor sênior, DAS-1, matrícula 2223634 III – Lilian Ribeiro de Santana Goulart, assessor técnico, matrícula 2748820IV- Raimundo Eduardo da Silva Faria, assessor sênior, DAS-1, matrícula 2223618 V - Beatriz Jorge de Melo Martins, assessor júnior, DAS-2, matrícula 2745099 **Art. 2º** Designar a servidora Anunciação de Maria C. Barbosa, como Agente de Contratação. **Art. 3º** Designar os(as) servidores(as) Hilton Rafael Carvalho Costa e Lilian Ribeiro de Santana Goulart, para atuarem como Pregoeiros(as), conforme disposições da Lei Federal nº 14.133/21. **Art. 4º** Designar como membros da equipe de apoio, respectivamente: Raimundo Eduardo da Silva Faria, assessor sênior e Beatriz Jorge de Melo Martins, assessora júnior. **§ 1º** A Comissão ora criada poderá requisitar, sempre que necessário, servidores da Defensoria para auxiliá-la em parecer técnico de suas respectivas áreas. **Art. 5º** Nas ausências e/ou impedimentos do(a) Agente de Contratação, designada no art. 2º, as atribuições sob sua responsabilidade serão desempenhadas pelo servidor Hilton Rafael Carvalho Costa. **Art. 6º** As designações em epígrafe terão caráter permanente, até que outro ato as modifique ou as revogue. Dê-se ciência. Publique-se. Cumpra-se. Gabinete da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, em São Luís, 29 Agosto de 2024. **GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** Defensor Público-Geral do Estado do Maranhão.

TERMOS DE ADJUDICAÇÃO

SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL

TERMO DE ADJUDICAÇÃO PROCESSO Nº 0097216/2023 – SECOM **SOLICITANTE: Secretaria Adjunta do Marketing e Mídias Sociais OBJETO:** contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, cujo objeto inclui a concepção e elaboração de peças publicitárias – criação e produção de conteúdos impressos e audiovisuais especializadas nos métodos, na arte e nas técnicas publicitárias, estudo, concepção, execução e distribuição de propaganda aos veículos de comunicação – definidas com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO. Contempla ainda: o estudo, a concepção, a execução interna, a supervisão da execução externa (produção) e a distribuição de campanhas e peças publicitárias que envolvam ou não veiculação; a elaboração de marcas e expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual que se fizerem necessários dentro do processo de criação de campanhas e peças para a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM. **DISPOSITIVO LEGAL: art. 22, I, da Lei Federal nº. 8.666/1993. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº. 001/2023/CSL/SECOM** A Comissão Setorial de Licitação da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM, por meio de seu Pregoeiro, designado pela Portaria de nº 44/2024-GAB/SECOM, publicada no Diário Oficial deste Estado em 04 de março de 2024, tendo sido observados os dispositivos ínsitos na legislação vigente, **resolve adjudicar** o objeto do Concorrência Pública nº. 001/2023/CSL/SECOM às empresas **CANAL COMUNICAÇÃO EIRELI**, inscrita no **CNPJ 02.351.777/0001-26**; **CLARA COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no **CNPJ 02.876.884/0001-78** e **GRITO PROPAGANDA LTDA**, inscrita no **CNPJ 18.143.175/0001-13**, no valor total de **R$ 33.000.000,00 (trinta e três milhões de reais),** sendo aplicado pelas vencedoras, durante a vigência do contrato os seguintes preços para os serviços descritos: I. Desconto, a ser concedido a Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM no percentual de 70% (setenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; II. Honorários a serem cobrados da Secretaria de Estado da Comunicação Social – SECOM no percentual de 0% (zero por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à exe-

Portaria / Comissão Permanente de Contratação (0163686) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 113

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: CPC /Comissão Permanente de Contratação

À Assessoria de Comunicação,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Requeremos a devida juntada da tabela de referência da **FENAPRO** à instrução processual da **Concorrência Presencial nº 90001/2025 DPE/MA**, a fim de que esta seja devidamente incorporada ao conjunto probatório do processo em curso.

São Luís–MA, em **21** de **fevereiro** de **2025**.

Comissão Permanente de Contratação

Documento assinado eletronicamente por **Anunciação de Maria C. Barbosa**, **Chefe da Comissão Permanente de Contratação**, em 21/02/2025, às 13:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0164801** e o código CRC **8063C18A**.

MINUTA DE EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025
PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPEMA), por sua Comissão de Contratação Especial, instituída pela Portaria nº 016/2025-DPGE, de 09 de janeiro de 2025 publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, anexa ao processo, torna público para conhecimento dos interessados que realizará às **0Xh do dia XX de XXX de 2025**, na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA,** pelo critério de **MELHOR TÉCNICA**, sob o regime de execução indireta: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, para a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de Publicidade Institucional, que será processada e julgada em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/10; subsidiariamente pela Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações; da Lei nº 4.680/1965 e demais disposições presentes neste Edital.

2. DO OBJETO

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

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

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

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

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.5. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle

de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba da DPE/MA.

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

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

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

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

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

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

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

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

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

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

d) estrangeira que não funcione no País;

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

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

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

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

3.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que

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

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

4. RETIRADA DO EDITAL

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

I- www.gov.br/pncp

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

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

5. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

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

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

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

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

5.4. No interesse da DPE/MA, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021.

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

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

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

6. ESCLARECIMENTO SOBRE O EDITAL

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

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

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

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

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

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

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

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

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

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

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

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

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

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

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

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

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

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

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

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

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação Especial cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá

efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação Especial, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

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

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

I - Dia: XX/XX/2025.

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

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

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

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

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

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

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Invólucro nº 1

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

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

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

a) ter nenhuma identificação;

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

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

Invólucro nº 2

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

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

> **Invólucro nº 2**
>
> **Proposta Técnica**: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
>
> Nome empresarial e CNPJ da licitante
>
> Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

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

Invólucro nº 3

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

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

> **Invólucro nº 3**
>
> **Proposta Técnica**: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação
>
> Nome empresarial e CNPJ da licitante
>
> Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

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

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

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa

	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

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

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias digitais, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária** – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I. apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

II. impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I- ser editados em cores;

II- ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III- ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV-ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no **Briefing (Anexo II)**, observadas as seguintes orientações:

11.3.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do ANUCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou *leiaute* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser

apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger,* entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea 'd' do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I- estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da DPE/MA a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II- tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III- plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV-simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;

c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;

e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias;

i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.5.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I- ter a identificação da licitante;

II- ser datado;

III- estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no

sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.4. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

I- deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II- deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III- não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV-deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser

apresentadas soltas;

II- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III- para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

12.2.1.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

12.2.1.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa**

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos

de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4. **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.1.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

12.2.1.6. **Quesito 3 - Repertório**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.1.7. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		**PONTUAÇÃO MÁXIMA**
1. Plano de Comunicação Publicitária		***80 pontos***
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	*20 pontos*
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	*20 pontos*
	1.3 Ideia Criativa	*20 pontos*
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	*20 pontos*
2. Conjunto de Informações		***20 pontos***
2.1 Capacidade de Atendimento		*10 pontos*
2.2 Repertório		*5 pontos*
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		*5 pontos*
PONTUAÇÃO TOTAL		**100**

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

12.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação Especial, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

13.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de **Proposta de Preços** que constitui o **Anexo IV** e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do, Art. 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a epóca da apresentação da proposta, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II- à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III- à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 15% (dez por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das

ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3. O prazo de validade da **Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos**, contados de sua apresentação.

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação Especial realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas ‘b’, ‘c’ e ‘d’ e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea ‘a’, todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas ‘b’, ‘c’ e ‘d’.

15.5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

I- o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘b’ do subitem 14.2;

II- o menor percentual de honorários mencionados na alínea ‘d’ do subitem 14.2;

III- o maior percentual de desconto mencionado na alínea ‘a’ do subitem 14.2.

15.6. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação Especial considerará o preço por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

16.2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão de Contratação Especial adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à

contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

17.1.3. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I- em via original; ou

II- em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial;ou

III- em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial, no ato da abertura dos documentos de Habilitação; ou

IV- sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado (SICAF);

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação Especial.

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

18.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação Especial.

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira:

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I- sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II- sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III- sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV- para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

18.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1(um)):

LG =	**Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo**
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG=	**Ativo Total**
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC=	**Ativo Circulante**
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

S=	**Ativo Total**
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (Cem mil reais).

18.2.5. **Declarações**:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90001/2025

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº_, por intermédio de seu representante legal_, portador(a) da Carteira de Identidade nº_/_, inscrito(a) no CPF sob o nº

, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante>

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90.001/2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante>

18.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a inexistência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado - SICAF, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas ‘b’, ‘b1’ e ‘b2’ do subitem 18.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 19.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.5.

18.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea ‘c’ do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4.1.

18.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão de Contratação Especial analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 3, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

19.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação Especial reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Portaria nº 016/2025-DPGE/MA, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e serão indicados pelo Defensor Geral da DPE/MA
.

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão de Contratação Especial deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação Especial, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos **subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital**.

20.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação Especial de justificativa para a exclusão.

20.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

20.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

20.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

20.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4. A Comissão de Contratação Especial e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da Comissão de Contratação Especial e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, ... , Matrícula nº ....., lotado no ....., integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2.

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: de de

_____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Lei 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos **Invólucros nº 1** (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e **nº 3** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação Especial, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não

devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação Especial.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, ... , Matrícula nº ....., vinculada ao ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a). , para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas

Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

1. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

– NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

– NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

– NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

– NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

– NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação Especial.

Data: ____de _____ de_____

_____

Assinatura Servidor

20.4.1.1. Os membros da Comissão de Licitação Especial e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão de Contratação Especial, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação

pelas licitantes.

c) Pelo site oficial da DPE/MA (https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes).

d) Pelas mensagens e avisos do Compras.gov.br (https://www.gov.br/compras/pt-br).

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão de Contratação Especial, instalada no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação Especial poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados pela Comissão de Contratação Especial, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação Especial, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação Especial quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação Especial ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.8. A Comissão de Contratação Especial poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no **subitem 9.2** e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital;

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação Especial se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 23.2.1, a Comissão de Contratação Especial não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação Especial, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. A Comissão de Contratação Especial, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação Especial.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação Especial ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação Especial desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3. A Comissão de Contratação Especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação Especial.

23.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação Especial na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação Especial, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação Especial à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação

Especial, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação Especial, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea ‘a’ do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.6.3. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

23.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Contratação Especial.

Terceira Sessão

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar se a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e, caso contrário, efetuar a negociação prevista no Art. 61,§1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:

h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido

julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea ‘c’ do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. A licitante vencedora terão o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinarar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da

cominação prevista no§ 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011- Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.5. A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.6. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.7. A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em São Luís - MA, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.8. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. O PRAZO DO CONTRATO

26.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, conforme as condições estabelecidas na Minuta do Contrato.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V) deste Edital, conforme o Art. 89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item

15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato (Anexo V).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Contrato (Anexo V).

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. É facultada à Comissão de Contratação Especial, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

31.2. A Comissão de Contratação Especial, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

31.3. A Comissão de Contratação Especial deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o

ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

31.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

31.9. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

31.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

31.10.2. O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

31.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação Especial poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

31.12. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

31.13. As sessões serão gravadas em video e transmitidas ao vivo, pela internet, em endereço eletrônico a ser em momento oportuno divulgado na página da DPE/MA, https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.

31.14. **A justificativa para a realização da Concorrência Presencial fundamenta-se no fato de que o Sistema ComprasNET ainda não está habilitado para processar concorrências do tipo melhor técnica, cujo objeto envolve serviços de comunicação ofertados pela DPE/MA.**

31.15. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de São Luís.

31.16. Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I - Termo de Referência

APÊNDICE 1 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

APÊNDICE 2 - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

TÉCNICAS

APÊNDICE 3 - APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

APÊNDICE 4 - APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

b) Anexo II: Briefing

c) Anexo III: Modelo de Procuração

d) Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços

e) Anexo V: Minuta de Contrato

f) Anexo VI: Estudo Técnico Preliminar

São Luís, 21 de fevereiro de 2025.

Comissão de Contratação Especial

MINUTA DE EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS

MINUTA DE EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO II – BRIEFING

1. **INTRODUÇÃO**

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição permanente, essencial ao Sistema de Justiça, com incumbência constitucional e democrática da promoção integral e gratuita da assistência e orientação jurídica aos vulnerabilizados, dos direitos humanos, dos direitos e interesses individuais, coletivos e difusos e a defesa judicial, extrajudicial e administrativa, em todos os graus e instâncias, consoante o art. 5º, inciso LXXIV da Constituição Federal. A Defensoria Pública do Estado do Maranhão não deve subordinação a nenhum dos três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e goza de autonomia administrativa e financeira.

Em abril de 2024, a Defensoria Pública maranhense completou 23 anos de criação e é chefiada pelo Defensor Público-Geral do Estado, escolhido pelo Governador do Estado dentre os integrantes de lista tríplice formada pelo voto de todos os defensores públicos do Estado. Mesmo com mais de duas décadas de existência, e um crescimento institucional importante, a Defensoria Pública ainda enfrenta grandes desafios no tocante à consolidação da sua imagem como uma instituição essencial ao Sistema de Justiça, condutora da política pública de acesso a direitos.

Em 2017, em pesquisa de satisfação e imagem realizada pelo Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), a Defensoria Pública foi apontada como a instituição mais importante do país, na avaliação de 92,49% dos brasileiros entrevistados. Embora o resultado seja favorável, ainda há uma lacuna muito grande a ser preenchida pela instituição, presente em apenas metade das comarcas brasileiras, o que significa dizer que são mais de 48 milhões de pessoas sem acesso aos serviços da Defensoria e, possivelmente, com pouco ou nenhum conhecimento sobre como garantir o exercício pleno de seus direitos.

O Maranhão já avançou um pouco mais. Em outubro de 2024, mais de 73% das comarcas maranhenses já contavam com os serviços da instituição. Mesmo tendo um percentual de cobertura territorial positivo, o assunto “Defensoria Pública” ainda se mantem como um enigma para parte da população, sobretudo aos que mais precisam e vivem em regiões afastadas, ratificando o que a pesquisa da CNMP já apontava há sete anos: os estados do Nordeste e mais precisamente as classes C e D, público em potencial da Defensoria, estão entre os que mais desconhecem o papel da instituição que surgiu com a Constituição Cidadã, e foi sendo implementada ao longo dos anos. Aqui no Maranhão, por exemplo, a Defensoria Pública foi criada pela Lei Complementar 19, de 11 de janeiro de 1994. No entanto, a Instituição foi efetivamente instalada sete anos depois, em 2001, com a realização de concurso para ingresso na carreira, que resultou na nomeação dos primeiros defensores públicos do estado.

Por isso, nos últimos seis anos, redobraram os esforços da Assessoria de Comunicação na divulgação dos serviços da instituição, sobretudo nos meios digitais. Estratégia que alavancou o processo de divulgação da marca nas redes sociais. No entanto, o alcance da DPE/MA continua se concentrando nas classes de maior poder aquisitivo, que são os que mais acessam redes como o Instagram.

Nesse cenário em que, muitas vezes, se coloca como a última porta – não só de acesso à Justiça, mas também de acolhimento social - pelos vulnerabilizados, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão tem a ética, a democracia, a transparência, o respeito e a moralidade como matéria prima de sua comunicação, cada vez mais imbuída de dar voz aos seus assistidos e, por consequência, dar publicidade à sua valorosa atuação. A Defensoria encara a produção dos seus conteúdos comunicacionais como um dos seus deveres para com os cidadãos.

E nessa toada, tornou-se imperativo continuar penetrando em todas as camadas sociais, priorizando os menos favorecidos. Atualmente, a Ascom utiliza-se das suas áreas de imprensa, website e redes sociais para fazer chegar à população os fatos do dia-a-dia. Porém, nem sempre este objetivo é atingido, uma vez que os meios de comunicação não são obrigados a publicar informações que não sejam de seu interesse no momento.

Sendo assim, a Defensoria do Maranhão que tem apenas uma experiência pontual na contratação de serviços publicitários, entende agora a necessidade de utilização de espaço comercializável, na mídia, para cumprir o seu dever de informar, bem como de ações de não mídia com o seu devido planejamento por meio de uma agência de publicidade. O objetivo da instituição é alcançar o maior número de pessoas, com uma mensagem assertiva, sustentada em ações e práticas eficientes e sem ostentação.

2. DESAFIOS ESTRATÉGICOS

2.1. Dar visibilidade ao papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão na efetivação da política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral voltada aos vulnerabilizados, considerando que a instituição está em fase de consolidação de sua atuação e ainda é desconhecida de boa parte da população. Vale ressaltar que devido à grande demanda do Judiciário, a Defensoria prioriza a resolução extrajudicial das demandas;

2.2. Diferenciar o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão de outras instituições do Sistema de Justiça, que vale destacar, são grandes parceiras na defesa dos direitos da população maranhense;

2.3. Posicionar a Defensoria Pública do Estado do Maranhão como uma instituição de gestão moderna e de excelência, que se preocupa em oferecer um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor, para garantir a satisfação dos seus assistidos;

2.4. Destacar quem pode acessar os serviços da Defensoria, dando ênfase a públicos vulnerabilizados como crianças e adolescentes; idosos; mulheres em situação de violência.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Tendo em vista que grande parte do público-alvo da Defensoria ainda desconhece os seus serviços, quem são seus membros e até quais são os seus direitos e como acessá-los, se faz extremamente importante o desenvolvimento de uma campanha publicitária institucional;

A estratégia a ser proposta para atingir o objetivo estratégico central deve abranger de forma clara o que se propõe para a atuação digital, assim como para a atuação em canais tradicionais, de forma que a combinação de ambas acarrete na construção de mensagens e plano de mídia coesos e eficazes;

Caberá à agência licitante propor uma campanha publicitária tendo como foco esclarecer à população sobre o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão e seus serviços voltados à promoção e à defesa dos direitos fundamentais de populações vulnerabilizadas.

3.2 Específicos

3.2.1. Promover a marca da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

3.2.2. Fixar o posicionamento de que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição que atende os mais vulneráveis (sócio e economicamente), buscando estar cada vez mais perto dos que mais precisam;

3.2.3. Ressaltar que o atendimento é gratuito para pessoas com renda per capita de até 3 salários

mínimos.

OBS: Para situações de vulnerabilidade social (violência contra mulher, idoso, por exemplo), não há limite de renda.

3.2.4. Destacar que a Defensoria maranhense investe em um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor.

4. TÓPICOS RELEVANTES

Missão: Garantir a efetividade de política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral aos vulneráveis priorizando soluções consensuais e amigáveis dos conflitos.

Visão: Ser uma instituição de referência na promoção dos direitos em todo estado do Maranhão até 2030.

Valores:

Ética no Trabalho - Seguir as normas e as regras da instituição, bem como tratar indistintamente a todos com respeito e ter responsabilidades com suas atividades.

Transparência - Estabelecer um canal aberto de comunicação, onde as ações são realizadas à vista de todos, promovendo a confiança e o engajamento cívico.

Qualidade no atendimento - Proporcionar uma experiência positiva e satisfatória para os usuários e assistidos.

Respeito ao cidadão - Acolher e tratar com civilidade, sem distinção e ofensas.

Economicidade - Minimizar os gastos públicos, sem comprometimento dos padrões de qualidade.

Sustentabilidade - Crescer sem comprometer o meio ambiente, assim como compensar possíveis impactos ambientais com iniciativas que promovam a sustentabilidade.

5. PÚBLICO-ALVO:

A campanha deverá ter conceito que se desdobre junto aos seguintes públicos:

- Geral: população da capital e do interior, conforme item 5.

- Específico: população vulnerabilizada, que são os assistidos e potenciais assistidos da instituição, que devem saber reconhecer em uma linguagem acessível qual o grande sentido da existência da Defensoria Pública.

- Específico (2): Formadores de opinião: autoridades, políticos, jornalistas, educadores, lideranças sociais, entre outros. É fundamental atentar para o fato de que a comunicação institucional deve atuar em diversas frentes simultâneas, contemplando, tanto na linguagem, forma e conteúdo a heterogeneidade do público que se deseja atingir, dentro, contudo, da realidade financeira do Estado e, neste caso, da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

a) Jovens e adultos;

b) Ambos os sexos;

c) Todos os gêneros;

d) Todas as classes sociais.

6. A CAMPANHA

A razão de ser da Defensoria Pública são os seus assistidos. Por isso, a campanha institucional a ser proposta deve ter foco nas demandas da população vulnerabilizada que podem ser resolvidas na instituição responsável pela efetivação da política pública de acesso a direitos no país.

Nossos assistidos vão desde pessoas em situação de rua a mulheres que sofrem violência doméstica, de qualquer classe social. Mas muitos deles desconhecem qual instituição buscar quando tem os seus direitos violados. E mais, boa parte deste público nem sabe que tem ou quais são esses direitos. E deixar a população informada sobre o sistema de garantias constitucional também é missão da Defensoria.

E é neste contexto, se utilizando de linguagem simples e acessível a essa população, mas também com foco nos mais diversos expectadores, que a campanha precisa trazer algumas das principais áreas de atuação da instituição personalizadas em seus assistidos, fazendo com que se vejam em diferentes situações do dia a dia e se sintam seguros para procurar ajuda na Defensoria Pública do Estado do Maranhão, tornando a instituição uma referência na promoção da justiça gratuita e de qualidade.

É importante que a campanha publicitária evidencie quem são esses potenciais assistidos, os tipos de atuações mais comuns: Na área de Família (Pensão alimentícia, divórcio, guarda de filhos, adoção...), Cível, Moradia, Direitos Humanos, defesa do consumidor, da criança e do adolescente, mulher e população LGBT, enfim, devemos mostrar que essa população vulnerável tem a quem recorrer.

Para concluir, a campanha deve transmitir uma sensação de confiança, acolhimento e proximidade. A comunicação deve ser acessível, inclusiva e respeitosa, destacando o papel da Defensoria em situações delicadas e de vulnerabilidade. O tom deve ser empático, educacional e de conscientização, com uma abordagem que gere identificação com os públicos vulneráveis.

7. MARCA

A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional da Defensoria Pública está disponível no Drive por meio do link a seguir: https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw4?usp=sharing

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

- Instagram;

- YouTube;

- Facebook;

- X/Twitter;

- TikTok;

- Portal da Intranet - direcionado a servidores;

- Displays dispostos em todos os andares do prédio-sede da DPE/MA para a colocação de informes/comunicados;

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para servidores (as);

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para defensores (as) públicos (as);

- E-mail para servidores (as);

- E-mail para defensores (as) públicos (as).

9. **PRAÇA**

Estado do Maranhão, contemplando a capital, região metropolitana e interior, especialmente os municípios de maior população ou situados em região estratégicas, sedes de comarca onde a Defensoria mantém núcleo regional: Imperatriz, Timon, Caxias, Chapadinha, Bacabal, Balsas, Barreirinhas, Codó, Pedreiras, Pinheiro, Santa Inês e Grajaú.

10. **PRAZO DA CAMPANHA**

A agência deverá levar em consideração o prazo de 30 dias.

11. **INVESTIMNENTO PARA O PROJETO**

Para a proposta orçamentária da ação de comunicação devem ser considerados a conveniência, oportunidade, eficiência e eficácia de cada meio de comunicação que poderá ser utilizado para o atingimento dos objetivos de comunicação, estratégia e táticas desenhadas para o público-alvo pretendido. A agência utilizará como referencial uma verba fictícia de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

MINUTA DE EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025
ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2025.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

_____

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

MINUTA DE EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025
ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de ContrataçãoEspecial

Referente **Concorrência nº 90001/2025** – Defensoria Públca do Estado do Maranhão

1. PREÇOS SUJEITOS A AVALIAÇÃO

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

<se for o caso>

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a epóca da apresentação da proposta**,** referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: .....% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;<*complementar o texto, se for o caso, com:*> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <*se for o caso*> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento)

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de..... (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V).

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

_____

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais.

MINUTA DE EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO

São Luís–MA, em **21** de **fevereiro** de **2025**.

Comissão de Contratação Especial

Documento assinado eletronicamente por **Anunciação de Maria C. Barbosa**, **Chefe da Comissão Permanente de Contratação**, em 21/02/2025, às 14:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0164803** e o código CRC **4E6FE38E**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: CPC /Comissão Permanente de Contratação

À Assessoria Jurídica,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência Presencial, Contratação de Agência de Publicidade;**

Encaminhamos, para análise e aprovação, a Minuta do Edital referente à **Concorrência Presencial nº 90001/2025 DPE/MA**, relativa à contratação de serviços de publicidade, elaborado em estrita conformidade com as peças que instruem os autos.

São Luís–MA, em **21** de **fevereiro** de **2025**.

Comissão de Contratação Especial

Documento assinado eletronicamente por **Anunciação de Maria C. Barbosa**, **Chefe da Comissão Permanente de Contratação**, em 21/02/2025, às 14:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0164807** e o código CRC **0643001D**.

fenapro

FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Tabela Referencial de Custos
Internos do Estado do Maranhão

DE 01/06/2024 A 31/05/2025

1. Esta tabela referencial cancela e substitui a anteriormente emitida pela **FENAPRO** para viger no período de 2024 a 2025.

2. A presente "Tabela Referencial de Custos de Serviços Internos" foi elaborada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – **FENAPRO**, no uso de sua competência legal, em razão do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão – **SINAPRO/MA** estar em processo de fundação.

3. A produção desta tabela ocorre após um trabalho de pesquisa, consultando as Agências Maranhenses e analisando a estrutura das Tabelas Referenciais de outros sindicatos e associações relacionadas à área da comunicação.

4. Os valores contemplados nesta Lista, são referenciais e a **FENAPRO** recomenda que sejam observados pelas Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, tanto na prestação de serviços publicitários a Clientes de iniciativa privada, como na prestação de serviços à Administração Pública, com relação à última citada, no que não forem contrários ao que dispõe o art. 2º, §2º, da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.

5. Dúvidas porventura surgidas na execução da Tabela Referencial de Custos Internos, do Estado do Maranhão, deverão ser encaminhadas à **FENAPRO**, através do site **www.fenapro.org.br**, Canal **"FENAPRO Responde"**, ou do e-mail **contato@fenapro.org.br**. A FENAPRO representa, em nível nacional, a categoria econômica das Agências de Propaganda, regulamentada pela Lei n.º 4.680/1965, e pelo Regulamento da citada Lei, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/1966, alterado pelo Decreto n.º 4.563/2002. A **FENAPRO** atua na defesa dos interesses da citada categoria, independentemente de liação/associação das Agências de Propaganda, nos estados desprovidos de Sindicatos.

Daniel Queiroz
Presidente

"ESTA TABELA REFERENCIAL CANCELA E SUBSTITUI A ANTERIORMENTE EMITIDA PELA FENAPRO PARA VIGER NO PERÍODO DE 2023 A 2024".

CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios gerais que nortearam a elaboração desta Tabela de Custos seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e o Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

O Decreto nº 4.563/02, de 31 de dezembro de 2002, que incorpora ao sistema legal as Normas-Padrão da atividade publicitária, alterou o art. 7º do Decreto nº 57.690/66 (que regulamenta a aplicação da Lei nº 4.680/65).

A seguir, reproduzimos textos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, que estabelecem como devem ser as relações entre os anunciantes e as agências de publicidade e que serviram de base para a elaboração desta Tabela de Custos.

Toda Agência, habilitada e certificada pelo CENP, deve estar capacitada a prestar a seu Cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas a seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identi cação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

- Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);

- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) assim como a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o pagamento das faturas.

A Agência deve dispor do seu melhor, trabalhando com dedicação e em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quanti cáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

A contratação da Agência pelo Anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes efetuarem, complementando e/ou detalhando dispositivos destas Normas- Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser previamente comunicado pela parte interessada à outra parte envolvida com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência.

Na vigência da relação contratual, a Agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o Cliente, e este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras Agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços, salvo convenção em contrário.

Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia disponível no mercado, necessários à prestação de serviços de controle de verba do Anunciante. Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão, como referência de melhor prática, os parâmetros instituídos pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que estabelece um sistema progressivo de serviços/benefícios, conforme descrito abaixo:

INVESTIMENTO TOTAL EM VEÍCULOS ADERENTES (EM MILHÕES)	%
Abaixo de 2,5	0
De 2,5 até 7,5	2
De 7,5 até 25	3
De 25 até 40	5
De 40 até 55	6
De 55 até 70	7
De 70 até 85	8
De 85 até 100	9
Acima de 100	10

Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, bem como deverão ser adequadamente orçados e exigirá prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pela FENAPRO na base territorial onde a Agência estiver localizada, caso não exista Sindicato na mesma da base territorial onde a Agência estiver localizada, assim como não sofrerá acréscimo de honorários nem de quaisquer encargos.

• Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

• Quando a responsabilidade da Agência se limitar, exclusivamente, à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência "honorários" de, no mínimo, 5% (cinco por cento) e, no máximo, 10% (dez por cento).

Como estímulo e incentivo à criatividade presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidas pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modi cação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo e obrigará o Cliente a arcar com o pagamento dos custos já efetivados, bem como efetuar o ressarcimento das obrigações irretratáveis.

Constitui prática desleal a apresentação, pela Agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a Cliente de outra Agência, salvo quando expressamente solicitada pelo Anunciante em concorrência para escolha de Agência. Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "FEEs" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitando o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão.

• O "FEE" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação ("desconto padrão de agência"), de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa e etc.

• Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "FEE", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1 das Normas-Padrão, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios de nidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4 das Normas-Padrão.

• Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "FEE", como meio de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência,

contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "FEE".

Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada Órgão, Autarquia, Empresa, Fundação, Sociedade de Economia Mista ou outro tipo de Entidade governamental. Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

Composição dos custos internos de serviços prestados por Agências sediadas no Estado do Maranhão

A determinação de valor a ser pago pelo Anunciante por serviços prestados pela Agência corresponderá à somatória dos seguintes itens:

Custos dos serviços internos + "desconto padrão de agência" + honorários sobre o valor dos serviços de terceiros

Custos dos serviços internos

Os custos dos serviços internos, que correspondem a aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, são calculados com base nos parâmetros referenciais estabelecidos nesta tabela.

Planejamento: fase inicial do trabalho, onde a Agência faz levantamento da necessidade do cliente. É o momento em que a Agência realiza o estudo de caso, estudo da empresa e seu produto/serviço, analisa o mercado de atuação e faz mapeamento do público-alvo da campanha. O planejamento permite conhecer com profundidade o cenário do cliente e a proposição de estratégias que melhor atenda o seu objetivo.

Criação de Campanha (tema/conceito): quando é solicitada a criação de campanha, é necessária uma etapa que antecede a criação das peças: o desenvolvimento de tema/conceito da campanha. Esta etapa deve ser cobrada de acordo com a dimensão do projeto a ser

desenvolvido. A determinação final de custos referentes a uma campanha será a conjunção dos custos de criação do tema/conceito somados aos custos individuais de cada peça que compõe a campanha aprovada pelo Cliente.

Quando os serviços forem de peças isoladas, a tabela subdivide os valores referentes aos seus serviços em três colunas, que representam as fases de trabalho necessárias para a confecção da peça publicitária. Segue abaixo um descritivo de cada uma destas fases:

Criação: Custo diferenciado para cada tipo de peça, referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária, proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em Briefing. É expressa sob forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob forma de roteiro e textos quando para mídia eletrônica, e em forma de layout para a peça gráfica.

Finalização: Custo diferenciado para cada tipo de peça, referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nesta fase do trabalho, serão agrupados em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o fornecedor ou veículo.

Editoração eletrônica para Finalização: Custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias bem como ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivos garantir: a melhor qualidade de impressão, a segurança e integralidade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias. Os serviços mínimos necessários e indispensáveis para a conclusão de uma peça publicitária estão divididos nas seguintes etapas: tratamento de imagens, onde serão executados os serviços de retoque, recorte, fusão e correções de cores das imagens; fechamento de arquivos, onde depois que a peça é finalizada, e o tratamento de imagem já foram concluídos, torna-se necessário, para portabilidade, que a peça finalizada seja transformada em um arquivo PDF-X 1a, que é o formato homologado internacionalmente, ideal para a reprodução gráfica; Impressão em papel (print) da peça gráfica, para que seja feita a revisão de textos e de seus elementos gráficos; Envio de e-mail, onde os jornais e editoras recebem os arquivos referentes aos anúncios por e-mail, o que obriga as agências a enviá-los por e-mail e checar o recebimento dos mesmos; Gravação de CD ou DVD, onde na impossibilidade do arquivo ser enviado por e-mail, o mesmo será enviado através de CD ou DVD; e Backup do arquivo, onde também deverá ser gravado CD ou DVD com a finalidade de segurança.

Com base nestes três centros de custos, é possível determinar os custos internos por peças publicitárias. Como exemplo, vamos compor os custos de anúncio de jornal de ½ página. É razoável pensar que um anúncio de jornal de meia página tenha, minimamente, as seguintes características gráficas: uma foto, texto, título e logomarcas. Sendo assim, sua composição de custo será

DESCRIÇÃO	VALOR
Criação de tema/conceito (peça avulsa – 100% do valor total da peça)	R$ 2.337,00
Adaptação/Finalização/Computação Gráfica	R$ 2.337,00
Retoque de imagem (1 hora)	R$ 251,00
Print formato A3 para revisão	R$ 24,00
Fechamento de arquivo PDF	R$ 251,00
Total	**R$ 5203,00**

Como a formatação discriminada dos custos internos das peças publicitárias torna os orçamentos longos e repetitivos, uma vez que os itens mínimos necessários à elaboração de cada peça são basicamente os mesmos, foram utilizados, nesta nova edição da Tabela de Custos Internos, uma coluna onde são apresentados, como sugestão, os custos padrões mínimos por peça na fase de Editoração Eletrônica.

Foram mantidos também, nesta tabela, a relação detalhada dos custos internos de editoração eletrônica. Assim, poder-se-á fazer o orçamento com a descrição detalhada quando for necessário.

Os prazos mínimos, em dias úteis necessários para execução de peças, são os seguintes, a partir da aprovação do briefing pelo cliente:

Elaboração de planos de mídia:
Campanhas: 7 dias
Peças avulsas: 2 dias
Peças de oportunidade: 1 dia

Criação de Campanhas: 7 dias
Peças avulsas: 3 dias
Peças de oportunidade: 2 dias
Produção de campanhas:10 a 20 dias

Taxa de emergência: Sempre que os mesmos não forem obedecidos, o Cliente pagará uma taxa de emergência à Agência de 20% sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, como: horas extras, refeições e transporte dos profissionais da Agência.
As peças não especi cadas nesta Tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares.

ORIENTAÇÕES GERAIS

Quando as peças publicitárias criadas e/ou nalizadas não gerarem remunerações à Agência, seja a do "desconto agência" e/ou honorários de 15% sobre serviço de terceiros, cando assim a remuneração da agência restrita, unicamente, aos seus custos internos, deverá esta cobrar um acréscimo de 100% sobre os valores constantes na Tabela. Sem prejuízo dos demais ressarcimentos e/ou remuneração prevista contratualmente, estabelecida pelo CENP ou possível de ser reivindicada judicialmente.

Reembolso de Despesas - Todos os gastos efetuados a serviço do Cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc. Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da Agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxações de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do Cliente.

Permutas - Considerando os expressos termos do art. 9º, inciso VIII, c.c. a Lei 9.610/98 (Lei de Direito Autoral), bem como a forma disposta pelo item 13 do Código de Ética dos Pro ssionais da Propaganda, incorporado ao sistema Legal, por força do art. 17 da Lei 4.680/65, nenhum trabalho publicitário pode ser veiculado sem que a Agência de Propaganda criadora autorize sua divulgação e sem que seja ela, por isso, remunerada. Considerando que nas negociações para veiculação de propaganda através de permutas, o pagamento da veiculação seja realizado através de outras moedas, que não em pecúnia, recomenda-se e se estabelece que:

a) Nas negociações para veiculação de publicidade, onde sejam adotadas as permutas, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a m de estabelecer, em conjunto com o Veículo de Divulgação e seu Cliente, a sua forma de remuneração, que será correspondente ao "desconto padrão de Agência";

b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "desconto padrão de Agência", será devida pelo Veículo em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor da permuta;

c) Faculta-se às partes, notadamente aos Veículos de Divulgação e às Agências de Propaganda em conjunto, que excepcionalmente estas possam receber, a título de "desconto padrão de Agência", espaço/tempo publicitário no citado Veículo, para ser utilizado por um dos clientes da Agência, indicado previamente pela agência ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Projetos especiais, eventos, apoios e Patrocínios - Nas negociações entre o Cliente da carteira da Agência e o promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso, e demais eventos, com a nalidade que este Cliente venha apoiar ou patrocinar as ações do promotor, fazendo a transferência de recurso através de pecúnia ou de permutas e que, em contrapartida, proporcione ao Cliente exposição em mídia de sua(s) marca(s) e/ou produto(s) e/ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, à Agência de propaganda responsável pela conta publicitária uma remuneração sobre o valor do contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equivalente ao "desconto padrão de Agência", sendo este devido pelo promotor do evento, em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação). Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em espaços publicitários a serem utilizados livremente pelo cliente na divulgação de seu interesse, faculta-se à agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cliente. Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado, ou ofertados pelo promotor como bonificação da negociação, poderá a Agência estabelecer sua remuneração de 20% (honorários), levando em consideração não o valor pactuado, mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pagos pelo seu cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

Recomenda-se e estabelece-se que:

a) Nas negociações, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a m de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu Cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao "desconto padrão de Agência";

b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "desconto padrão de Agência", será devida pelo Promotor em qualquer caso (participando ou não a Agencia da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor do contrato;

c) Faculta-se às partes, notadamente aos Promotores e às Agências de Propaganda em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de "desconto padrão de Agência", espaço/tempo publicitário quando o Promotor for um Veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros clientes da Agência, a qual competirá indicar previamente ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.
d) Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.
Serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a Agência e o Cliente.

Refação: adicional de 30%

TABELA REFERENCIAL DE PREÇOS
MARANHÃO

PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

LINHA		Exemplos:		
1	**Grande complexidade**	*Lançamento de nova empresa*		
2		*(Re)Lançamento de produto*	R$	86.928,15
3		*Planejamento anual de produto/marca*		
4		*Campanha anual*		
5	**Média complexidade**	*Lançamento imobiliário*		
6		*Campanha de incentivo / relacionamento*	R$	36.941,83
7		*Participação em feira*		
8		*Calendário Promocional*		
9	**Baixa complexidade**	*Ação de guerrilha*		
10		*Campanha de Varejo*	R$	21.176,99
11		*Ação promocional*		
12	**Estratégia de mídia e não mídia**		R$	8.931,46
13	**Elaboração de Briefing de campanha** (quando não for fornecida pelo cliente)		R$	7.492,04
14	**Plano de mídia ou não mídia** (por meio ou ação)		R$	1.714,84
15				

CRIAÇÃO DE CAMPANHA (TEMA/CONCEITO)

16	*Criação da Campanha: adaptação, finalização e computação gráfica das peças que compõem a campanha serão cobradas individualmente.*		
17			
18	**Campanha Grande/Grande Complexidade**	R$	29.569,32
19	*Relacionado a uma campanha de grande complexidade.*		
20	**Campanha Média/Média Complexidade**	R$	20.227,33
21	*Relacionado a uma campanha de média complexidade.*		
22	**Campanha Pequena/Baixa Complexidade**	R$	10.884,04
23	*Relacionado a uma campanha de baixa complexidade.*		
24	**Peça isolada** (quando criação do tema/conceito se aplica para uma única peça) — Acréscimo de 100% sobre o valor total da peça		
25			

26	**Identidade visual**					**Total**
27	Empresa				R$	15.572,58
28	Produto				R$	9.473,20
29	imobiliário e evento				R$	7.741,47
30	Selo comemorativo/promocional				R$	7.741,47
31	Readaptação de marca antiga				R$	6.720,36
32	Mascote/personagem				R$	14.204,60
33	Nome Fantasia				R$	5.769,40
34	Nome Produto				R$	6.086,39
35	Manual de identidade visual				R$	5.890,22
36	Uniforme				R$	2.218,90
37	Papelaria: bloco de anotações, cartão de visita, envelope, papel carta, etc (preço por peça)				R$	1.406,95
38						
39	**Sinalização**					**Total**
40	Fachada				R$	7.556,63
41	Pórtico				R$	7.556,63
42	Sinalização interna (adaptação por placa)				R$	446,58
43	Sinalização interna (projeto de grande porte)				R$	11.237,74
44	Sinalização interna (projeto de médio porte)				R$	8.714,64
45	Sinalização interna (projeto de pequeno porte)				R$	6.856,47
46	Totem				R$	5.157,50
47						
48	**Adesivagem de Frota**	Finalização		Computação Gráfica		**Total**
49	Caminhão	R$	2.837,26	R$ 3.416,26	R$	8.008,87
50	Caminhete / Van	R$	1.827,17	R$ 2.448,44	R$	5.475,77
51	Carro passeio/utilitário	R$	1.825,76	R$ 1.893,38	R$	4.763,11
52	Motocicleta	R$	494,48	R$ 556,46	R$	1.345,94
53	Ônibus	R$	3.045,76	R$ 4.041,76	R$	9.076,96
54						
55	**Projetos Gráficos**					**Total**
56	Apresentação Multimídia				R$	7.603,12
57	Broadside, folder e mala direta				R$	10.644,65

Tabela /FENAPRO 2024-2025 (0164864) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 176

DESIGN

58	Cartilha/Catálogo						R$	9.127,41
59	CD/DVD						R$	10.644,65
60	House Organ / Relatório						R$	15.206,24
61	Jornal						R$	21.289,30
62	Livro						R$	31.936,77
63	Mostruários						R$	18.247,77
64	News Letter						R$	5.326,55
65								
66	**Capa**							**Total**
67	Agenda						R$	4.257,30
68	Capa de catálogo						R$	5.350,50
69	Capa de Livro						R$	7.774,99
70	Capa de relatório						R$	5.350,50
71	Capa de revista						R$	7.774,99
72	CD - Capa						R$	4.257,30
73								
74	**Diagramação por página**			Finalização		Computação Gráfica		**Total**
75	Impresso - até 32 páginas			R$ 343,74		R$ 326,83	R$	858,80
76	Impresso - aima de 33 páginas			R$ 239,49		R$ 226,81	R$	597,19
77	Multimídia - montagem por tela						R$	521,24
78								
79	**Criação Stand**							**Total**
80	Stand para feira - Envelopagem até 15m (sem projeto arquitetônico)						R$	12.306,23
81	Stand para feira - Envelopagem acima de 15m - por m2 (sem projeto arquitetônico)						R$	826,05
82	Stand para feira - Com projeto especial / arquitetônico							a combinar
83								
84	**Criação do mobiliário**			Finalização		Computação Gráfica		**Total**
85	Balcão para degustação			R$ 1.710,24		R$ 570,55	R$	2.921,01
86	Ponto de Venda			R$ 1.710,24		R$ 570,55	R$	2.921,01
87								
88	**Criação do mobiliário já existente**			Finalização		Computação Gráfica		**Total**
89	Balcão para degustação			R$ 1.710,24		R$ 570,55	R$	2.921,01
90	Ponto de Venda			R$ 1.710,24		R$ 570,55	R$	2.921,01
91								
92	**Embalagens**			Finalização		Computação Gráfica		**Total**
93	Caixa de embarque			R$ 1.514,43		R$ 746,65	R$	2.895,75
94	Cartela/tag			R$ 1.514,43		R$ 746,65	R$	2.895,75
95	Cinta para embalagem			R$ 412,77		R$ 201,45	R$	786,63
96	Embalagem			R$ 6.290,15		R$ 3.083,79	R$	12.005,19
97	Embalagem (reformulação ou melhora)			R$ 3.295,11		R$ 1.617,27	R$	6.291,27
98	Embalagens para linha de produtos			R$ 16.788,29		R$ 8.222,98	R$	32.031,88
99	Mockup (sem custo terceirizado)			R$ 4.874,34		R$ 2.390,68	R$	9.304,29
100	Rótulo			R$ 3.424,71		R$ 1.679,25	R$	6.536,64
101	Rótulo (reformulação ou melhora)			R$ 2.761,19		R$ 1.487,66	R$	5.441,49
102								

103	**PEÇAS VEICULÁVEIS**							
104	**Anúncios**	Adaptação		Finalização		Computação Gráfica		**Total**
105	Jornal / Revista	R$ 1.980,73		R$ 767,78		R$ 543,78	R$	4.216,43
106	Jornal (classificado)	R$ 1.312,97		R$ 511,38		R$ 315,56	R$	2.740,59
107								
108								
109	**Publicidade Legal / Balanço**							
110	Página dupla						R$	6.946,63
111	1 Página						R$	3.512,06
112	Rouba página						R$	2.554,10
113	1/2 página						R$	1.755,32
114	1/3 página						R$	924,15
115	1/4 página						R$	877,66
116								
117	**Mídia Exterior**	Adaptação		Finalização		Computação Gráfica		**Total**
118	Backbus - Traseirão de Ônibus	R$ 2.799,22		R$ 1.198,86		R$ 1.042,49	R$	6.455,45
119	Busdoor / Taxidoor	R$ 1.810,27		R$ 774,82		R$ 1.321,42	R$	5.003,06
120	Cancela de estacionamento	R$ 1.542,60		R$ 836,81		R$ 801,59	R$	4.073,90
121	Empena	R$ 2.802,04		R$ 2.396,31		R$ 2.909,11	R$	10.383,21
122	Frontlight – backlight - Triedo (por face)	R$ 3.636,03		R$ 1.552,46		R$ 798,77	R$	7.667,88
123	Mobiliario urbano (estrutura existente: relógio, displays, parada de ônibus, guarda-corpo etc.)	R$ 1.810,27		R$ 774,82		R$ 1.321,42	R$	5.003,06
124	Outdoor	R$ 3.636,03		R$ 1.552,46		R$ 798,77	R$	7.667,88
125								

PROPAGANDA

126	**Mídia eletrônica - criação, texto e roteiro**								**Total**
127	Assinatura/vinheta eletrônica							**R$**	**1.208,72**
128	Áudio / Spot / Testemunhal até 60”							**R$**	**2.037,97**
129	Documentário/Vídeo até 5'							**R$**	**11.506,82**
130	Documentário/Vídeo - por minuto excedente							**R$**	**1.376,37**
131	Jingle/trilha até 60”							**R$**	**3.865,79**
132	Storyboard (por quadro)							**R$**	**446,58**
133	VT/filme (miolo de oferta)							**R$**	**818,49**
134	VT/filme até 60”							**R$**	**3.327,51**
135									
136	**PEÇAS NÃO VEICULÁVEIS / PROMOCIONAIS**								
137	*Acréscimo de 30% quando a peça possuir formato especial.*								
138									
139	**Mídia Exterior**	Adaptação		Finalização		Computação Gráfica			**Total**
140	Banca de Jornal	R$	2.792,18	R$	1.196,04	R$	400,09	**R$**	**5.620,10**
141	Blimp	R$	800,18	R$	325,43	R$	307,11	**R$**	**1.834,88**
142	Faixa - faixeta (avião, rua, supermercado)	R$	517,02	R$	328,24	R$	309,93	**R$**	**1.479,45**
143	Galhardete	R$	1.542,60	R$	836,81	R$	801,59	**R$**	**4.073,90**
144	Placa de estrada	R$	621,27	R$	395,86	R$	267,67	**R$**	**1.645,44**
145	Placa obra	R$	621,27	R$	395,86	R$	267,67	**R$**	**1.645,44**
146	Pintura de muro (até 25m2)	R$	1.542,60	R$	836,81	R$	801,59	**R$**	**4.073,90**
147									
148	**Impressos**	Adaptação		Finalização		Computação Gráfica			**Total**
149	Broadside, folder, mala direta (até formato A4)	R$	3.299,33	R$	1.274,93	R$	800,18	**R$**	**6.883,05**
150	Cartão; aniversário, Natal, Ano-Novo, postal	R$	1.394,68	R$	595,91	R$	800,18	**R$**	**3.574,13**
151	Cartaz	R$	1.394,68	R$	595,91	R$	800,18	**R$**	**3.574,13**
152	Convite para eventos elaborados	R$	2.097,66	R$	631,13	R$	414,18	**R$**	**4.025,18**
153	Convite para eventos simples	R$	1.603,18	R$	480,39	R$	315,56	**R$**	**3.072,56**
154	Diploma	R$	825,54	R$	495,89	R$	335,29	**R$**	**2.121,75**
155	Formulário	R$	825,54	R$	495,89	R$	335,29	**R$**	**2.121,75**
156	Jogo americano	R$	825,54	R$	495,89	R$	335,29	**R$**	**2.121,75**
157	Panfleto	R$	1.394,68	R$	595,91	R$	800,18	**R$**	**3.574,13**
158	Pasta	R$	622,68	R$	395,86	R$	267,67	**R$**	**1.647,24**
159	Santinho	R$	622,68	R$	395,86	R$	267,67	**R$**	**1.647,24**
160									
161	**Material Promocional/PDV**	Adaptação		Finalização		Computação Gráfica			**Total**
162	Aplicação de marca	R$	442,35	R$	284,57	R$	-	**R$**	**930,97**
163	Adesivo (até A4)	R$	825,54	R$	495,89	R$	335,29	**R$**	**2.121,75**
164	Adesivo (superior a A4)	R$	1.394,68	R$	595,91	R$	800,18	**R$**	**3.574,13**
165	Backdrop (só marcas)	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
166	Bandeirola	R$	1.212,95	R$	804,41	R$	400,09	**R$**	**3.096,02**
167	Bandô	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
168	Banner / Windbanner	R$	1.810,27	R$	774,82	R$	1.321,42	**R$**	**5.003,06**
169	Bola / Balão de festas	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
170	Cartela de preços	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
171	Crachá	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
172	Display de balcão e parede	R$	1.810,27	R$	774,82	R$	1.321,42	**R$**	**5.003,06**
173	Ficha de Inscrição/Cupom	R$	872,03	R$	540,97	R$	318,38	**R$**	**2.217,37**
174	Mobile	R$	872,03	R$	540,97	R$	318,38	**R$**	**2.217,37**
175	Painel	R$	1.810,27	R$	774,82	R$	1.321,42	**R$**	**5.003,06**
176	Placa Comemorativa	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
177	Sacola	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
178	Saia de gôndola	R$	825,54	R$	495,89	R$	335,29	**R$**	**2.121,75**
179	Wobbler, danger, stopper	R$	1.212,95	R$	804,41	R$	400,09	**R$**	**3.096,02**
180									
181	**Brinde**	Adaptação		Finalização		Computação Gráfica			**Total**
182	Aplicação de marca	R$	442,35	R$	284,57	R$	-	**R$**	**930,97**
183	Abanador / leque	R$	769,19	R$	491,66	R$	469,12	**R$**	**2.215,57**
184	Boné	R$	619,86	R$	398,68	R$	266,26	**R$**	**1.645,44**
185	Calendário (Bolso/Mesa)	R$	1.314,38	R$	497,30	R$	402,91	**R$**	**2.836,21**
186	Calendário (custo por lâmina)	R$	1.212,95	R$	805,82	R$	401,50	**R$**	**3.099,63**
187	Camisa	R$	769,19	R$	491,66	R$	469,12	**R$**	**2.215,57**
188	Marcador Página	R$	769,19	R$	491,66	R$	469,12	**R$**	**2.215,57**
189	Mouse pad	R$	769,19	R$	491,66	R$	469,12	**R$**	**2.215,57**
190	Projeto especial (criação de novo brinde)	R$	2.806,27	R$	1.200,27	R$	1.441,17	**R$**	**6.976,87**
191									
192	**Projetos especiais (apenas layout - não incluso produção)**								**Total**
193	Inflável							**R$**	**3.812,13**
194	Medalha							**R$**	**3.812,13**
195	Totem							**R$**	**4.089,65**
196	Troféu							**R$**	**5.373,04**

197			
198	**Site/Portal**		**Total**
199	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)	R$	25.905,83
200	Compra de domínio + hosting (mensal)	R$	691,71
201	Desenvolvimento de CMS	R$	17.270,09
202	Desenvolvimento de gerador de perfis	R$	17.270,09
203	Desenvolvimento de sistema de banco de dados	R$	6.908,60
204	Gestão de conteúdo	R$	20.724,39
205	Integração com redes sociais	R$	20.148,20
206	Layout das páginas internas (por página)	R$	12.450,69
207	Layout de homepage	R$	23.027,72
208	Programação de capa em flash	R$	34.540,17
209	Redação de texto (por página)	R$	5.757,63
210	Replicar página para diferentes idiomas	R$	2.159,64
211	Alterações / ajustes de layout (por página)	R$	3.344,42
212	Alterações / ajustes de programação (por página)	R$	6.687,42
213	**Hotsite**		**Total**
214	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)	R$	8.635,75
215	Compra de domínio + hosting (mensal)	R$	655,08
216	Desenvolvimento de banco de dados	R$	23.027,72
217	Desenvolvimento de cms	R$	23.027,72
218	Desenvolvimento de gerador de perfis	R$	23.027,72
219	Gestão de conteúdo	R$	10.905,27
220	Integração com redes sociais	R$	28.783,95
221	Layout de homepage	R$	15.831,73
222	Layout das páginas internas (por página)	R$	8.635,75
223	Programação de capa em flash	R$	21.587,96
224	Redação de texto (por página)	R$	3.166,91
225	Replicar página para diferentes idiomas	R$	2.159,64
226	**Promoção/Concurso**		**Total**
227	Mediação (mensal)	R$	6.941,00
228	Planejamento e mecânica	R$	10.410,80
229	**Newsletter/Email Marketing**		**Total**
230	Importação / segmentação / higienização de base	R$	8.520,23
231	Disparo (unitário)	R$	691,71
232	Mensuração de resultados	R$	8.520,23
233	Newsletter / e-mail mkt em arquivo de imagem (jpg,png,etc.)	R$	2.276,57
234	Newsletter / e-mail mkt em arquivo html	R$	2.586,50
235	Relatório de envio de newsletter / e-mail mkt	R$	8.520,23
236	**Banner (medidas em pixel)**		**Total**
237	Background 1680 x altura livre	R$	7.117,61
238	Banner vertical 120x240	R$	4.933,25
239	Banner vertical expansível 300x600	R$	7.117,61
240	Barra Lateral 180x400	R$	4.933,25
241	Banner vertical expansível 1190x700	R$	7.117,61
242	Botão 120x30	R$	4.110,53
243	Botão 120x60	R$	4.933,25
244	Botão 120x90	R$	5.203,73
245	Botão 88x31	R$	4.110,53
246	Full banner 468x60	R$	4.933,25
247	Full banner expansível 468x300	R$	7.117,61
248	Giga banner 990x300	R$	7.117,61
249	Half banner 234x60	R$	4.110,53
250	Interstitial 1000x600	R$	7.117,61
251	Layer dhtml	R$	7.117,61
252	Mega banner 920x114	R$	7.117,61
253	Page colapse (fechado 300x250 – aberto 980x315)	R$	7.117,61
254	Retângulo 180x150	R$	4.110,53
255	Retângulo de menu 140x240	R$	5.203,73
256	Retângulo médio 300x250	R$	5.203,73
257	Rouba página (fechado 300x250) – aberto 994x519)	R$	7.117,61
258	Selo 180x30	R$	4.110,53
259	Selo duplo 180x60	R$	4.933,25
260	Skyscraper 120x600	R$	4.110,53

MULTÍMIDIA/DIGITAL

261	Super banner 728x90	R$	4.933,25
262	Super banner expansível 728x300	R$	7.117,61
263	Xpace 948x60 a 948x360	R$	7.117,61
264	**Audiência**		Total
265	Monitoramento diário + relatório semanal simples (mensal)	R$	1.958,19
266	Relatório completo (mensal)	R$	3.340,19
267	Relatório de análise de métricas in-site	R$	1.727,15
268	Relatório de análise de métricas off-site	R$	3.454,30
269	**Mídias Socias**		Total
270	Criação de cards para redes sociais	R$	1.645,40
271	Criação de perfil (facebook, twiter, etc) e cards em carrossel	R$	4.089,21
272	Personalização de rede social / perfil (avatar, testeira, etc.) ou criação de filtro	R$	9.913,41
273	**Geração de Conteúdo**		Total
274	Criação de matriz de conteúdo para canais proprietários (redes sociais e sites) (por plataforma digital)	R$	11.513,86
275	Criação de conteúdos para perfis proprietários em redes sociais (por post)	R$	432,49
276	Criação de conteúdos para ambientes digitais como sites, hotsites e blogs (por post)	R$	863,57
277	Criação de publieditoria (para blogs,sites e redes sociais) (por publieditorial)	R$	1.727,15
278	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para perfis proprietários em redes sociais	R$	288,80
279	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para ambientes digitais proprietários (sites, hotsites e blogs) (por post)	R$	288,80
280	Gestão de geração de conteúdos e interações em canais proprietários (por mês)	R$	1.152,37
281	**Monitoramento de Canais Proprietários**		Total
282	Monitoramento de interações e respostas às interações (por diária)	R$	231,04
283	**Monitoramento da Marca na Web**		Total
284	Monitoramento de menções à marca na web e geração de relatório em resultados (por relatório)	R$	1.729,97
285	Monitoramento de menções à marca para interações (monitoramento ativo) (por diária)	R$	231,04
286	**Disseminação Online**		Total
287	Estruturação de estratégia de disseminação (por job)	R$	8.635,75
288	Gestão de disseminação online (por job)	R$	1.152,37
289	Mapeamento de formadores de opinião (blogueiros e betas) (por formador de opinião)	R$	115,52
290	Pesquisa de dados cadastrais de formadores de opinião para contato (endereço + email)(por formador de opiniã	R$	92,98
291	Realização de contato com formadores de opinião (por formador de opinião)	R$	57,76
292	Negociação e contratação de posts pagos de formadores de opinião (por formador de opinião)	R$	115,52
293	Digital PR (ativação de formadores de opinião) (até 10 formadores de opinião)	R$	2.879,52
294	**Monitoramento e Avaliação de Resultados**		Total
295	Planejamento e definição de métricas e metas do projeto (por job)	R$	3.743,10
296	Monitoramento de posts pagos e mídia espontânea em redes sociais, sites e blogs (diária)	R$	2.879,52
297	Relatório semanal com monitoramento e clipagem de posts (por relatório)	R$	807,22
298	Relatório completo do Projeto (por relatório)	R$	3.340,19
299	**Games**		Total
300	Design de ambientes de jogo	R$	17.270,09
301	Design de telas complementares de jogo	R$	8.635,75
302	Game-flash	R$	43.175,92
303	Game-html5	R$	71.958,46
304	Mobile game	R$	100.741,00
305	Planejamento de game	R$	14.391,97
306	Social Game	R$	129.524,94
307	**Aplicativos**		Total
308	Aplicativo para redes sociais simples	R$	71.958,46
309	Aplicativos para redes sociais gerador de perfis e integração de conteúdo	R$	100.741,00
310	Aplicativo para aparelhos móveis (celular e tablet)	R$	115.132,97
311	**Mobile**		Total
312	Análise de resultados de campanha sms	R$	3.340,19
313	Banner grande para dispositivos móveis 320x100	R$	6.783,22
314	Cabeçalho para dispositivos móveis 320x50	R$	6.783,22
315	Disparo de SMS	R$	2.303,34
316	Mobile apps 480x75	R$	6.783,22
317	Planejamento de campanha SMS	R$	12.953,62
318	Quadrado 250x250	R$	6.783,22
319	Selo duplo 300x100	R$	6.783,22
320	Selo simples 300x50	R$	6.783,22

	321	**Otimização SEO**					**Total**
	322	Análise de conteúdo in-site (por página)				R$	**518,43**
	323	Análise técnica in-site				R$	**4.030,49**
	324	Análise técnica off-site (link building)				R$	**6.332,41**
	325	Monitoramento de resultados				R$	**1.727,15**
	326	Planejamento de campanha (por palavra)				R$	**1.439,76**
	327	**Marketing em Buscadores (S.E.M)**					**Total**
	328	Criação de campanha				R$	**10.075,51**
	329	Gestão de campanha				R$	**1.727,15**
	330	Seleção de palavras-chaves (por palavra)				R$	**316,97**
	331	**Apresentações**					**Total**
	332	Presentation em flash				R$	**51.810,26**
	333	Presentation em ppt				R$	**25.905,83**
	334						
PROJETOS DIGITAIS	335	**Planejamento**					**Total**
	336	Planejamento de Projeto digital				R$	**41.839,00**
	337	Protótipo de Projeto Digital (wireframes) – arquitetura				R$	**41.839,00**
	338	Benchmark (avulso)				R$	**17.229,23**
	339	Direção de arte (conceito para projeto)				R$	**19.690,35**
	340	Análise de tecnologia				R$	**13.946,80**
	341	Tag Book (especificação métrica)				R$	**13.946,80**
	342	SEO Book (especificação de ações para busca orgânica)				R$	**34.865,60**
	343	Gestão de Projeto (PMI)*				R$	**92.295,43**
	344	Plano de mídia digital (avulso)				R$	**24.612,58**
	345	**Criação**					**Total**
	346	Sites Institucionais (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)				R$	**92.295,43**
	347	Intranets e extranets (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)				R$	**82.038,19**
	348	E-commerce (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)				R$	**77.934,45**
	349	Blogs, fóruns e hotsites (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)				R$	**30.766,08**
	350	App Mobile (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)				R$	**92.295,43**
	351	**Programação**					**Total**
	352	Sites Institucionais (a partir de)				R$	**92.295,43**
	353	Intranets / extranets				R$	**82.038,19**
	354	E-commerce (a partir de)				R$	**77.934,45**
	355	Blogs, fóruns ou hotsites (a partir de)				R$	**30.766,08**
	356	App Mobile					**sob consulta**
	357	Infográfico				R$	**8.616,02**
	358	Landing page				R$	**12.678,91**
	359						
	360	**Conteúdo**					**Total**
	361	“SAC 2.0” – Interação em canal social (mensal)				R$	**12.307,00**
	362	**Business Inteligence**					**Total**
	363	Análise Web Metrics - mensal				R$	**6.974,81**
	364	Análise especifica SEO - mensal				R$	**8.614,62**
	365	Monitoramento social de marca - mensal				R$	**7.794,71**
	366	**Desenvolvimento dos trabalhos em Meios Digitais**					**Custo homem/hora (R$)**
	367	Planejamento	R$	780,46	a	R$	931,20
	368	Design e criação	R$	615,63	a	R$	777,64
	369	Atendimento e gestão	R$	619,86	a	R$	777,64
	370	Programação	R$	466,30	a	R$	619,86
	371	*Refação – adicional mínimo de 30% Valores em reais*					
	372						
ILUSTRAÇÃO	373	**Ilutração (por ilustração)**			Acima de 10		Até 10
	374	Gráfico (ilustração)			R$	883,30	R$ 1.224,22
	375	Mapa de localização (simples)			R$	1.822,43	R$ 2.004,68
	376	Tabela			R$	711,43	R$ 986,14
	377	Ilustrações / Cartoon / Caricatura (mídia impressa e eletrônica)			R$	1.283,39	R$ 1.777,87
	378	*Pesquisa 2007 - Referencial de valores de ilustração Abipro*					
	379						
	380	**Hora/Profissional**					**Total**

HORA/PROFISSIONAL	381	Presidente	R$	1.041,08
	382	Vice-presidente	R$	707,20
	383	Diretor de Criação	R$	577,59
	384	Diretor de Atendimento	R$	577,59
	385	Atendimento	R$	353,60
	386	Diretor de arte	R$	539,56
	387	Redator	R$	539,56
	388	Planejamento	R$	707,20
	389	Produtor gráfico/eletronico	R$	353,60
	390	Mídia	R$	353,60
	391			
FINALIZAÇÃO	392	**Finalização**		**Total**
	393	Fechamento de arquivo (por hora homem) - incluir em fechamento de arquivo.	R$	353,60
	394	Tratamento de imagem (Por hora homem)	R$	353,60
	395	Vetorização de logotipos	R$	353,60
	396	Gravação de CD/DVD	R$	67,62
	397	Scanner de imagem	R$	45,08
	398	Print papel A4 (cor)	R$	22,54
	399	Print papel A3 (cor)	R$	33,81
	400	Print papel A4 (p&b)	R$	18,31
	401	Print papel A3 (p&b)	R$	26,77
	402	Backup de arquivos CD/DVD	R$	670,57

Fenapro Responde

(11) 2199-4710

contato@fenapro.org.br

fenapro.org.br

fenapro

FEDERAÇÃO NACIONAL DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: ASCOM /Assessoria de Comunicação

Comissão Permanente de Contratação,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Retorno os autos já com a inserção da Tabela solicitada.

São Luís–MA, em **21** de **fevereiro** de **2025**.

Lucienne Santos da Silva
Assessora Junior
ASCOM

Documento assinado eletronicamente por **Lucienne Santos da Silva**, **Assessora Junior**, em 21/02/2025, às 14:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0164869** e o código CRC **CCD9AF00**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

PARECER

PARECER JURÍDICO N.º: 061/2025 - ASSEJUR

PROCESSO N.º: 0000873.110000950.0.2025

Unidade Emitente: ASSEJUR /Assessoria Jurídica

Assunto: Análise de minuta de edital de licitação para contratação de serviços de publicidade

1. RELATÓRIO

Trata-se da análise jurídica da Minuta de Edital da Concorrência Presencial nº 90001/2025, que tem como objeto a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade institucional da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA). O certame será processado e julgado pelo critério de **melhor técnica**, sob o regime de **empreitada por preço unitário**, conforme disposições da **Lei Federal nº 12.232/2010**, da **Lei Federal nº 14.133/2021**, da **Lei nº 4.680/1965** e demais normas aplicáveis.

O presente parecer visa verificar a adequação jurídica da minuta do edital, considerando os requisitos para a modalidade de concorrência e os critérios de julgamento, bem como a análise detalhada dos anexos que integram o documento.

2. FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA

A escolha da modalidade **Concorrência** é adequada para a contratação de serviços de publicidade, conforme determina o **art. 3º da Lei 12.232/2010**, que exige a modalidade concorrência para seleção de agência de propaganda, sendo obrigatório o julgamento por **melhor técnica** ou **técnica e preço**.

No caso em exame, optou-se pelo **critério de melhor técnica**, o que se justifica pelo caráter estratégico dos serviços de publicidade institucional, que demandam soluções criativas e inovadoras para atender às necessidades da DPE/MA.

Ademais, a Concorrência como modalidade de licitação garante maior publicidade e competitividade ao certame, assegurando a ampla participação de agências de publicidade qualificadas. A exigência de um processo mais rigoroso e criterioso contribui para a seleção da proposta que melhor atenda aos interesses da Administração Pública, alinhando-se à necessidade de contratação de um serviço de elevada complexidade técnica.

A adoção do **regime de empreitada por preço unitário** é justificável na medida em que os serviços publicitários são prestados de forma continuada, com variação de demanda ao longo do contrato. Tal regime encontra respaldo na **Lei 14.133/2021**, que autoriza sua utilização quando o objeto puder ser parcelado e os

quantitativos dependerem da demanda. Além disso, a previsibilidade da contratação sob esse regime permite um melhor controle orçamentário, evitando gastos excessivos e garantindo a otimização dos recursos destinados à publicidade institucional. Esse modelo também possibilita maior flexibilidade na execução do contrato, assegurando que as ações publicitárias sejam ajustadas conforme a necessidade da Administração, sem comprometer a eficiência e efetividade das campanhas.

O edital segue as diretrizes da Lei 12.232/2010 ao:

- Exigir a apresentação de **Plano de Comunicação Publicitária**, **Capacidade de Atendimento**, **Repertório** e **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, conforme o **art. 7º da Lei 12.232/2010**;

- Determinar a análise das propostas técnicas por uma **Subcomissão Técnica**, composta por especialistas com notório saber, de acordo com o **art. 10, caput da Lei 12.232/2010**;

- Garantir a publicidade e a transparência do certame, com a divulgação dos critérios de julgamento e a possibilidade de impugnação do edital (art. 6º da Lei 12.232/2010).

A Lei 14.133/2021 é aplicada subsidiariamente, conforme previsto na minuta do edital. Destacam-se os seguintes pontos de conformidade:

- **Planejamento da contratação**: a necessidade dos serviços foi justificada, com previsão de dotação orçamentária.

- **Critério de julgamento**: a escolha pelo tipo **melhor técnica** está fundamentada no art. 35 da Lei 14.133/2021.

- **Gestão e fiscalização do contrato**: o edital prevê indicadores de desempenho para a avaliação dos serviços prestados, conforme **art. 169 da Lei 14.133/2021**.

A minuta do edital inclui diversos anexos que complementam e detalham o objeto da contratação. A seguir, apresentamos uma análise dos principais anexos:

1. **Anexo I - Termo de Referência:** Essencial para fundamentar a contratação, esse documento detalha a necessidade do serviço, os objetivos estratégicos e as diretrizes operacionais. Ele define critérios de mensuração de desempenho e garante que a prestação dos serviços esteja alinhada com as metas institucionais da DPE/MA, promovendo transparência e eficiência na gestão do contrato.

2. **Anexo II - Briefing Publicitário:** Fornece informações estratégicas sobre a comunicação institucional da DPE/MA, incluindo seu público-alvo, principais mensagens e identidade visual. A adoção desse anexo é fundamental para garantir que as propostas apresentadas pelas licitantes estejam alinhadas com os interesses da instituição, assegurando maior eficiência na execução do contrato.

3. **Anexo III - Modelo de Procuração:** Padroniza o formato de credenciamento de representantes das empresas concorrentes, garantindo segurança jurídica ao processo licitatório. Esse instrumento é essencial para evitar irregularidades na representação das licitantes e assegurar a legitimidade dos atos praticados durante o certame.

4. **Anexo IV - Modelo de Proposta de Preços:** Estabelece critérios objetivos para a formulação das propostas financeiras, garantindo equidade e comparabilidade entre os concorrentes. Sua adoção contribui para a padronização e transparência na avaliação dos valores ofertados, minimizando riscos de propostas inexequíveis ou desproporcionais.

5. **Anexo V - Minuta do Contrato:** Define as cláusulas essenciais para formalização da contratação, incluindo prazos, obrigações das partes, sanções administrativas e garantias contratuais. Esse anexo confere segurança jurídica ao processo e assegura que as condições pactuadas sejam cumpridas

rigorosamente, prevenindo litígios futuros.

A inclusão desses anexos reforça a robustez do certame e permite maior clareza para os participantes quanto aos requisitos exigidos, garantindo maior eficiência e controle na execução dos serviços contratados.

Em análise a pareceres da Advocacia-Geral da União (AGU), destaca-se o Parecer nº 00241/2021/CONJUR-MIDR/CGU/AGU, que confirma a legalidade da aplicação da Lei 12.232/2010 e da Lei 14.133/2021 para contratações de publicidade, ressaltando a importância do planejamento da contratação e da adoção de critérios objetivos de julgamento.

3. CONCLUSÃO

Diante do exposto, **opina-se pela aprovação da minuta do edital**, uma vez que está em conformidade com os dispositivos legais aplicáveis, notadamente a **Lei 12.232/2010**, a **Lei 14.133/2021** e a **Lei 4.680/1965**.

Por fim, verifica-se que a minuta apresenta uma estrutura sólida e aderente à legislação vigente, garantindo a isonomia, a competitividade e a eficiência na contratação dos serviços de publicidade institucional.

São Luís–MA, em **26** de **fevereiro** de **2025**.

João Marcelo de Medeiros Moreira
Chefe de Setor
Matrícula: 2005296

Documento assinado eletronicamente por **João Marcelo de Medeiros Moreira**, **Chefe da Assessoria Jurídica**, em 26/02/2025, às 14:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0166584** e o código CRC **2CED70C8**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: ASSEJUR /Assessoria Jurídica

Comissão Permanente de Contratação,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Envia processo com parecer.

São Luís–MA, em **26** de **fevereiro** de **2025**.

João Marcelo de Medeiros Moreira
Chefe de Setor
ASSEJUR

Documento assinado eletronicamente por **João Marcelo de Medeiros Moreira**, **Chefe da Assessoria Jurídica**, em 26/02/2025, às 14:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0166589** e o código CRC **60CCAE1F**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º: _____-DPE/MA
PROCESSO N.º: 0000873.110000950.0.2025

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM, **A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO** E DE OUTRO LADO, **XXXXXXXXXXXXXXXXX**, NA FORMA ABAIXO.

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO , pessoa jurídica de Direito Público, inscrita no CNPJ sob o n.º 00.820.295/0001-42, com sede na Avenida Júnior Coimbra, Quadra 21, Lote 02, Loteamento Jaracaty, Renascença II, São Luís–MA, CEP 65075-696, daqui em diante denominada CONTRATANTE, neste ato representada pelo Defensor Público-Geral do Estado, **Dr. GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** , brasileiro, defensor público, matrícula n.º 1998152 DPE/MA, CPF n.º 052.119.714-77, residente e domiciliado, nesta cidade e, do outro lado, a Empresa **XXXXXXXXXXXXXX**, sediado(a) no(a) **ENDEREÇO**, CNPJ N.º **XX.XXX.XXX/XXXX-XX**, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por **XXXXXXXXXXX**, brasileiro (a), estado civil, RG n.º **XX.XXX.XXX-X**, CPF n.º **XXX.XXX.XXX-XX**, residente e domiciliado nesta cidade, **RESOLVEM** celebrar o presente contrato, cuja lavratura foi regularmente autorizada em despacho constante no **Processo Administrativo n.º XXX/XXXX**, Nota de Empenho nº **XXXXNEXXXXXXX**, decorrente da licitação na modalidade **Concorrência n.º XXX/XXXX – CPL/DPE**, submetendo-se as partes às disposições constantes na Lei 10.520/02, Lei nº 8.666/93, e suas alterações posteriores, mediante às cláusulas e condições e obrigações seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº XXX/2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços da CONTRATADA, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de **1 (uma) agência de propaganda**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a

intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘b’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das a vidades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da data de sua assinatura, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei n° 14.133, de 2021.

3.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permi da a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza con nuada;

b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação; e)Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

3.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

3.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

3.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

3.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado ver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX/2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em R$ XX,XX (por extenso), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços constam nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça

Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	**03.092.0623.6005.023316**

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto art. 125 da Lei 14.133/2021.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no estado de Maranhão, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 1 (um) Diretor Geral - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

b) 1 (um) Diretor de Mídia - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;

c) 1 (um) Diretor de Criação - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

d) 2 (dois) Profissionais de atendimento - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;

e) 1 (um) Profissional de planejamento e pesquisa - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing.

5.1.2.2. Caso a CONTRATANTE julgue necessário, no decorrer do contrato, poderá solicitar a composição de um núcleo de mídia, com possibilidade de instalação nas dependências da CONTRATANTE.

5.1.2.3. A equipe de profissionais do núcleo de mídia poderá ser readequada pela CONTRATADA a qualquer tempo, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados à CONTRATANTE.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admi da sua subs tuição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incen vo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

I - O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte

da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as a vidades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a iden ficação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a iden ficação (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, rela vos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compa veis com o serviço a ser fornecido;

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados ver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados ver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II - algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente ver sido por ela expressamente autorizada.

I - A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

II - Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou a vidades ilegais.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) jus fica va(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) jus ficativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

I - O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

II - Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

III - Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e a CONTRATANTE, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações rela vas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de

divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores no ciados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.24. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.27. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.27.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.27.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela CONTRATADA.

5.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de esma va de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no Art. 9º, Lei nº 14.133/2021.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;

e) notificar, formalmente e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

7.1.1. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para no ficar a CONTRATADA, obje vando sua imediata correção.

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5. A autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10. A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.10.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da CONTRATADA correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

8.1.1.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.1.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pela Federação ou autenticada por ela.

8.1.2. percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

8.1.3. percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento per nentes ao objeto do presente contrato;

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4. percentual de honorários superior a 15% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, des nadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. A CONTRATADA não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reu lização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, des nadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas a vidades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998 (Direitos Autorais), a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respec vos 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 es pulados no respec vo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

I - O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será

obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços pra cados 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 respec vos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de

divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: “Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respec vo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alterna va ao procedimento previsto na alínea ‘a’, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea ‘a’ deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas na alínea ‘a’ deste subitem;

a2) como alterna va ao conjunto de documentos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘a1’ deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, iden ficação do local da veiculação, quan dade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível iden ficar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emi do, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11. 11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.7.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

AF = [(1 + IPCA/100)N/30 –1] x VP, na qual:

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF: Atualização financeira;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos os bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.8.2. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 30 (trinta) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

11.10.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o 10º (décimo) dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da no ficação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos mo vos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respec vos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alterna vo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

11.10.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.11. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - REAJUSTE

12.1. O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

12.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

12.1.2. É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem

obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho.

12.2. O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, utilizando-se da seguinte fórmula:

R = V x I - Io

R Valor do reajuste procurado

V Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado

I Índice rela vo à data do reajuste

Io Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

13.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, na modalidade Concorrência, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial/total/anual.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

14.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I - Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

II - Impedimento de licitar e contratar, quando pra cadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

III - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 14.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.

4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 14.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato, ressalvadas as seguintes infrações: [INDICAR ITENS ESPECÍFICOS DE INEXECUÇÃO PARCIAL QUE JUSTIFIQUEM PENA DIVERSA].

14.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administra vo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d)os danos que dela provierem para o Contratante;

e)a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

14.8. Os atos previstos como infrações administra vas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

14.9. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Execu vo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

14.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

14.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida a va, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administra vos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RESCISÃO

15.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

15.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

15.3. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a no ficação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

15.4. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

15.5. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.5.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

15.5.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.5.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.6. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

15.6.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.6.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.6.3. Indenizações e multas.

15.7. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

15.8. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou en dade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE.

16.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no PNCP, na forma prevista na Lei nº 14.133/2021.

16.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

16.5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

16.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

16.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

17.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no TR.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – PUBLICAÇÃO

18.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet.

19. CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

19.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Justiça Estadual em São Luis/MA.

E, por estarem justos e acordados, assinam eletronicamente o presente contrato.

São Luís–MA, em **XX** de **XXXXXX** de **XXXX**.

DEFENSORIA GERAL DO ESTADO DO MARANHÃO
CONTRATANTE

.....
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:
Nome: _____ CPF n.º _____

Nome: _____ CPF n.º _____

0170961v1

Documento assinado eletronicamente por **João Marcelo de Medeiros Moreira**, **Chefe da Assessoria Jurídica**, em 12/03/2025, às 10:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0170961** e o código CRC **21F16450**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

DESPACHO

Unidade Emitente: ASSEJUR /Assessoria Jurídica

Comissão Permanente de Contratação,

Considerando o processo n.º **0000873.110000950.0.2025, Licitatório: Concorrência, Contratação de Agência de Publicidade;**

Envia processo com minuta de contrato.

São Luís–MA, em **12** de **março** de **2025**.

João Marcelo de Medeiros Moreira
Chefe de Setor
ASSEJUR

Documento assinado eletronicamente por **João Marcelo de Medeiros Moreira**, **Chefe da Assessoria Jurídica**, em 12/03/2025, às 10:20, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0170963** e o código CRC **84098BF5**.

Hierarquia de Fiscalização	Nome Completo	Matrícula
Gestor do Contrato	Luiz Roberto da Costa Gomes	2743888
Fiscal Administrativo	Maria Imaculada Rêgo Ferreira	2746592
Fiscal Técnico	Mário Sérgio Cavalcante Santos	2744415

Art. 2º Para efeito desta Portaria, considera-se: **I - Gestor do Contrato:** servidor (membro ou administrativo) designado para coordenar e comandar o procedimento da fiscalização da execução contratual; **II - Fiscal Administrativo:** servidor (membro ou administrativo) designado para auxiliar o Gestor do Contrato quanto à fiscalização do objeto do contrato;**III - Fiscal Técnico:** servidor (membro ou administrativo) designado para auxiliar o Gestor do Contrato, junto ao local de execução do contrato, quanto à fiscalização dos aspectos técnicos ou administrativos;**Art. 3º** Determinar à área de gerenciamento de contratos a inclusão de cópia desta Portaria junto ao dossiê do contrato.**Art. 4º** Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação e terá vigência até o vencimento do termo e de sua garantia, quando houver. **Art. 5º** Fica revogada a Portaria Nº 3031 – DPGE, de 13 de dezembro de 2024, publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, Publicações de Terceiros, p.18, do dia 17 de dezembro de 2024. **Publique-se, comunique-se, anote-se e cumpra-se.** São Luís–MA, Gabinete da Defensoria Pública-Geral do Estado do Maranhão em 17 de março de 2025. **Gabriel Santana Furtado Soares**--Defensor(a) Público(a)-Geral do Estado do Maranhão /DPGE/MA.

PORTARIA Nº 0260-DPGE, DE 18 DE MARÇO DE 2025. Institui Comissão de Contratação Especial e membros auxiliares responsável pela condução do processo licitatório da Defensoria Pública do Estado do Maranhão para a contratação de serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de agências de propaganda.O **DEFENSOR PÚBLICO GERAL DO ESTADO**, no uso de suas atribuições legais, **CONSIDERANDO** o art. Art. 10 da Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010 que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências. **CONSIDERANDO** a necessidade de dar publicidade e transparência aos atos praticados pela Administração; **RESOLVE: Art. 1º** Ficam designados(as) os(as) servidores(as) abaixo relacionados(as) para integrarem a **Comissão de Contratação Especial,** na qualidade de **membros titulares e suplentes,** com a finalidade de conduzir o processo licitatório da **Defensoria Pública do Estado do Maranhão** para a contratação de **serviços de publicidade, a serem prestados por intermédio de agências de propaganda: Membro: Anunciação de Maria C. Barbosa**, matrícula nº 2145084, lotada na Comissão Permanente de Contratação; **Membro: Lílian Ribeiro de Santana Goulart**, matrícula nº 2748820, lotada na Comissão Permanente de Contratação; **Membro: João Marcelo de Medeiros Moreira,** matrícula nº 2005296, lotado na Assessoria Jurídica; **Membro: Lucienne Santos da Silva,** matrícula nº 2223725, lotada na Assessoria de Comunicação; **Suplentes:** Hilton Rafael Carvalho Costa**,** matrícula nº 2223634, lotado na Comissão Permanente de Contratação, Jéssica Côrtes Fonseca de Andrade, matrícula nº 2498343, lotada na Assessoria Jurídica e Maria de Socorro Boaes Barbosa Silva, matrícula nº 2006781, lotada na Assessoria de Comunicação; **Parágrafo único.** Os membros e suplentes da Comissão, deverão assegurar a observância dos princípios legais, especialmente da publicidade, eficiência, moralidade, isonomia e competitividade durante o processo licitatório. **Art. 2º** Designar Lia Valéria da Silva Garcez, Ana Karina Campos Duarte, e Marcos Wesley Ferreira Silva como membros auxiliares à Comissão de Contratação Especial. **Parágrafo único.** Os membros designados no *caput* deste artigo ficam responsáveis pelo auxílio e apoio das sessões públicas, incluindo o manuseio de documentos, dos invólucros contendo as propostas técnicas, de preço e documentos de habilitação, digitação da ata circunstanciada, dentre outros atos necessários para a boa condução das sessões públicas, excluído o poder de decisão.**Art. 3º** Os trabalhos da Comissão deverão ser realizados em conformidade com os prazos estipulados no cronograma do processo licitatório e em observância às diretrizes estabelecidas na legislação vigente.**Art. 4º** Esta Portaria entra em vigor na data da sua publicação ficando sem efeito a Portaria nº 016/2025-DPGE, de 09 de janeiro de 2025.Gabinete da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, em São Luís, 18 de março de 2025. **GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** Defensor Público-Geral do Estado do Maranhão.

PORTARIA Nº 0243 - DPGE, DE 14 DE MARÇO DE 2025. O Defensor Público do Estado do Maranhão, no uso da atribuição que lhe é conferida pelo art. 17, VI e X da Lei Complementar Estadual nº 19, de 11 de janeiro de 1994 e pelo art. 97-A, III da Lei Complementar Federal nº 80, de 12 de janeiro de 1994; **CONSIDERANDO** o disposto no art. 17, X, da Lei Complementar Estadual nº 19/1994, segundo o qual compete ao/à Defensor/a Público/a-Geral designar, por meio de portaria, qualquer Defensor/a Público/a para o desempenho de atividades administrativas e processuais afetas à Instituição, com ou sem prejuízo dos atuais interesses do cargo; **CONSIDERANDO** o EDITAL Nº 03-DPGE, DE 10 DE MARÇO DE 2025, que abriu prazo para a habilitação de Defensores(as) Públicos(as) interessados(as) em compor as vagas de membro titular e suplente do Comitê Interinstitucional de Saúde da Pessoa Idosa; **CONSIDERANDO** o sorteio realizado no dia 14 de março de 2025, nos moldes do EDITAL Nº 03-DPGE, DE 10 DE MARÇO DE 2025; **CONSIDERANDO** a necessidade de dar publicidade às indicações de membros da Defensoria Pública para o exercício de atividades funcionais diversas à sua atuação ordinária; **RESOLVE: Art. 1º** Designar para comporem o **COMITÊ INTERINSTITUCIONAL DE SAÚDE DA PESSOA IDOSA: I. Jorge Bruno Barbosa da Silva**, Defensor Público de 1ª classe, matrícula nº 2744878, na qualidade de membro titular; **II. Fábio Marçal Lima**, Defensor Público de 1ª classe, matrícula nº 2443919, na qualidade de membro suplente. **Art. 2º** Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação. Publique-se, comunique-se, anote-se e cumpra-se. Gabinete da Defensoria Pública-Geral do Estado do Maranhão, em São Luís, 14 de março de 2025.**GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** Defensor Público-Geral do Estado do Maranhão.

CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL MULTIMODAL CIM

PORTARIA Nº 015, DE 06 DE MARÇO DE 2025. O PRESIDENTE DO CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL MULTIMODAL – CIM, no uso das atribuições que lhe conferem o Estatuto do CIM e**CONSIDERANDO** que o cargo em comissão ou função de confiança ser de livre nomeação e exoneração **RESOLVE: Art. 1º - NOMEAR** o Senhor **JORGE MANUEL RODRIGUES CUNHA**, portador do C.P.F. sob nº ***.412.934-**, para exercer o cargo de **ASSESSOR TÉCNICO II (DAS OG4)**, devendo assim ser considerado a partir desta data. **Art. 2º -** Esta publicação entra em vigor na data de sua assinatura, revogando-se as disposições em contrário. DÊ CIÊNCIA, PUBLIQUE-SE, REGISTRE-SE E CUMPRA-SE.**GABINETE DO PRESIDENTE DO CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL MULTIMODAL – CIM, ESTADO DO MARANHÃO, AOS SEIS DIAS DO MÊS DE MARÇO DO ANO DE DOIS MIL E VINTE E CINCO. JOSÉ FRANCINETE BENTO LUNA** Presidente do CIM.

Portaria / Comissão de Contratação Especial (0179012) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 216

EDITAL

EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPEMA), por sua Comissão de Contratação Especial, instituída pela Portaria nº 0260/2025-DPGE, de 18 de março de 2025 publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, anexa ao processo, torna público para conhecimento dos interessados que realizará às **09h do dia 27 de maio de 2025**, na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA,** pelo critério de **MELHOR TÉCNICA**, sob o regime de execução indireta: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, para a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de Publicidade Institucional, que será processada e julgada em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/10; subsidiariamente pela Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações; da Lei nº 4.680/1965 e demais disposições presentes neste Edital.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

2.1.1. O estudo e o planejamento previsto objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off- line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.2. Desse modo, a Contratada deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços especilizados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem da DPE/MA:

a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou

serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes, bem como análises e estudos de branding de marcas;

d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

e) Planejamento e execução de estudos/pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;

f) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);

g) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e execução das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);

h) Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.1. A **CONTRATADA** deverá ter equipe especializada na gestão estratégica e operacional de campanhas de comunicação digital, contemplando as seguintes atividades:

a) Planejamento, conceituação, concepção, criação, setup e gerenciamento de campanhas digitais;

b) Aplicação de estratégias de SEO (Search Engine Optimization);

c) Compra, análise e otimização de mídia digital, com a manutenção de design para conteúdos de Marketing Digital e Inbound Marketing, bem como gestão de mídia paga e sustentação e revisão da estratégia de branding adotada pela instituição;

d) Monitoramento, análise e apresentação de resultados das campanhas digitais.

2.2.2. A equipe será responsável pela elaboração de relatório de performance de campanhas digitais, contendo os principais KPI do processo, tais como: impressões, alcance do anúncio, clique por anúncio, leads, taxa de conversão, taxa de cliques, valor por palavra-chave, valor por clique, custo por aquisição, origem do lead, investimento total, período do investimento e outras informações que a **CONTRATADA** e a DPE/MA julgarem pertinentes para avaliar e acompanhar a performance das campanhas; além de análise crítica das ações, impactos gerados, recomendações e insights.

2.3. Durante cada campanha digital, a **CONTRATADA** deverá nutrir a DPE/MA com atualização diária dos indicadores de performance ou disponibilizar acesso da equipe da Assessoria de Comunicação à plataforma de gerenciamento desses dados, alertando para possíveis medidas corretivas no planejamento.

2.3.1. O relatório final de performance de uma campanha digital deverá ser enviado em até 03 (três) dias após a sua conclusão.

2.4. A **CONTRATADA** deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a DPE/MA, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

2.5. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba da DPE/MA.

2.6. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** , aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

2.7. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **Defensoria**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.8. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2 – Do Objeto, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.9. As ações de publicidade da **CONTRATANTE,** constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

3.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a DPE/MA;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a DPE/MA;

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

3.2.1. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

3.3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

3.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação Especial o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Defensoria, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este Edital será fornecido pela DEFENSORIA de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

I- www.gov.br/pncp

II- https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.

4.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da Estado e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

5. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R$ 1.000.000,00 (um milhão reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

5.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça
Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	03.092.0623.6005.023316

5.3. A Defensoria se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

5.4. No interesse da DPE/MA, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021.

5.5. Se a DEFENSORIA optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

5.6. Na prorrogação, a DEFENSORIA poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

5.7. A DEFENSORIA poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

6. ESCLARECIMENTO SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação Especial, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

I- por carta ou oficio: protocolizado na DPE/MA, de segunda a sexta, das 8h às 17h, no Setor da Comissão de Licitação, situada na sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA - CEP: 65075-696;

II- pelo e-mail cpldpe@ma.def.br da Comissão de Contratação Especial da DPE/MA.

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação Especial em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes,sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.2.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.2.3. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, no Setor da Comissão de Licitação, situada no no prédio sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696;

7.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail cpldpe@ma.def.br da DPE/MA, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

7.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação Especial:

I - o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 06 (seis) dias úteis antes da data de abertura do certame;

7.7. Considera-se licitante, para efeito do inciso I do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação Especial documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão de Contratação Especial ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação Especial cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação Especial, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

I - Dia: XX/XX/2025.

II - Hora: às XX horas no horário oficial de Brasília (XXh horas no horário oficial do MA).

III - Local: na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696

9.2.1.Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação Especial.

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação Especial acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1.Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação Especial, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no setor de Licitação, situado no no prédio sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b)apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c)estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

10.1.2.2. Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

10.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3.3. O Invólucro nº 3 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias digitais distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias digitais, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária** – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I. apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

II. impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I- ser editados em cores;

II- ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III- ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV-ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas 'c' dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no **Briefing (Anexo II)**, observadas as seguintes orientações:

11.3.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do ANUCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o

que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou *leiaute* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela

licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger,* entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea ‘d’ do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I- estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da DPE/MA a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II- tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III- plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV-simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;

c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;

e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias;

i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.5.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I- ter a identificação da licitante;

II- ser datado;

III- estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas

as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.4. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

I- deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II- deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III- não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV-deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III- para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

12.2.1.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

12.2.1.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa**

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4. **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.1.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

12.2.1.6. **Quesito 3 - Repertório**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.1.7. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação

do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		**PONTUAÇÃO MÁXIMA**
1. Plano de Comunicação Publicitária		***80 pontos***
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	*20 pontos*
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	*20 pontos*
	1.3 Ideia Criativa	*20 pontos*
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	*20 pontos*
2. Conjunto de Informações		***20 pontos***
2.1 Capacidade de Atendimento		*10 pontos*
2.2 Repertório		*5 pontos*
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		*5 pontos*
PONTUAÇÃO TOTAL		**100**

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

12.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta

licitação.

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação Especial, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

13.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de **Proposta de Preços** que constitui o **Anexo IV** e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do, Art. 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a epóca da apresentação da proposta, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II- à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III- à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 15% (dez por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3. O prazo de validade da **Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos**, contados de sua apresentação.

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação Especial realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

I- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

II- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 14.2;

III- o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

15.6. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação Especial considerará o preço por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

16.2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão de Contratação Especial adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

17.1.3. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I- em via original; ou

II- em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial;ou

III- em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial, no ato da abertura dos documentos de Habilitação; ou

IV- sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado (SICAF);

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação Especial.

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

18.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

18.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação Especial.

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira:

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços

provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I- sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II- sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III- sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV- para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

18.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1(um)):

LG =	**Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo**
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG=	**Ativo Total**
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC=	**Ativo Circulante**
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

S=	**Ativo Total**
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (Cem mil reais).

18.2.5. **Declarações**:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90001/2025

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº_, por intermédio de seu representante legal_, portador(a) da Carteira de Identidade nº_/_, inscrito(a) no CPF sob o nº

, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante>

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90.001/2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante>

18.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a inexistência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado - SICAF, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que

a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas ‘b’, ‘b1’ e ‘b2’ do subitem 18.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 19.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.5.

18.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea ‘c’ do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4.1.

18.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão de Contratação Especial analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 3, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

19.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação Especial reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Portaria nº 0260/2025-DPGE/MA, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e serão indicados pelo Defensor Geral da DPE/MA .

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre

os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão de Contratação Especial deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação Especial, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos **subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital**.

20.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação Especial de justificativa para a exclusão.

20.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

20.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

20.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

20.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4. A Comissão de Contratação Especial e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da Comissão de Contratação Especial e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, ... , Matrícula nº ....., lotado no ....., integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2.

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: de de

_____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Lei 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos **Invólucros nº 1** (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e **nº 3** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação Especial, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não

devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação Especial.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, ... , Matrícula nº ....., vinculada ao ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a). , para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas

Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

1. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da
Concorrência em comento;
– NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
– NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
– NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
– NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
– NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação Especial.

Data: ____de _____ de_____

_____
Assinatura Servidor

20.4.1.1. Os membros da Comissão de Licitação Especial e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão de Contratação Especial, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

c) Pelo site oficial da DPE/MA (https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes).

d) Pelas mensagens e avisos do Compras.gov.br (https://www.gov.br/compras/pt-br).

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão de Contratação Especial, instalada no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação Especial poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados pela Comissão de Contratação Especial, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação Especial, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos

critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação Especial quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação Especial ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.8. A Comissão de Contratação Especial poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no **subitem 9.2** e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital;

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação Especial se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 23.2.1, a Comissão de Contratação Especial não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação Especial, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. A Comissão de Contratação Especial, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação Especial.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação Especial ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação Especial desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3. A Comissão de Contratação Especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação Especial.

23.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação Especial na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação Especial, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação Especial à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação

Especial, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação Especial, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea ‘a’ do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.6.3. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

23.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Contratação Especial.

Terceira Sessão

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar se a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e, caso contrário, efetuar a negociação prevista no Art. 61,§1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:

h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido

julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea ‘c’ do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. A licitante vencedora terão o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinarar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da

cominação prevista no§ 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011- Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.5. A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.6. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.7. A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em São Luís - MA, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.8. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. O PRAZO DO CONTRATO

26.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, conforme as condições estabelecidas na Minuta do Contrato.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V) deste Edital, conforme o Art. 89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item

15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato (Anexo V).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Contrato (Anexo V).

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. É facultada à Comissão de Contratação Especial, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

31.2. A Comissão de Contratação Especial, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

31.3. A Comissão de Contratação Especial deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o

ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

31.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

31.9. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

31.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

31.10.2. O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

31.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação Especial poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

31.12. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

31.13. As sessões serão gravadas em video e transmitidas ao vivo, pela internet, em endereço eletrônico a ser em momento oportuno divulgado na página da DPE/MA, https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.

31.14. **A justificativa para a realização da Concorrência Presencial fundamenta-se no fato de que o Sistema ComprasNET ainda não está apto a processar concorrências do tipo melhor técnica, cujo objeto envolve serviços de comunicação ofertados pela DPE/MA.**

31.15. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de São Luís.

31.16. Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I - Termo de Referência

APÊNDICE 1 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

APÊNDICE 2 - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

TÉCNICAS

APÊNDICE 3 - APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

APÊNDICE 4 - APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

b) Anexo II: Briefing

c) Anexo III: Modelo de Procuração

d) Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços

e) Anexo V: Minuta de Contrato

f) Anexo VI: Estudo Técnico Preliminar

São Luís, 26 de março de 2025.

Comissão de Contratação Especial

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO II – BRIEFING

1. **INTRODUÇÃO**

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição permanente, essencial ao Sistema de

Justiça, com incumbência constitucional e democrática da promoção integral e gratuita da assistência e orientação jurídica aos vulnerabilizados, dos direitos humanos, dos direitos e interesses individuais, coletivos e difusos e a defesa judicial, extrajudicial e administrativa, em todos os graus e instâncias, consoante o art. 5º, inciso LXXIV da Constituição Federal. A Defensoria Pública do Estado do Maranhão não deve subordinação a nenhum dos três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e goza de autonomia administrativa e financeira.

Em abril de 2024, a Defensoria Pública maranhense completou 23 anos de criação e é chefiada pelo Defensor Público-Geral do Estado, escolhido pelo Governador do Estado dentre os integrantes de lista tríplice formada pelo voto de todos os defensores públicos do Estado. Mesmo com mais de duas décadas de existência, e um crescimento institucional importante, a Defensoria Pública ainda enfrenta grandes desafios no tocante à consolidação da sua imagem como uma instituição essencial ao Sistema de Justiça, condutora da política pública de acesso a direitos.

Em 2017, em pesquisa de satisfação e imagem realizada pelo Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), a Defensoria Pública foi apontada como a instituição mais importante do país, na avaliação de 92,49% dos brasileiros entrevistados. Embora o resultado seja favorável, ainda há uma lacuna muito grande a ser preenchida pela instituição, presente em apenas metade das comarcas brasileiras, o que significa dizer que são mais de 48 milhões de pessoas sem acesso aos serviços da Defensoria e, possivelmente, com pouco ou nenhum conhecimento sobre como garantir o exercício pleno de seus direitos.

O Maranhão já avançou um pouco mais. Em outubro de 2024, mais de 73% das comarcas maranhenses já contavam com os serviços da instituição. Mesmo tendo um percentual de cobertura territorial positivo, o assunto “Defensoria Pública” ainda se mantem como um enigma para parte da população, sobretudo aos que mais precisam e vivem em regiões afastadas, ratificando o que a pesquisa da CNMP já apontava há sete anos: os estados do Nordeste e mais precisamente as classes C e D, público em potencial da Defensoria, estão entre os que mais desconhecem o papel da instituição que surgiu com a Constituição Cidadã, e foi sendo implementada ao longo dos anos. Aqui no Maranhão, por exemplo, a Defensoria Pública foi criada pela Lei Complementar 19, de 11 de janeiro de 1994. No entanto, a Instituição foi efetivamente instalada sete anos depois, em 2001, com a realização de concurso para ingresso na carreira, que resultou na nomeação dos primeiros defensores públicos do estado.

Por isso, nos últimos seis anos, redobraram os esforços da Assessoria de Comunicação na divulgação dos serviços da instituição, sobretudo nos meios digitais. Estratégia que alavancou o processo de divulgação da marca nas redes sociais. No entanto, o alcance da DPE/MA continua se concentrando nas classes de maior poder aquisitivo, que são os que mais acessam redes como o Instagram.

Nesse cenário em que, muitas vezes, se coloca como a última porta – não só de acesso à Justiça, mas também de acolhimento social - pelos vulnerabilizados, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão tem a ética, a democracia, a transparência, o respeito e a moralidade como matéria prima de sua comunicação, cada vez mais imbuída de dar voz aos seus assistidos e, por consequência, dar publicidade à sua valorosa atuação. A Defensoria encara a produção dos seus conteúdos comunicacionais como um dos seus deveres para com os cidadãos.

E nessa toada, tornou-se imperativo continuar penetrando em todas as camadas sociais, priorizando os menos favorecidos. Atualmente, a Ascom utiliza-se das suas áreas de imprensa, website e redes sociais para fazer chegar à população os fatos do dia-a-dia. Porém, nem sempre este objetivo é atingido, uma vez que os meios de comunicação não são obrigados a publicar informações que não sejam de seu interesse no momento.

Sendo assim, a Defensoria do Maranhão que tem apenas uma experiência pontual na contratação de

serviços publicitários, entende agora a necessidade de utilização de espaço comercializável, na mídia, para cumprir o seu dever de informar, bem como de ações de não mídia com o seu devido planejamento por meio de uma agência de publicidade. O objetivo da instituição é alcançar o maior número de pessoas, com uma mensagem assertiva, sustentada em ações e práticas eficientes e sem ostentação.

2. DESAFIOS ESTRATÉGICOS

2.1. Dar visibilidade ao papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão na efetivação da política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral voltada aos vulnerabilizados, considerando que a instituição está em fase de consolidação de sua atuação e ainda é desconhecida de boa parte da população. Vale ressaltar que devido à grande demanda do Judiciário, a Defensoria prioriza a resolução extrajudicial das demandas;

2.2. Diferenciar o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão de outras instituições do Sistema de Justiça, que vale destacar, são grandes parceiras na defesa dos direitos da população maranhense;

2.3. Posicionar a Defensoria Pública do Estado do Maranhão como uma instituição de gestão moderna e de excelência, que se preocupa em oferecer um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor, para garantir a satisfação dos seus assistidos;

2.4. Destacar quem pode acessar os serviços da Defensoria, dando ênfase a públicos vulnerabilizados como crianças e adolescentes; idosos; mulheres em situação de violência.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Tendo em vista que grande parte do público-alvo da Defensoria ainda desconhece os seus serviços, quem são seus membros e até quais são os seus direitos e como acessá-los, se faz extremamente importante o desenvolvimento de uma campanha publicitária institucional;

A estratégia a ser proposta para atingir o objetivo estratégico central deve abranger de forma clara o que se propõe para a atuação digital, assim como para a atuação em canais tradicionais, de forma que a combinação de ambas acarrete na construção de mensagens e plano de mídia coesos e eficazes;

Caberá à agência licitante propor uma campanha publicitária tendo como foco esclarecer à população sobre o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão e seus serviços voltados à promoção e à defesa dos direitos fundamentais de populações vulnerabilizadas.

1. 2. Específicos

3.2.1. Promover a marca da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

3.2.2. Fixar o posicionamento de que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição que atende os mais vulneráveis (sócio e economicamente), buscando estar cada vez mais perto dos que mais precisam;

3.2.3. Ressaltar que o atendimento é gratuito para pessoas com renda per capita de até 3 salários mínimos.

OBS: Para situações de vulnerabilidade social (violência contra mulher, idoso, por exemplo), não há limite de renda.

3.2.4. Destacar que a Defensoria maranhense investe em um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor.

4. TÓPICOS RELEVANTES

Missão: Garantir a efetividade de política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral aos vulneráveis priorizando soluções consensuais e amigáveis dos conflitos.

Visão: Ser uma instituição de referência na promoção dos direitos em todo estado do Maranhão até 2030.

Valores:

Ética no Trabalho - Seguir as normas e as regras da instituição, bem como tratar indistintamente a todos com respeito e ter responsabilidades com suas atividades.

Transparência - Estabelecer um canal aberto de comunicação, onde as ações são realizadas à vista de todos, promovendo a confiança e o engajamento cívico.

Qualidade no atendimento - Proporcionar uma experiência positiva e satisfatória para os usuários e assistidos.

Respeito ao cidadão - Acolher e tratar com civilidade, sem distinção e ofensas.

Economicidade - Minimizar os gastos públicos, sem comprometimento dos padrões de qualidade.

Sustentabilidade - Crescer sem comprometer o meio ambiente, assim como compensar possíveis impactos ambientais com iniciativas que promovam a sustentabilidade.

5. PÚBLICO-ALVO:

A campanha deverá ter conceito que se desdobre junto aos seguintes públicos:

- Geral: população da capital e do interior, conforme item 5.

- Específico: população vulnerabilizada, que são os assistidos e potenciais assistidos da instituição, que devem saber reconhecer em uma linguagem acessível qual o grande sentido da existência da Defensoria Pública.

- Específico (2): Formadores de opinião: autoridades, políticos, jornalistas, educadores, lideranças sociais, entre outros. É fundamental atentar para o fato de que a comunicação institucional deve atuar em diversas frentes simultâneas, contemplando, tanto na linguagem, forma e conteúdo a heterogeneidade do público que se deseja atingir, dentro, contudo, da realidade financeira do Estado e, neste caso, da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

a) Jovens e adultos;

b) Ambos os sexos;

c) Todos os gêneros;

d) Todas as classes sociais.

6. A CAMPANHA

A razão de ser da Defensoria Pública são os seus assistidos. Por isso, a campanha institucional a ser proposta deve ter foco nas demandas da população vulnerabilizada que podem ser resolvidas na instituição responsável pela efetivação da política pública de acesso a direitos no país.

Nossos assistidos vão desde pessoas em situação de rua a mulheres que sofrem violência doméstica, de qualquer classe social. Mas muitos deles desconhecem qual instituição buscar quando tem os seus direitos violados. E mais, boa parte deste público nem sabe que tem ou quais são esses direitos. E deixar a população informada sobre o sistema de garantias constitucional também é missão da Defensoria.

E é neste contexto, se utilizando de linguagem simples e acessível a essa população, mas também com foco nos mais diversos expectadores, que a campanha precisa trazer algumas das principais áreas de atuação da instituição personalizadas em seus assistidos, fazendo com que se vejam em diferentes situações do dia a dia e se sintam seguros para procurar ajuda na Defensoria Pública do Estado do Maranhão, tornando a instituição uma referência na promoção da justiça gratuita e de qualidade.

É importante que a campanha publicitária evidencie quem são esses potenciais assistidos, os tipos de atuações mais comuns: Na área de Família (Pensão alimentícia, divórcio, guarda de filhos, adoção...), Cível, Moradia, Direitos Humanos, defesa do consumidor, da criança e do adolescente, mulher e população LGBT, enfim, devemos mostrar que essa população vulnerável tem a quem recorrer.

Para concluir, a campanha deve transmitir uma sensação de confiança, acolhimento e proximidade. A comunicação deve ser acessível, inclusiva e respeitosa, destacando o papel da Defensoria em situações delicadas e de vulnerabilidade. O tom deve ser empático, educacional e de conscientização, com uma abordagem que gere identificação com os públicos vulneráveis.

7. MARCA

A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional da Defensoria Pública está disponível no Drive por meio do link a seguir: https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw4?usp=sharing

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

- Instagram;

- YouTube;

- Facebook;

- X/Twitter;

- TikTok;

- Portal da Intranet - direcionado a servidores;

- Displays dispostos em todos os andares do prédio-sede da DPE/MA para a colocação de informes/comunicados;

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para servidores (as);

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para defensores (as) públicos (as);

- E-mail para servidores (as);

- E-mail para defensores (as) públicos (as).

9. PRAÇA

Estado do Maranhão, contemplando a capital, região metropolitana e interior, especialmente os municípios de maior população ou situados em região estratégicas, sedes de comarca onde a Defensoria mantém núcleo regional: Imperatriz, Timon, Caxias, Chapadinha, Bacabal, Balsas, Barreirinhas, Codó, Pedreiras, Pinheiro, Santa Inês e Grajaú.

10. PRAZO DA CAMPANHA

A agência deverá levar em consideração o prazo de 30 dias.

11. INVESTIMNENTO PARA O PROJETO

Para a proposta orçamentária da ação de comunicação devem ser considerados a conveniência, oportunidade, eficiência e eficácia de cada meio de comunicação que poderá ser utilizado para o atingimento dos objetivos de comunicação, estratégia e táticas desenhadas para o público-alvo pretendido. A agência utilizará como referencial uma verba fictícia de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2025.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

_____

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação Especial

Referente **Concorrência nº 90001/2025** – Defensoria Públca do Estado do Maranhão

1. PREÇOS SUJEITOS A AVALIAÇÃO

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

<se for o caso>

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a epóca da apresentação da proposta**,** referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: .....% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;<*complementar o texto, se for o caso, com:*> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <*se for o caso*> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento)

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de..... (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V).

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

_____

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais.

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO

0177680v1

Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ribeiro de Santana Goulart**, **Assessoria de Licitação**, em 26/03/2025, às 10:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0177680** e o código CRC **B2B8A15E**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

EDITAL

EDITAL DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPEMA), por sua Comissão de Contratação Especial, instituída pela Portaria nº 0260/2025-DPGE, de 18 de março de 2025 publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, anexa ao processo, torna público para conhecimento dos interessados que realizará às **09h do dia 27 de maio de 2025**, na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA,** pelo critério de **MELHOR TÉCNICA**, sob o regime de execução indireta: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, para a contratação de agência de propaganda para a prestação de serviços de Publicidade Institucional, que será processada e julgada em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/10; subsidiariamente pela Lei Federal nº 14.133/2021 e suas alterações; da Lei nº 4.680/1965 e demais disposições presentes neste Edital.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

2.1.1. O estudo e o planejamento previsto objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off- line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.2. Desse modo, a Contratada deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços especilizados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem da DPE/MA:

a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou

serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes, bem como análises e estudos de branding de marcas;

d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

e) Planejamento e execução de estudos/pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;

f) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);

g) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e execução das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);

h) Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.1. A **CONTRATADA** deverá ter equipe especializada na gestão estratégica e operacional de campanhas de comunicação digital, contemplando as seguintes atividades:

a) Planejamento, conceituação, concepção, criação, setup e gerenciamento de campanhas digitais;

b) Aplicação de estratégias de SEO (Search Engine Optimization);

c) Compra, análise e otimização de mídia digital, com a manutenção de design para conteúdos de Marketing Digital e Inbound Marketing, bem como gestão de mídia paga e sustentação e revisão da estratégia de branding adotada pela instituição;

d) Monitoramento, análise e apresentação de resultados das campanhas digitais.

2.2.2. A equipe será responsável pela elaboração de relatório de performance de campanhas digitais, contendo os principais KPI do processo, tais como: impressões, alcance do anúncio, clique por anúncio, leads, taxa de conversão, taxa de cliques, valor por palavra-chave, valor por clique, custo por aquisição, origem do lead, investimento total, período do investimento e outras informações que a **CONTRATADA** e a DPE/MA julgarem pertinentes para avaliar e acompanhar a performance das campanhas; além de análise crítica das ações, impactos gerados, recomendações e insights.

2.3. Durante cada campanha digital, a **CONTRATADA** deverá nutrir a DPE/MA com atualização diária dos indicadores de performance ou disponibilizar acesso da equipe da Assessoria de Comunicação à plataforma de gerenciamento desses dados, alertando para possíveis medidas corretivas no planejamento.

2.3.1. O relatório final de performance de uma campanha digital deverá ser enviado em até 03 (três) dias após a sua conclusão.

2.4. A **CONTRATADA** deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a DPE/MA, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

2.5. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba da DPE/MA.

2.6. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** , aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

2.7. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **Defensoria**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.8. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2 – Do Objeto, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

2.9. As ações de publicidade da **CONTRATANTE,** constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

3. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

3.1. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

3.2. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a DPE/MA;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com a DPE/MA;

f) que estejam reunidas em consórcio;

g) que atuem sem fins lucrativos.

3.2.1. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), ao Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União – TCU e no Art. 91, §4º da Lei 14.133/2021.

3.3. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

3.4. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação Especial o invólucro padronizado previsto no subitem 10.1.1.1 e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

3.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a Defensoria, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este Edital será fornecido pela DEFENSORIA de forma gratuita, podendo ser retirado por meio dos sítios abaixo, observados os procedimentos ali previstos:

I- www.gov.br/pncp

II- https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.

4.2. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar no Diário Oficial da Estado e no endereço eletrônico, citado no subitem anterior, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

5. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R$ 1.000.000,00 (um milhão reais)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

5.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça
Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	03.092.0623.6005.023316

5.3. A Defensoria se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

5.4. No interesse da DPE/MA, a contratada ficará obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no. Art. 125 da Lei 14.133/2021.

5.5. Se a DEFENSORIA optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

5.6. Na prorrogação, a DEFENSORIA poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

5.7. A DEFENSORIA poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

6. ESCLARECIMENTO SOBRE O EDITAL

6.1. Esclarecimentos sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação Especial, desde que os pedidos tenham sido recebidos em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

I- por carta ou oficio: protocolizado na DPE/MA, de segunda a sexta, das 8h às 17h, no Setor da Comissão de Licitação, situada na sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA - CEP: 65075-696;

II- pelo e-mail cpldpe@ma.def.br da Comissão de Contratação Especial da DPE/MA.

6.1.1. Os pedidos de esclarecimento serão respondidos pela Comissão de Contratação Especial em até 03 (três) dias úteis.

6.1.2. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos exclusivamente mediante divulgação na internet, https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes,sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

6.1.2.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possibilite a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada).

6.1.2.2. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

6.1.2.3. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnica e de Preços previstos no subitem 9.2.

7. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

7.1. O pedido de impugnação, com a indicação de falhas ou irregularidades que viciaram o Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h às 17h, no Setor da Comissão de Licitação, situada no no prédio sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696;

7.2. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail cpldpe@ma.def.br da DPE/MA, observados os prazos descritos no subitem 7.6. Nesse caso, o documento original deverá ser apresentado no endereço e nos horários previstos no subitem precedente, em até 03 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame.

7.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.4. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no § 4º do art. 170, da Lei nº 14.133/2021.

7.6. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação Especial:

I - o cidadão e/ou licitante que não se manifestar em até 06 (seis) dias úteis antes da data de abertura do certame;

7.7. Considera-se licitante, para efeito do inciso I do subitem anterior, a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista neste Edital.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação Especial documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnica e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão de Contratação Especial ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação Especial cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação Especial, na data, hora e local indicados no subitem 9.2.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

9.1. As Propostas Técnicas e de Preços e os Documentos de Habilitação das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial em 05 (cinco) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10, 13 e 17 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos como segue:

I - Dia: XX/XX/2025.

II - Hora: às XX horas no horário oficial de Brasília (XXh horas no horário oficial do MA).

III - Local: na Sala de reuniões da DPEMA, localizada na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696

9.2.1.Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente.

9.3. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão de Contratação Especial.

9.4. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.5. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 23, e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação Especial acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3 deste Edital.

10.1.1.1.Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação Especial, a ser retirado, exclusivamente, pela agência que o solicitar formalmente no setor de Licitação, situado no no prédio sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696, de segunda a sexta-feira, das 08h às 17h.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b)apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c)estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4 deste Edital.

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

10.1.2.2. Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5, 11.7 e 11.9 deste Edital.

10.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções e Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

10.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3.3. O Invólucro nº 3 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias digitais distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes ao licitante;

11.1.3. O Plano de Comunicação será apresentado em duas vias digitais, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

11.2. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária** – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 11.2.2 deste Edital;

d) espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;

e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 11.3.3 e à indicação prevista no subitem 11.3.3.3.6 deste Edital.

11.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho entre 08 e 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I. apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

II. impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I- ser editados em cores;

II- ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III- ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV-ser apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.4. Os exemplos de peças integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 11.2 deste Edital.

11.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto nas alíneas ‘c’ dos subitens 10.1.1.2 e 23.2.1 e no subitem 23.2.1.1 deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários (off-line) que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

11.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite de página previsto no subitem 11.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no **Briefing (Anexo II)**, observadas as seguintes orientações:

11.3.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico** - apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

11.3.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária** - apresentação e defesa da Estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o

que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

11.3.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa** - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 11.3.3.3 deste Edital.

11.3.3.1. A descrição mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e suas funções táticas na campanha proposta.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 11.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 11.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

11.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 11.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

11.3.3.3.2. Na elaboração de 'monstro' ou *leiaute* eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

11.3.3.3.3. Na elaboração do *storyboard* animado ou *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

11.3.3.3.4. O 'monstro' ou leiaute eletrônico e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

11.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

11.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela

licitante para a apresentação.

11.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3 deste Edital, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, *banner* de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como *outdoor*, envelopamento de veículo, adesivagem de *finger,* entre outros), será considerada 01 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados 01 (uma) peça;

e) um filme e o *hotsite* que o hospeda serão considerados 02 (duas) peças;

f) um *banner* e o *hotsite* por ele direcionado serão considerados 02 (duas) peças.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de *hotsite* a que se refere à alínea ‘d’ do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta, contemplando:

I- estratégia de mídia: proposição e defesa dos meios e dos recursos próprios de comunicação da DPE/MA a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

II- tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de veiculação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas;

III- plano de mídia: composto por planilhas de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

IV-simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

11.3.4.1. Todas as peças publicitárias, que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3, deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

11.3.4.2. O plano de mídia proposto deverá apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação /plataformas digitais de comunicação;

c) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia;

d) os valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em plataformas digitais de comunicação, utilizando, na apuração dos valores, os preços de tabela cheia ou, inexistindo essa, os preços simulados pelas plataformas;

e) os valores absolutos e percentuais alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos de divulgação/plataformas digitais de comunicação;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária de não mídia;

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias;

i) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de divulgação que não atuem com tabela de preços;

c) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

d) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

11.3.5.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea ‘a’ do subitem 11.3.4.3 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I- ter a identificação da licitante;

II- ser datado;

III- estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas

Edital Anexo Contrato Prestação de Serviços 90010/2025 - DPE/MA (0177680777) SEI 0080.000818/2025-25 / pg. 278

as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 11.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato;

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.7. **Quesito 3 - Repertório:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.4. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

11.8.3. As peças publicitárias não podem referir-se a trabalhos solicitados ou aprovados pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda.

11.9. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Os documentos, as informações e as peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

I- deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II- deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III- não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas ou aprovadas pelo ANUNCIANTE, no âmbito de seus contratos com agência de propaganda;

IV-deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

11.10.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 11.10. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

11.10.2. Os Relatos de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2018.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I- as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou ser apresentadas soltas;

II- as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III- para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

11.10.3.1. A ficha técnica de cada peça, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 11.10.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 11.10 para descrição do Relato.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica, prevista no item 20, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1. **Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária**

12.2.1.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do ANUNCIANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo ANUNCIANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

12.2.1.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do ANUNCIANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do ANUNCIANTE com seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre o ANUNCIANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial para investimento.

12.2.1.3. **Subquesito 3 - Ideia Criativa**

a) o alinhamento da campanha com a Estratégia de Comunicação Publicitária;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

12.2.1.4. **Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia**

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

b) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

e) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do ANUNCIANTE e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

f) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

12.2.1.5. **Quesito 2 - Capacidade de Atendimento**

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do ANUNCIANTE;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do ANUNCIANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o ANUNCIANTE e a licitante;

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do ANUNCIANTE.

12.2.1.6. **Quesito 3 - Repertório**

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

12.2.1.7. **Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação

do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante.

12.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará um exame comparativo entre as propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 12 deste Edital.

12.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		**PONTUAÇÃO MÁXIMA**
1. Plano de Comunicação Publicitária		***80 pontos***
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	*20 pontos*
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	*20 pontos*
	1.3 Ideia Criativa	*20 pontos*
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	*20 pontos*
2. Conjunto de Informações		***20 pontos***
2.1 Capacidade de Atendimento		*10 pontos*
2.2 Repertório		*5 pontos*
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		*5 pontos*
PONTUAÇÃO TOTAL		**100**

12.3.2.1. Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

12.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta

licitação.

12.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.4. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 12.5 deste Edital.

12.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

12.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 20.4 deste Edital.

12.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

12.7. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 23.3 ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação Especial, cuja data será divulgada na forma do item 21 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

Invólucro nº 4

13.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Proposta de Preços das licitantes.

13.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

13.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de **Proposta de Preços** que constitui o **Anexo IV** e apresentada em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2. Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo IV, ressalvado que, nos termos do, Art. 37 da Lei 14.133/2021 não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a epóca da apresentação da proposta, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) ou inferior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I- ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;

II- à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III- à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 15% (dez por cento) ou inferior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

14.3. O prazo de validade da **Proposta de Preços deverá ser de 90 (noventa) dias corridos**, contados de sua apresentação.

14.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 14.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão de Contratação Especial realizará com ela diligência nos termos do §2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

14.3.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

15. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

15.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

15.3. Será considerada a Proposta de menor preço a que obtiver a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd' e, simultaneamente, apresentar o maior percentual de desconto referente à alínea 'a', todas do subitem 14.2 deste Edital.

15.4. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 15.3, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar a menor soma dos percentuais de honorários referentes às alíneas 'b', 'c' e 'd'.

15.5. Se houver empate, será considerada como Proposta de menor preço a que apresentar, sucessivamente:

I- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'b' do subitem 14.2;

II- o menor percentual de honorários mencionados na alínea 'd' do subitem 14.2;

III- o maior percentual de desconto mencionado na alínea 'a' do subitem 14.2.

15.6. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão de Contratação Especial considerará o preço por extenso.

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

16.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 14.133/2021, para o tipo Melhor Técnica.

16.2. Se a licitante mais bem classificada não tiver apresentado a Proposta de menor preço e nem concordado em praticá-lo, nos termos da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021 a Comissão de Contratação Especial adotará negociação idêntica, sucessivamente, com as demais licitantes, observada a ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação prevista no presente certame, observada a mesma previsão legal.

16.3. A licitante que não concordar em praticar a Proposta de menor preço perderá o direito à contratação, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

17. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1. A licitante classificada que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será inabilitada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 19.1.2 deste Edital.

Invólucro nº 5

17.1.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Edital de Concorrência Presencial 90010/2025 - DPE/MA (0177687) SEI 0087.000010/2025-21 / pg. 286

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Presencial 90001/2025 – DPE/MA

17.1.3. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

18. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I- em via original; ou

II- em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial;ou

III- em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial, no ato da abertura dos documentos de Habilitação; ou

IV- sob a forma de certificado emitido por sistema oficial de registro cadastral unificado (SICAF);

18.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

18.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação Especial.

18.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação, na forma prevista dos subitens a seguir:

18.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

Edital de Concorrência Presencial 90001/2025 DPE/MA (0177068777) SEI 0030078-10.2025.8.10.0001 / pg. 287

18.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) a inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) ou no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);

b) a inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) a regularidade perante a Fazenda federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma do art. 68 da Lei nº 14.133/2021;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) a regularidade relativa à Seguridade Social e ao FGTS, que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) a regularidade perante a Justiça do Trabalho;

18.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

18.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

18.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

18.2.3. Qualificação Técnica:

a) declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1 deste Edital;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação Especial.

18.2.4. Qualificação Econômico-financeira:

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no §6º do Art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços

provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 03 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I- sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II- sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III- sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV- para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

18.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

18.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 18.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1(um)):

LG =	**Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo**
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

SG=	**Ativo Total**
	Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

LC=	**Ativo Circulante**
	Passivo Circulante

b) do balanço referido no subitem 18.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = 1(um)):

S=	**Ativo Total**
	Passivo Exigível Total

18.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

18.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 01 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 01 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 18.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovante de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (Cem mil reais).

18.2.5. **Declarações**:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

Edital de Concorrência Presencial 90010/2025 - DPE/MA (0170680777) SEI 0030.018710/2025-25 / pg. 290

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90001/2025

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº_, por intermédio de seu representante legal_, portador(a) da Carteira de Identidade nº_/_, inscrito(a) no CPF sob o nº

, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante>

Edital de Concorrência Presencial nº 90001/2025 - PMF (0177680777) SEI 0001878-10.2025.8.17.0001 / pg. 291

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência Presencial nº 90.001/2024

<identificação completa>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante>, doravante denominada nome de fantasia, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 18.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do ANUNCIANTE, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante>

18.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 87 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 18.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 18.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao ANUNCIANTE a inexistência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação.

18.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado - SICAF, disponível no PNCP, apenas deverá apresentar:

a) declaração(ões), expedidas por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que

a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 2.1;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas ‘b’, ‘b1’ e ‘b2’ do subitem 18.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 19.1.1 deste Edital – apresentar resultado igual ou menor que 01 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 18.2.5.

18.5.1 Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea ‘c’ do subitem 18.5 não estiverem disponíveis no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4 ou, se for o caso, a alínea ‘b’ do subitem 18.2.4.1.

18.5.2 À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado.

19. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. A Comissão de Contratação Especial analisará os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, desde que cumpridas as condições de participação estabelecidas no item 3, e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 18 deste Edital.

19.1.1. Para análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação, conforme previsto no subitem 18.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

19.1.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

19.1.2. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação Especial reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

20. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

20.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Portaria nº 0260/2025-DPGE/MA, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

20.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing.

20.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o ANUNCIANTE e serão indicados pelo Defensor Geral da DPE/MA .

20.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre

os nomes de uma relação que terá 6 (seis) integrantes com vínculo com o ANUNCIANTE e 3 (três) sem vínculo com o ANUNCIANTE.

20.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 20.3, a Comissão de Contratação Especial deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 20.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

20.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial do Estado do Maranhão, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação Especial, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o ANUNCIANTE, nos termos dos **subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital**.

20.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação Especial de justificativa para a exclusão.

20.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

20.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

20.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos nos subitens 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

20.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

20.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20.4. A Comissão de Contratação Especial e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 5º, caput, da Lei 14.133/2021.

20.4.1. Os membros da Comissão de Contratação Especial e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, ... , Matrícula nº ....., lotado no ....., integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2.

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: de de

_____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda é processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, na forma da Lei 12.232/2010, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos **Invólucros nº 1** (Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada) e **nº 3** (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão de Contratação Especial, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão contratante ou de origem.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não

Edital de Concorrência Pública Nacional 90001/2025 DPE/MA (0177687777) SEI 0037081-10.2025.8.10.0001 / pg. 295

devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação Especial.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, ... , Matrícula nº ....., vinculada ao ....., integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a). , para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas

Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

1. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da
Concorrência em comento;

– NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

– NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

– NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

– NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

– NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação Especial.

Data: ____de _____ de_____

_____

Assinatura Servidor

20.4.1.1. Os membros da Comissão de Licitação Especial e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo I do título IV da Lei nº 14.133/2021, no que couber.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A juízo da Comissão de Contratação Especial, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

a) nas sessões de recebimento e abertura de invólucros;

Edital de Concorrência Presencial 90010/2025 DPE-MA (11770777) SEI 0030.018710/2025-31 / pg. 296

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

c) Pelo site oficial da DPE/MA (https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes).

d) Pelas mensagens e avisos do Compras.gov.br (https://www.gov.br/compras/pt-br).

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 03 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida à autoridade competente do ANUNCIANTE, por intermédio da Comissão de Contratação Especial, instalada no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 03 (três) dias úteis.

22.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação Especial poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) à autoridade competente do ANUNCIANTE, que decidirá em 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

22.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22.5. Será franqueada aos interessados pela Comissão de Contratação Especial, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta concorrência, no prédio sede da DPE, localizado na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís – MA, de segunda a sexta-feira, das 8h às 16h.

22.6. Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Contratação Especial, motivadamente e se houver interesse para o ANUNCIANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

23. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

23.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes.

23.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

23.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

23.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços.

23.1.4. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços e a análise dos Documentos de Habilitação das licitantes classificadas nesse julgamento serão efetuados exclusivamente com base nos

critérios especificados no presente Edital.

23.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica e de Preços ou à adjudicação do objeto da licitação à vencedora, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação Especial quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 20.4.1.

23.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação Especial ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica e de Preços resultará na sua desclassificação.

23.1.7. Por ocasião da apreciação das Propostas Técnica e de Preços e dos Documentos de Habilitação às vistas das licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem sua reprodução direta, sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

23.1.8. A Comissão de Contratação Especial poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

23.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no **subitem 9.2** e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;

b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 3 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4 das licitantes em condições de participação;

d) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as regras estabelecidas neste Edital;

23.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, só será recebido pela Comissão de Contratação Especial se:

a) não estiver identificado;

b) não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;

c) não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 23.2.1, a Comissão de Contratação Especial não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

23.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Contratação Especial, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo do Invólucro nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste Edital.

23.2.2.1. A Comissão de Contratação Especial, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 23.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

23.2.2.1.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação Especial.

23.2.2.2. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação Especial ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação Especial desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.3. A Comissão de Contratação Especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'b' do subitem 23.2.2 acima.

23.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação Especial.

23.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação Especial na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 23.2.6 e seguintes. Caso contrário a comissão divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo de 03 (três) dias úteis para a interposição de recursos.

23.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão de Contratação Especial, pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.2.6. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação Especial à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos das licitantes relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação

Especial, na devolução dos Invólucros nº 1;

d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação Especial, na devolução dos Invólucros nº 3.

23.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.5, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

23.2.6.2. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea ‘a’ do subitem 12.5, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

23.2.6.3. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

23.2.7. As planilhas previstas nas alíneas ‘c’ e ‘f’ do subitem 23.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de cada licitante.

Segunda Sessão

23.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes, na forma do item 21, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.7, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

23.3.1. Além das demais atribuições, previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, a partir de solicitação da Comissão de Contratação Especial.

Terceira Sessão

23.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento técnico, na forma do item 21, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com as Propostas de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço, nos termos dos subitens 15.2 e 15.3 e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) verificar se a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica apresentou a Proposta de menor preço e, caso contrário, efetuar a negociação prevista no Art. 61,§1º da Lei nº 14.133/2021 nos termos da Proposta de menor preço;

g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo para as contratações previstas no presente certame;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto nos subitens 12.4 e 12.5, a licitante que:

h1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica; e

h2) tenha individualmente apresentado a Proposta de menor preço, conforme disposto no item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art. 61, §1º da Lei nº 14.133/2021;

i) informar que o resultado do julgamento das Propostas de Preços e do julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços será publicado na forma do item 21, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22 deste Edital.

Quarta Sessão

23.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido

julgados os recursos interpostos, a Comissão de Contratação Especial convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, na forma do item 21, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) verificar a manutenção das condições de participação pelas licitantes, nos termos do item 4 deste Edital, e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;

c) receber e abrir os Invólucros nº 5 das licitantes em condições de participação, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

d) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

f) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 21, com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 03 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto na alínea ‘c’ do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/2021;

g) informar que será publicado, na forma do item 21, o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

24. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

24.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 31.10 deste Edital.

24.2. Será vencedora desta concorrência a licitante que:

a) tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas;

b) individualmente tenha apresentado a Proposta de menor preço, nos termos do item 15, ou concordado em praticá-lo a partir da negociação prevista no Art.61, §1º da Lei nº 14.133/2021 e;

c) tenha sido habilitada, observadas as disposições do item 19 deste Edital.

25. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

25.1. A licitante vencedora terão o prazo de 10 (dez) dias, contados a partir da convocação, para assinarar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo V.

25.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do ANUNCIANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pelas licitantes vencedoras.

25.1.1.1. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da

cominação prevista no§ 5º, Art. 90, da Lei 14.133/2021.

25.2. Antes da celebração dos contratos, o ANUNCIANTE efetuará consulta ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011- Plenário, do Tribunal de Contas da União.

25.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogados nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

25.4. O ANUNCIANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.5. A contratada manterá, pelo período de no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, acompanhados das respectivas informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, se for o caso.

25.6. A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

25.7. A contratada centralizará o comando da publicidade do ANUNCIANTE em São Luís - MA, onde, para esse fim, manterão sede, filial, sucursal ou escritório, observado o disposto na Minuta de Contrato (Anexo V).

25.8. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenha servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de menor preço.

26. O PRAZO DO CONTRATO

26.1. O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, conforme as condições estabelecidas na Minuta do Contrato.

27. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

27.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V) deste Edital, conforme o Art. 89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

28. FISCALIZAÇÃO

28.1. O ANUNCIANTE nomeará gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

29. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

29.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item

15 deste Edital.

29.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta de Contrato (Anexo V).

30. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

30.1. Será aplicada às licitantes vencedoras multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 3.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/2021, diante das seguintes ocorrências:

a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;

b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

30.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 25.1.1.1 deste Edital.

30.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pelo ANUNCIANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e nos contratos a serem firmados entre as partes, nos termos da Contrato (Anexo V).

31. DISPOSIÇÕES FINAIS

31.1. É facultada à Comissão de Contratação Especial, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

31.2. A Comissão de Contratação Especial, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder vistoria da infraestrutura que as agências apresentaram nas Propostas Técnicas (quesito Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do ANUNCIANTE para a execução do contrato.

31.3. A Comissão de Contratação Especial deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações previstas nos subitens 31.1 e 31.2 deste Edital.

31.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser desclassificadas ou inabilitadas se o ANUNCIANTE tiver conhecimento de fato desabonador às suas classificações técnicas ou às suas habilitações, conhecido após o julgamento de cada fase.

31.4.1. Se ocorrer desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora, por fatos referidos no subitem precedente, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

31.5. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com uma ou mais contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o ANUNCIANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto do contrato, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

31.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

31.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o

ANUNCIANTE comunicará os fatos verificados ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

31.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 337-I do Código Penal, incluído através da Lei nº 14.133/2021.

31.9. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

31.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

31.10.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à dos contratos, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 148 da Lei nº 14.133/2021.

31.10.2. O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

31.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão de Contratação Especial poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

31.12. Correrão por conta do ANUNCIANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Estado, na forma prevista no parágrafo único do art. 89, § 1º da Lei nº 14.133/2021.

31.13. As sessões serão gravadas em video e transmitidas ao vivo, pela internet, em endereço eletrônico a ser em momento oportuno divulgado na página da DPE/MA, https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.

31.14. **A justificativa para a realização da Concorrência Presencial fundamenta-se no fato de que o Sistema ComprasNET ainda não está apto a processar concorrências do tipo melhor técnica, cujo objeto envolve serviços de comunicação ofertados pela DPE/MA.**

31.15. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas na Comarca de São Luís.

31.16. Integram este Edital os seguintes Anexos:

a) Anexo I - Termo de Referência

APÊNDICE 1 - ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

APÊNDICE 2 - APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

TÉCNICAS

APÊNDICE 3 - APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

APÊNDICE 4 - APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

b) Anexo II: Briefing

c) Anexo III: Modelo de Procuração

d) Anexo IV: Modelo de Proposta de Preços

e) Anexo V: Minuta de Contrato

f) Anexo VI: Estudo Técnico Preliminar

São Luís, 26 de março de 2025.

Comissão de Contratação Especial

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO I – TERMO DE REFERÊNCIA E ANEXOS

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO II – BRIEFING

1. **INTRODUÇÃO**

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição permanente, essencial ao Sistema de

Justiça, com incumbência constitucional e democrática da promoção integral e gratuita da assistência e orientação jurídica aos vulnerabilizados, dos direitos humanos, dos direitos e interesses individuais, coletivos e difusos e a defesa judicial, extrajudicial e administrativa, em todos os graus e instâncias, consoante o art. 5º, inciso LXXIV da Constituição Federal. A Defensoria Pública do Estado do Maranhão não deve subordinação a nenhum dos três Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) e goza de autonomia administrativa e financeira.

Em abril de 2024, a Defensoria Pública maranhense completou 23 anos de criação e é chefiada pelo Defensor Público-Geral do Estado, escolhido pelo Governador do Estado dentre os integrantes de lista tríplice formada pelo voto de todos os defensores públicos do Estado. Mesmo com mais de duas décadas de existência, e um crescimento institucional importante, a Defensoria Pública ainda enfrenta grandes desafios no tocante à consolidação da sua imagem como uma instituição essencial ao Sistema de Justiça, condutora da política pública de acesso a direitos.

Em 2017, em pesquisa de satisfação e imagem realizada pelo Conselho Nacional do Ministério Público (CNMP), a Defensoria Pública foi apontada como a instituição mais importante do país, na avaliação de 92,49% dos brasileiros entrevistados. Embora o resultado seja favorável, ainda há uma lacuna muito grande a ser preenchida pela instituição, presente em apenas metade das comarcas brasileiras, o que significa dizer que são mais de 48 milhões de pessoas sem acesso aos serviços da Defensoria e, possivelmente, com pouco ou nenhum conhecimento sobre como garantir o exercício pleno de seus direitos.

O Maranhão já avançou um pouco mais. Em outubro de 2024, mais de 73% das comarcas maranhenses já contavam com os serviços da instituição. Mesmo tendo um percentual de cobertura territorial positivo, o assunto “Defensoria Pública” ainda se mantem como um enigma para parte da população, sobretudo aos que mais precisam e vivem em regiões afastadas, ratificando o que a pesquisa da CNMP já apontava há sete anos: os estados do Nordeste e mais precisamente as classes C e D, público em potencial da Defensoria, estão entre os que mais desconhecem o papel da instituição que surgiu com a Constituição Cidadã, e foi sendo implementada ao longo dos anos. Aqui no Maranhão, por exemplo, a Defensoria Pública foi criada pela Lei Complementar 19, de 11 de janeiro de 1994. No entanto, a Instituição foi efetivamente instalada sete anos depois, em 2001, com a realização de concurso para ingresso na carreira, que resultou na nomeação dos primeiros defensores públicos do estado.

Por isso, nos últimos seis anos, redobraram os esforços da Assessoria de Comunicação na divulgação dos serviços da instituição, sobretudo nos meios digitais. Estratégia que alavancou o processo de divulgação da marca nas redes sociais. No entanto, o alcance da DPE/MA continua se concentrando nas classes de maior poder aquisitivo, que são os que mais acessam redes como o Instagram.

Nesse cenário em que, muitas vezes, se coloca como a última porta – não só de acesso à Justiça, mas também de acolhimento social - pelos vulnerabilizados, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão tem a ética, a democracia, a transparência, o respeito e a moralidade como matéria prima de sua comunicação, cada vez mais imbuída de dar voz aos seus assistidos e, por consequência, dar publicidade à sua valorosa atuação. A Defensoria encara a produção dos seus conteúdos comunicacionais como um dos seus deveres para com os cidadãos.

E nessa toada, tornou-se imperativo continuar penetrando em todas as camadas sociais, priorizando os menos favorecidos. Atualmente, a Ascom utiliza-se das suas áreas de imprensa, website e redes sociais para fazer chegar à população os fatos do dia-a-dia. Porém, nem sempre este objetivo é atingido, uma vez que os meios de comunicação não são obrigados a publicar informações que não sejam de seu interesse no momento.

Sendo assim, a Defensoria do Maranhão que tem apenas uma experiência pontual na contratação de

serviços publicitários, entende agora a necessidade de utilização de espaço comercializável, na mídia, para cumprir o seu dever de informar, bem como de ações de não mídia com o seu devido planejamento por meio de uma agência de publicidade. O objetivo da instituição é alcançar o maior número de pessoas, com uma mensagem assertiva, sustentada em ações e práticas eficientes e sem ostentação.

2. DESAFIOS ESTRATÉGICOS

2.1. Dar visibilidade ao papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão na efetivação da política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral voltada aos vulnerabilizados, considerando que a instituição está em fase de consolidação de sua atuação e ainda é desconhecida de boa parte da população. Vale ressaltar que devido à grande demanda do Judiciário, a Defensoria prioriza a resolução extrajudicial das demandas;

2.2. Diferenciar o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão de outras instituições do Sistema de Justiça, que vale destacar, são grandes parceiras na defesa dos direitos da população maranhense;

2.3. Posicionar a Defensoria Pública do Estado do Maranhão como uma instituição de gestão moderna e de excelência, que se preocupa em oferecer um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor, para garantir a satisfação dos seus assistidos;

2.4. Destacar quem pode acessar os serviços da Defensoria, dando ênfase a públicos vulnerabilizados como crianças e adolescentes; idosos; mulheres em situação de violência.

3. OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

3.1 Geral

Tendo em vista que grande parte do público-alvo da Defensoria ainda desconhece os seus serviços, quem são seus membros e até quais são os seus direitos e como acessá-los, se faz extremamente importante o desenvolvimento de uma campanha publicitária institucional;

A estratégia a ser proposta para atingir o objetivo estratégico central deve abranger de forma clara o que se propõe para a atuação digital, assim como para a atuação em canais tradicionais, de forma que a combinação de ambas acarrete na construção de mensagens e plano de mídia coesos e eficazes;

Caberá à agência licitante propor uma campanha publicitária tendo como foco esclarecer à população sobre o papel da Defensoria Pública do Estado do Maranhão e seus serviços voltados à promoção e à defesa dos direitos fundamentais de populações vulnerabilizadas.

1. 2. Específicos

3.2.1. Promover a marca da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

3.2.2. Fixar o posicionamento de que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão é uma instituição que atende os mais vulneráveis (sócio e economicamente), buscando estar cada vez mais perto dos que mais precisam;

3.2.3. Ressaltar que o atendimento é gratuito para pessoas com renda per capita de até 3 salários mínimos.

OBS: Para situações de vulnerabilidade social (violência contra mulher, idoso, por exemplo), não há limite de renda.

3.2.4. Destacar que a Defensoria maranhense investe em um atendimento cada vez mais humanizado e acolhedor.

4. TÓPICOS RELEVANTES

Missão: Garantir a efetividade de política pública de acesso a direitos individuais e coletivos de forma gratuita e integral aos vulneráveis priorizando soluções consensuais e amigáveis dos conflitos.

Visão: Ser uma instituição de referência na promoção dos direitos em todo estado do Maranhão até 2030.

Valores:

Ética no Trabalho - Seguir as normas e as regras da instituição, bem como tratar indistintamente a todos com respeito e ter responsabilidades com suas atividades.

Transparência - Estabelecer um canal aberto de comunicação, onde as ações são realizadas à vista de todos, promovendo a confiança e o engajamento cívico.

Qualidade no atendimento - Proporcionar uma experiência positiva e satisfatória para os usuários e assistidos.

Respeito ao cidadão - Acolher e tratar com civilidade, sem distinção e ofensas.

Economicidade - Minimizar os gastos públicos, sem comprometimento dos padrões de qualidade.

Sustentabilidade - Crescer sem comprometer o meio ambiente, assim como compensar possíveis impactos ambientais com iniciativas que promovam a sustentabilidade.

5. PÚBLICO-ALVO:

A campanha deverá ter conceito que se desdobre junto aos seguintes públicos:

- Geral: população da capital e do interior, conforme item 5.

- Específico: população vulnerabilizada, que são os assistidos e potenciais assistidos da instituição, que devem saber reconhecer em uma linguagem acessível qual o grande sentido da existência da Defensoria Pública.

- Específico (2): Formadores de opinião: autoridades, políticos, jornalistas, educadores, lideranças sociais, entre outros. É fundamental atentar para o fato de que a comunicação institucional deve atuar em diversas frentes simultâneas, contemplando, tanto na linguagem, forma e conteúdo a heterogeneidade do público que se deseja atingir, dentro, contudo, da realidade financeira do Estado e, neste caso, da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

a) Jovens e adultos;

b) Ambos os sexos;

c) Todos os gêneros;

d) Todas as classes sociais.

6. A CAMPANHA

A razão de ser da Defensoria Pública são os seus assistidos. Por isso, a campanha institucional a ser proposta deve ter foco nas demandas da população vulnerabilizada que podem ser resolvidas na instituição responsável pela efetivação da política pública de acesso a direitos no país.

Nossos assistidos vão desde pessoas em situação de rua a mulheres que sofrem violência doméstica, de qualquer classe social. Mas muitos deles desconhecem qual instituição buscar quando tem os seus direitos violados. E mais, boa parte deste público nem sabe que tem ou quais são esses direitos. E deixar a população informada sobre o sistema de garantias constitucional também é missão da Defensoria.

E é neste contexto, se utilizando de linguagem simples e acessível a essa população, mas também com foco nos mais diversos expectadores, que a campanha precisa trazer algumas das principais áreas de atuação da instituição personalizadas em seus assistidos, fazendo com que se vejam em diferentes situações do dia a dia e se sintam seguros para procurar ajuda na Defensoria Pública do Estado do Maranhão, tornando a instituição uma referência na promoção da justiça gratuita e de qualidade.

É importante que a campanha publicitária evidencie quem são esses potenciais assistidos, os tipos de atuações mais comuns: Na área de Família (Pensão alimentícia, divórcio, guarda de filhos, adoção...), Cível, Moradia, Direitos Humanos, defesa do consumidor, da criança e do adolescente, mulher e população LGBT, enfim, devemos mostrar que essa população vulnerável tem a quem recorrer.

Para concluir, a campanha deve transmitir uma sensação de confiança, acolhimento e proximidade. A comunicação deve ser acessível, inclusiva e respeitosa, destacando o papel da Defensoria em situações delicadas e de vulnerabilidade. O tom deve ser empático, educacional e de conscientização, com uma abordagem que gere identificação com os públicos vulneráveis.

7. MARCA

A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional da Defensoria Pública está disponível no Drive por meio do link a seguir: https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw4?usp=sharing

8. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Site da Defensoria Pública do Estado do Maranhão;

- Instagram;

- YouTube;

- Facebook;

- X/Twitter;

- TikTok;

- Portal da Intranet - direcionado a servidores;

- Displays dispostos em todos os andares do prédio-sede da DPE/MA para a colocação de informes/comunicados;

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para servidores (as);

- Lista de Transmissão de Whatsapp interna para defensores (as) públicos (as);

- E-mail para servidores (as);

- E-mail para defensores (as) públicos (as).

9. PRAÇA

Estado do Maranhão, contemplando a capital, região metropolitana e interior, especialmente os municípios de maior população ou situados em região estratégicas, sedes de comarca onde a Defensoria mantém núcleo regional: Imperatriz, Timon, Caxias, Chapadinha, Bacabal, Balsas, Barreirinhas, Codó, Pedreiras, Pinheiro, Santa Inês e Grajaú.

10. PRAZO DA CAMPANHA

A agência deverá levar em consideração o prazo de 30 dias.

11. INVESTIMNENTO PARA O PROJETO

Para a proposta orçamentária da ação de comunicação devem ser considerados a conveniência, oportunidade, eficiência e eficácia de cada meio de comunicação que poderá ser utilizado para o atingimento dos objetivos de comunicação, estratégia e táticas desenhadas para o público-alvo pretendido. A agência utilizará como referencial uma verba fictícia de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais).

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO III – MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.)

Outorgado

Representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2025.

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

local e data

_____

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

<observação: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada, sendo necessário comprovar os poderes do outorgante para a presente delegação>

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO IV – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão de Contratação Especial

Referente **Concorrência nº 90001/2025** – Defensoria Públca do Estado do Maranhão

1. PREÇOS SUJEITOS A AVALIAÇÃO

1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

<se for o caso>

a) desconto, a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, vigente a epóca da apresentação da proposta**,** referentes a peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

b) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento);

c) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes aos serviços descritos nas alíneas abaixo: .....% (.....por cento)

i) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato;<*complementar o texto, se for o caso, com:*> exceto no tocante a pesquisas de pré-teste.

ii) renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

iii) à reimpressão de peças publicitárias.

d) honorários, a serem cobrados do ANUNCIANTE, incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão desta licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, <*se for o caso*> cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: .....% (.....por cento)

1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de..... (por extenso) dias corridos, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no subitem 14.3 do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES

2.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos, estabelecidas na Minuta de Contrato (Anexo V).

2.2. Estamos cientes de que o ANUNCIANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação, transferindo ao ANUNCIANTE todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.

2.4. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do ANUNCIANTE, nos termos da Minuta de Contrato (Anexo V).

2.5. Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital da concorrência em referência.

local e data

_____

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais.

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

ANEXO V – MINUTA DE CONTRATO

Edital Anexos Concorrência Presencial 90001/2025 - SEI (0177777) SEI 0030081810001950/2025 / pg. 313

0177680v1

Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ribeiro de Santana Goulart**, **Assessoria de Licitação**, em 26/03/2025, às 10:39, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0177680** e o código CRC **B2B8A15E**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

TR - TERMO DE REFERÊNCIA

Conforme a previsão contida no art. 40º da Lei n.º 14.133/2021, § 1º O termo de referência deverá conter os elementos previstos no inciso XXIII do caput do art. 6º desta Lei.

Informações Gerais:

Número do Processo	0000873.110000950.0.2025
Tipo:	Licitatório: Concorrência
Setor Requisitante (Unidade /Setor /Depto.):	ASCOM /Assessoria de Comunicação
Responsável pela Elaboração:	Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
E-mail:	ascomdpe@ma.def.br
Órgão:	Assessoria de Comunicação
UASG:	453747
Material /Serviço:	Contratação de Agência de Publicidade CATSER: 892

1. Definição do objeto, incluídos, sua natureza, os quantitativos, o prazo do contrato e, se for o caso, a possibilidade de sua prorrogação;

1.1. O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO.**

1.1.1. O estudo e o planejamento previsto objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de comunicação e divulgação tradicionais (*off- line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2. Desse modo, a Contratada deve estar capacitada a prestar os seguintes serviços especializados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem da DPE/MA:

a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes, bem como análises e estudos de branding de marcas;

d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

e) Planejamento e execução de estudos/pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das ações realizadas;

f) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de mídia);

g) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e execução das peças publicitárias (produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (execução de mídia);

h) Planejamento e execução do desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação social publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.2.1. A **CONTRATADA** deverá ter equipe especializada na gestão estratégica e operacional de campanhas de comunicação digital, contemplando as seguintes atividades:

a) Planejamento, conceituação, concepção, criação, setup e gerenciamento de campanhas digitais;

b) Aplicação de estratégias de SEO (Search Engine Optimization);

c) Compra, análise e otimização de mídia digital, com a manutenção de design para conteúdos de Marketing Digital e Inbound Marketing, bem como gestão de mídia paga e sustentação e revisão da estratégia de branding adotada pela instituição;

d) Monitoramento, análise e apresentação de resultados das campanhas digitais.

1.2.2. A equipe será responsável pela elaboração de relatório de performance de campanhas digitais, contendo os principais KPI do processo, tais como: impressões, alcance do anúncio, clique por anúncio, leads, taxa de conversão, taxa de cliques, valor por palavra-chave, valor por clique, custo por aquisição, origem do lead, investimento total, período do investimento e outras informações que a **CONTRATADA** e a DPE/MA julgarem pertinentes para avaliar e acompanhar a performance das campanhas; além de análise crítica das ações, impactos gerados, recomendações e insights.

1.3. Durante cada campanha digital, a **CONTRATADA** deverá nutrir a DPE/MA com atualização diária dos indicadores de performance ou disponibilizar acesso da equipe da Assessoria de Comunicação à plataforma de gerenciamento desses dados, alertando para possíveis medidas corretivas no planejamento.

1.3.1. O relatório final de performance de uma campanha digital deverá ser enviado em até 03 (três) dias após a sua conclusão.

1.4. A **CONTRATADA** deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com a DPE/MA, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que a instituição obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

1.5. Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a **CONTRATADA** deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba da DPE/MA.

1.6. Os serviços abrangem todos os tipos de divulgação, exceto a legal, e todos os assuntos e temas de competência ou de interesse da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, aos estritos termos do artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição da República Federativa do Brasil.

1.7. A **CONTRATADA** atuará por ordem e conta da **CONTRATANTE**, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.2** e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.8. A **CONTRATADA** não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos **no item 1** – Do Objeto, exceto as atividades complementares previstas nos termos do § 1º do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

1.9. As ações de publicidade da **CONTRATANTE**, constantes deste Contrato, terão caráter educativo, informativo e de orientação social, em respeito ao disposto no artigo 37, parágrafo 1º, da Constituição Federal, devendo perseguir sempre a meta de eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

2. Fundamentação da contratação, que consiste na referência aos estudos técnicos preliminares correspondentes ou, quando não for possível divulgar esses estudos, no extrato das partes que não contiverem informações sigilosas.

2.1. A presente aquisição fundamenta-se no Estudo Técnico Preliminar constante nos autos do processo administrativo.

2.2. Os serviços serão realizados sob demanda, na forma de execução indireta, no regime de empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 12.232/2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965 e nº 14.133/2021.

3. Valor contratual, recursos orçamentários e vigência

3.1. O valor da contratação está estimado em R$ 1.000.000,00 (Hum Milhão de Reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 2025 consta da Lei Orçamentária Anual - 2025:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça
Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	**03.092.0623.6005.023316**

3.3. Os contratos oriundos da Concorrência poderão ser prorrogados na forma da Lei nº 14.133/2021.

4. Descrição da solução

4.1. Contratação de empresa para prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL**, a fim de divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do poder público, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e de fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate e no acesso a direitos e a políticas públicas.

5. Modelo de gestão do contrato, que descreve execução do objeto, que consiste na definição de como o contrato deverá produzir os resultados pretendidos desde o seu início até o seu encerramento

5. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** no estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no estado do Maranhão, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 1 (um) Diretor Geral - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

b) 1 (um) Diretor de Mídia - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;

c) 1 (um) Diretor de Criação - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

d) 2 (dois) Profissionais de atendimento - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;

e) 1 (um) Profissional de planejamento e pesquisa - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing.

5.1.2.2. Caso a **CONTRATANTE** julgue necessário, no decorrer do contrato, poderá solicitar a composição de um núcleo de mídia, nos termos do art. 85 e art. 86 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023, com possibilidade de instalação nas dependências da **CONTRATANTE**, conforme art. 74 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023.

5.1.2.3. A equipe de profissionais do núcleo de mídia poderá ser readequada pela **CONTRATADA** a qualquer tempo, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados à **CONTRATANTE**, conforme art. 87 da Instrução Normativa Secom nº 01/2023.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

5.1.4. Utilizar na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à **CONTRATANTE** todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da **CONTRATADA**, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à **CONTRATANTE**, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3. A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da **CONTRATANTE**, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

I - O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da **CONTRATADA** e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até o percentual máximo de 50%, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da **CONTRATANTE**.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à **CONTRATANTE**:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

III - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

IV - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;

V - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da **CONTRATADA** responsável pela documentação: “atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a **CONTRATADA** coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da **CONTRATANTE**.

5.1.7.2. A **CONTRATANTE** procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, podendo para isso realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da **CONTRATANTE**.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a **CONTRATANTE** poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela **CONTRATADA**, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5. **A CONTRATADA** está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6. Cabe à **CONTRATADA** informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas relativas aos direitos autorais para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos

patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da **CONTRATANTE**.

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II - algum dirigente ou empregado da **CONTRATADA** tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a autorização prévia da **CONTRATANTE**, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A **CONTRATADA** só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da **CONTRATANTE**, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

I - A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da **CONTRATADA** sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

II - Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a **CONTRATADA** obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da **CONTRATANTE** em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

5.1.10. Apresentar à **CONTRATANTE**, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à **CONTRATANTE**, como alternativa ao subitem anterior, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da **CONTRATANTE**, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a **CONTRATADA**.

I - O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

II - Ao final do período de 12 (doze) meses, a **CONTRATADA** apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

III - Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a **CONTRATANTE** poderá solicitar novo estudo à **CONTRATADA** e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela **CONTRATANTE**, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da **CONTRATANTE**.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à **CONTRATANTE**, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda da **CONTRATANTE**, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e a **CONTRATANTE**, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos

serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações relativas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela **CONTRATANTE**.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da **CONTRATANTE**, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.18. Prestar esclarecimentos à **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação.

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.24. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela **CONTRATANTE**, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria **CONTRATANTE**.

5.1.27. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da **CONTRATANTE**.

5.1.27.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a **CONTRATADA** às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.27.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela **CONTRATADA**.

5.1.28. Responder perante a **CONTRATANTE** e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a **CONTRATANTE**.

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a **CONTRATADA** adotará as providências necessárias no sentido de preservar a **CONTRATANTE** e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à **CONTRATANTE** as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no Art. 9º, Lei nº 14.133/2021 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746/2012.

6. OBRIGRAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da **CONTRATANTE**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a **CONTRATADA**;

b) fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à **CONTRATADA** e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela **CONTRATADA**;

e) notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a **CONTRATADA**, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) efetuar os pagamentos à **CONTRATADA** nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da **CONTRATANTE**, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a **CONTRATADA** apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A **CONTRATANTE** comunicará à **CONTRATADA** por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

7.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

7.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I - Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

II - Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste TR, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

III - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste TR, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 7.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.

4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 7.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 7.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7.3. A aplicação das sanções previstas neste TR não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.4. Todas as sanções previstas neste TR poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

7.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d) os danos que dela provierem para o Contratante;

e) a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

7.8. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

7.9. A personalidade jurídica do **CONTRATADO** poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos no Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o **CONTRATADO**, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.10. O **CONTRATANTE** deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

7.10.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela **CONTRATANTE**.

7.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

7.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indemnizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

8. APÊNDICES

8.1. Integram este Termo de Referência os seguintes Apêndices:

a) Apêndice 1: Entrega da Proposta Técnica, da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e dos Documentos de Habilitação;

b) Apêndice 2: Apresentação da Proposta Técnica e Julgamento das Propostas Técnicas;

c) Apêndice 3: Apresentação da Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada e Julgamento das Declarações Quanto à Proposta de Preço da Contratada;

d) Apêndice 4: Apresentação e Julgamento dos Documentos de Habilitação.

Apêndices

APÊNDICE 1

ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA, DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Especial de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

1.1.1. No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

1.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado, fornecido pela Comissão de Contratação Especial, a ser retirado, exclusivamente, pela agência, de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 14h às 16h, no Setor da Comissão de Contratação, situado no prédio-sede da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, na Avenida Júnior Coimbra, S/N, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696.

1.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

1. ter nenhuma identificação;

2. apresentar informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante;

3. estar danificado ou deformado pelas peças, pelos materiais e demais documentos nele acondicionados, de modo a, por si só, possibilitar, inequivocamente, a identificação da licitante.

1.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

1.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2 Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada Nome empresarial e CNPJ da licitante Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

1.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

1.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

1.1.3.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de

Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

1.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

1.2. Os Invólucros nº 2 e nº 3 não poderão ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

2. ENTREGA DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

2.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionado a Declaração Quanto à Proposta de Preço da Contratada.

2.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Declaração Quanto à Proposta de Preços da Contratada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/M

2.1.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

2.1.3. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, palavra, sinal, etiqueta ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste antes da abertura do Envelope nº 2.

3. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação Especial pelas licitantes classificadas do julgamento final das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Proposta de Preço da Contratada, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

3.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2025 – DPE/MA

3.1.2. O Invólucro nº 5 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

APÊNDICE 2

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80 pontos
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	20 pontos
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	1.3 Ideia Criativa	20 pontos
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	20 pontos
2. Conjunto de Informações		20 pontos
2.1 Capacidade de Atendimento		10 pontos
2.2 Repertório		5 pontos
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
PONTUAÇÃO TOTAL		**100**

1.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

1.2. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada: para sua apresentação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações: (Referência 11.2 do Edital)

1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;

2. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;

3. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea ‘c2’ do subitem 1.2.2;

4. espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas; não há padrão exigido para as margens superior e inferior;

5. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

6. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

7. alinhamento justificado do texto;

8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado;

9. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

10. sem identificação da licitante.

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea ‘b’ do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 8 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 2 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3. Os gráficos, infográficos, quadros, tabelas e ou planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, infográficos, tabelas e ou planilhas desse subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4. Os exemplos de peças integrantes da Ideia Criativa deverão ser apresentados separados do caderno de que trata a alínea ‘a’ do subitem 1.2.

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

1.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea ‘c’ do subitem 1.1.1.2 do Apêndice 1.

1.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como não mídia os meios publicitários que não implicam a compra de espaço ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.

1.2.9. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária e seus subquesitos. Essas páginas não serão computadas no limite previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Publicitária com base no Briefing (Anexo II do Edital), observadas as seguintes orientações:

1.3.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico - apresentação em que a licitante descreverá:

1. análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;

2. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

3. compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital).

1.3.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária - apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação, com base no Briefing (Anexo II do Edital), compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que fundamentam a proposta de solução publicitária;

b) proposição e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária, especialmente: o que dizer; a quem dizer; como dizer; quando dizer e que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar.

1.3.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa - apresentação da proposta de campanha publicitária, contemplando os seguintes conteúdos:

a) relação de todas as peças publicitárias que a licitante julgar necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital), com a descrição de cada uma;

b) exemplos das peças, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta de campanha publicitária, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1. A descrição mencionada na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 está circunscrita à especificação de cada peça publicitária, à explicitação de sua finalidade e de suas funções táticas na campanha proposta.

1.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças apresentadas como exemplos e outro para o restante

1.3.3.3. Os exemplos de peças publicitárias de que trata a alínea ‘b’ do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, layout ou storyboard impressos, para qualquer meio;

b) ‘monstro’ ou layout eletrônico, para o meio rádio;

c) storyboard animado ou animatic, para os meios TV, cinema e internet;

d) ‘boneca’ ou layout montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.3.1. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real, ampliado ou reduzido, desde que não haja prejuízo em sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou passe-partout, observado o disposto no subitem 1.2.4. Peças que não se ajustem às dimensões do Invólucro nº 1 poderão ser dobradas.

1.3.3.3.2. Na elaboração de ‘monstro’ ou layout eletrônico para o meio rádio poderão ser inseridos todos os elementos de referência, tais como trilha sonora, ruídos de ambientação, voz de personagens e locução.

1.3.3.3.3. Na elaboração do storyboard animado ou animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

1.3.3.3.4. O ‘monstro’ ou layout eletrônico e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em CD, DVD ou pen drive, executáveis em sistema operacional Windows.

1.3.3.3.4.1. Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da licitante, ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.3.5. Os exemplos não serão avaliados sob os critérios utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para a apresentação.

1.3.3.3.6. Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de peça (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, banner internet).

1.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) uma peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal, anúncio para tablets, banner de internet e painéis sequenciais de mídia exterior, tais como outdoor, envelopamento de veículo, adesivagem de finger e similares, entre outros), será considerada 1 (uma) peça, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados 1 (uma) peça;

e) um filme e o hotsite que o hospeda serão considerados 2 (duas) peças;

f) um banner e o hotsite por ele direcionado serão considerados 2 (duas) peças.

1.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea ‘d’ do subitem 1.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

1.3.4 Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de apresentação e defesa das soluções de mídia e não mídia recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária e a Ideia Criativa propostas, sob a forma de textos, tabelas, gráficos, infográficos e ou planilhas, contemplando:

a) estratégia de mídia e não mídia: proposição e defesa dos meios de divulgação, das formas inovadoras de comunicação e dos recursos próprios de comunicação do contratante a serem utilizados para o alcance dos objetivos da campanha;

b) tática de mídia: detalhamento da estratégia de mídia, por meio da apresentação e defesa dos critérios técnicos considerados na seleção dos veículos de divulgação e demais meios de divulgação e na definição dos respectivos investimentos, dos formatos e períodos de divulgação;

c) plano de mídia: composto de programação das inserções sugeridas, contendo os valores por veículos e demais meios de divulgação, formatos das peças, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos (CPM, CPP, CPC etc.) e demais informações que a licitante considerar relevantes;

d) simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas.

1.3.4.1. Todas as peças publicitárias que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deverão estar contempladas na Estratégia de Mídia e Não Mídia proposta.

1.3.4.2. O plano de mídia e não mídia e/ou de formas inovadoras de comunicação deverão apresentar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das peças publicitárias;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos e demais meios de divulgação/plataformas de comunicação e divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e demais meios de divulgação, separados por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a veículos e demais meios de divulgação;

e) os valores (absolutos e percentuais) que a licitante propõe alocar em ações para desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária (plataformas de comunicação e divulgação), em consonância com novas tecnologias, com a indicação dos respectivos fornecedores e métricas que serão utilizadas (taxa de impressão, custo por alcance, CPC, CPE, custo por curtida etc.), de acordo com o disposto nos subitens 1.3.4.3.1 e 1.3.4.3.2.

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada peça publicitária destinada a plataformas de comunicação e divulgação;

g) as quantidades a serem produzidas de cada peça ou material publicitário de não mídia;

h) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça ou material publicitário de não mídia;

i) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça publicitária ou material publicitário de não mídia;

1.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de divulgação que operam com tabelas públicas deverão ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deverá ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) deverão ser desconsiderados os honorários e custos internos sobre os bens e serviços especializados prestados por fornecedores.

1.3.4.3.1. Caso o Edital desta concorrência venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea 'a' do subitem 1.3.4.4 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, sem os exemplos de peças publicitárias da Ideia Criativa, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, infográficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar as seguintes informações para cada subquesito, abaixo discriminadas: (11.5 do Edital)

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação;

c) infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do contratante para a execução do contrato;

d) sistemática operacional de atendimento na execução do contrato; e

e) relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO,** sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

1.7. Quesito 3 - Repertório: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.7.1. Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.8. O Repertório será constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela licitante.

1.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças publicitárias, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

1.8.1.1. As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 1º de janeiro de 2018.

1.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas.

1.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.7 ou ser apresentadas soltas. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais.

1.8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.

1.9. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as peças que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, com ou sem uso de cores, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.9.1. Os documentos, informações e peças mencionadas no subitem precedente não poderão ter informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, e que, por si só, possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.10. A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada Relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura do funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar sua autenticidade.

1.10.1. A validação poderá ser feita na última página do próprio Relato elaborado pela licitante ou em documento separado (em papel timbrado do cliente), o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.10.

1.10.2. A validação será constituída, pelo menos, do ateste do Relato, do nome empresarial do cliente, do nome do signatário, de seu cargo/função e de sua assinatura.

1.10.3. As ações dos Relatos de que trata o subitem 1.10 devem ter sido implementadas a partir de 1º de janeiro de 2018.

1.10.4. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças publicitárias, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, em cada Relato, observando-se as seguintes regras:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9 ou ser apresentadas soltas;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça publicitária, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação Especial, em observância ao Art. 10 da Lei Nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e à Portaria nº 016/2025 –DPGE, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

2.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica cuja constituição obedecerá às disposições a serem

estabelecidas no Edital desta concorrência.

2.2.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice e no Edital.

2.3. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.3.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Publicitária

2.3.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital) .

2.3.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito;

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária do contratante seus públicos;

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital);

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial.

2.3.1.3. Subquesito 3 - Ideia Criativa (12.2.1.3 do Edital)

a) alinhamento com a Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;

b) a pertinência da solução criativa com a natureza do ANUNCIANTE, com o desafio e com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

c) a adequação das peças publicitárias ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das peças publicitárias com os meios e veículos de divulgação a que se destinam;

e) a originalidade da solução criativa e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem com os públicos-alvo;

g) a exequibilidade das peças e de todos os elementos propostos, com base na verba referencial para investimento.

2.3.1.4. Subquesito 4 - Estratégia de Mídia e Não Mídia

a) a adequação da Estratégia de Mídia e Não Mídia com as características da ação publicitária, com a verba referencial para investimento e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing (Anexo II do Edital);

b) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa da estratégia, da tática e do plano de mídia;

c) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da campanha publicitária;

d) a adequação da proposta no uso dos recursos próprios de comunicação do contratante e seu alinhamento com a Estratégia de Mídia e Não Mídia;

e) o grau de eficiência e a economicidade na utilização da verba referencial para investimento, demonstrados na simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

2.3.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**;

c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do contratante na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante; e

e) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**.

2.3.3 Quesito 3 - Repertório

a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e ao desafio de comunicação;

b) a clareza e a precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo;

c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças.

2.3.4. Quesito 4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária;

b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos.

2.4. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.4.1. Além de examinar o atendimento, pelas licitantes, das disposições estabelecidas para a apresentação e julgamento das Propostas, a Subcomissão Técnica deverá efetuar um exame comparativo entre as Propostas apresentadas em relação a cada quesito e subquesito.

2.4.1.1. A comparação entre as propostas deverá aferir o maior ou menor grau de adequação de cada uma aos critérios de julgamento.

2.4.1.2. As diferenças de grau de adequação entre as Propostas deverão refletir-se na gradação das pontuações atribuídas a cada quesito e subquesito.

2.4.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Publicitária		80 pontos
SUBQUESITOS	1.1 Raciocínio Básico	20 pontos
	1.2 Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
	1.3 Ideia Criativa	20 pontos
	1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia	20 pontos
2. Conjunto de Informações		20 pontos
2.1 Capacidade de Atendimento		10 pontos
2.2 Repertório		5 pontos
2.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		5 pontos
PONTUAÇÃO TOTAL		100

2.4.3. A pontuação final de cada quesito ou subquesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos pelos membros da Subcomissão Técnica, expressa em 1 (uma) casa decimal.

2.4.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos neste Apêndice.

2.4.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

2.4.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 4 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Publicitária; Capacidade de Atendimento; Repertório; Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5. Serão consideradas mais bem classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, observado o disposto no subitem 2.6.

2.5.1. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem classificadas, serão assim consideradas as licitantes que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação.

2.5.2. Se ainda assim persistir o empate, a decisão será feita por sorteio, na forma a ser disciplinada no Edital desta concorrência.

2.6. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar informação, palavra, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que, por si só, resulte, inequivocamente, na identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.6.1. Ante a ocorrência da situação de que trata a alínea ‘a’ do subitem anterior, a Subcomissão Técnica deverá registrar em ata o nome da licitante identificada e o motivo concreto e inequívoco que constituiu a identificação.

2.7. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender a outras exigências deste Apêndice e do Edital, a depender da gravidade da ocorrência.

APÊNDICE 3

APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇOS DA CONTRATADA E JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇO DA CONTRATADA

1. APRESENTAÇÃO DA DECLARAÇÃO QUANTO À PROPOSTA DE PREÇOS DA CONTRATADA

1.1. As licitantes deverão elaborar Declaração Quanto à Proposta de Preços da Contratada, com base no modelo que constitui o Anexo IV do Edital.

1.1.1. Referida Declaração deverá ser apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2. O prazo de validade da Declaração de que trata o subitem 1.3 do referido modelo deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.2.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos Invólucros nº 4, a Comissão de Contratação Especial realizará com ela diligência nos termos do § 2º do art. 59 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.2.1.1. A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos Invólucros nº 4 ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

2. JULGAMENTO DAS DECLARAÇÕES QUANTO À PROPOSTA DE PREÇOS DA CONTRATADA

2.1. As Declarações Quanto à Proposta de Preços da Contratada, apresentadas pelas licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, serão analisadas e julgadas pela Comissão de Contratação Especial no tocante ao atendimento das disposições do item 15 do Edital e deste Apêndice.

2.2. Será considerada classificada à próxima etapa do certame a licitante cuja Declaração esteja em conformidade com as disposições do item 15 do Edital e deste Apêndice.

2.3. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer condicionante para a entrega dos bens e serviços.

APÊNDICE 4

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

1. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ITEM 17 E 18 DO EDITAL)

1.1. Os Documentos de Habilitação, a serem apresentados pelas licitantes vencedoras da etapa de julgamento das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Proposta de Preços da Contratada, deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser

apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação Especial, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

1.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Apêndice.

1.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação Especial.

1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

1.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea ‘a’ deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação, devendo constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) ato de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

1.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) inscrição no cadastro de contribuintes estadual e/ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

c) regularidade perante as Fazendas federal, estadual e/ou municipal do domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei;

d) Certidões Negativas de Débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

e) regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), que demonstre cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

f) regularidade perante a Justiça do Trabalho;

1.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

1.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

1.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não

apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

1.2.3. Qualificação Técnica:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Termo de Referência;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, emitido pelo Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (CENP) ou por entidade equivalente legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

b1) o certificado de qualificação técnica de funcionamento emitido para a matriz da agência valerá para a filial;

b2) o documento obtido no site do CENP ou da entidade equivalente terá sua validade verificada pela Comissão de Contratação Especial.

1.2.4 Qualificação Econômico-financeira

a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial, demonstrações de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, observada a exceção disposta no § 6º do art. 69 da Lei nº 14.133, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, que comprove a boa situação financeira da empresa, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis deverão estar assinados pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço, com suas demonstrações contábeis, e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado ou na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou autenticado por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, para as empresas que utilizem o sistema eletrônico de escrituração e que tenham seus documentos registrados na Junta Comercial, apresentado conforme inciso IV:

I. sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II. sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou cópia registrada ou

autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III. sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede. Caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV. para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

a) termo de autenticação com a identificação do autenticador;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis;

c) termo de abertura e encerramento;

d) requerimento de autenticação de Livro Digital;

e) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

1.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

1.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea ‘b’ do subitem 1.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) do balanço referido no subitem 1.2.4.1, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

1.2.4.3. Os índices de que tratam as alíneas ‘a’ e ‘b’ do subitem 1.2.4.2 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

1.2.4.4. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea ‘a’, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea ‘b’, todos do subitem 1.2.4.2, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-financeira deverá incluir, no Invólucro nº 5, comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais).

1.2.5. Declarações:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto nº 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal:

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<*nome da licitante*>, inscrita no CNPJ sob o nº , por intermédio de seu representante legal , portador(a) da Carteira de Identidade nº /_, inscrito(a) no CPF sob o nº , DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/2021, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesseis) anos.

<*se for o caso, acrescentar a ressalva a seguir:*>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

<*local e data*

_____

<*representante legal da licitante*

b) declaração de Elaboração Independente de Proposta, de que trata a Instrução Normativa SLTI/MP nº 2/2009:

À

Comissão de Contratação Especial

Referente Concorrência nº 90001/2025 DPE/MA

<*identificação completa*>, como representante devidamente constituído pela <nome da licitante, doravante denominada <nome de fantasia>, para fins do disposto na alínea 'b' do subitem 1.2.5 do Apêndice 4, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:

a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <nome da licitante>, e que o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante, potencial ou de fato, dessa Concorrência, antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

_____

<representante legal da licitante

1.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

1.4. A inscrição no sistema de registro cadastral unificado disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), a que se referem os arts. 87 e 88 da Lei nº 14.133/2021, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública, dentro do dentro de seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 1.2.1 e nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.2.

Nesse caso, a licitante se obriga a declarar ao contratante a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

1.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

a) ao menos uma declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 1.1 do Termo de Referência;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento, observado o disposto nas alíneas 'b', 'b1' e 'b2' do subitem 1.2.3;

c) comprovação de que possui, no mínimo, patrimônio líquido equivalente a R$ 100.000,00 (cem mil reais), se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados por intermédio da consulta on-line a que se refere o subitem 2.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);

d) declarações firmadas conforme os modelos previstos nas alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.2.5.

1.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados na alínea 'c' do subitem 1.5 não estiverem disponíveis no SICAF, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 5, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 1.2.4 ou, se for o caso, a alínea 'b' do subitem 1.2.4.1.

1.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 5, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF.

2. JULGAMENTO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

2.1. A Comissão de Contratação Especial analisará os Documentos de Habilitação das licitantes mais bem classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e das Declarações Quanto à Proposta de Preços da Contratada e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos no item 1.

2.2. Em complemento à análise dos documentos das licitantes que optaram por realizar sua habilitação conforme previsto no subitem 1.5, serão realizadas consultas on-line no SICAF, com vistas a verificar a conformidade dos documentos de habilitação, cuja consulta será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

2.2.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

São Luís–MA, em **18** de **fevereiro** de **2025**.

2.3. Para a análise da habilitação das licitantes também serão realizadas consultas: ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União (TCU).

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

2.4. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão de Contratação Especial reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as classificadas, para reapresentarem os respectivos documentos, no prazo de 10 (dez) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0163129** e o código CRC **4851DF0C**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º: _____-DPE/MA
PROCESSO N.º: 0000873.110000950.0.2025

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM, **A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO** E DE OUTRO LADO, **XXXXXXXXXXXXXXXXX**, NA FORMA ABAIXO.

A DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO , pessoa jurídica de Direito Público, inscrita no CNPJ sob o n.º 00.820.295/0001-42, com sede na Avenida Júnior Coimbra, Quadra 21, Lote 02, Loteamento Jaracaty, Renascença II, São Luís–MA, CEP 65075-696, daqui em diante denominada CONTRATANTE, neste ato representada pelo Defensor Público-Geral do Estado, **Dr. GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** , brasileiro, defensor público, matrícula n.º 1998152 DPE/MA, CPF n.º 052.119.714-77, residente e domiciliado, nesta cidade e, do outro lado, a Empresa **XXXXXXXXXXXXXX**, sediado(a) no(a) **ENDEREÇO**, CNPJ N.º **XX.XXX.XXX/XXXX-XX**, doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada por **XXXXXXXXXXXX**, brasileiro (a), estado civil, RG n.º **XX.XXX.XXX-X**, CPF n.º **XXX.XXX.XXX-XX**, residente e domiciliado nesta cidade, **RESOLVEM** celebrar o presente contrato, cuja lavratura foi regularmente autorizada em despacho constante no **Processo Administrativo n.º XXX/XXXX**, Nota de Empenho nº **XXXXNEXXXXXXX**, decorrente da licitação na modalidade **Concorrência n.º XXX/XXXX – CPL/DPE**, submetendo-se as partes às disposições constantes na Lei 10.520/02, Lei nº 8.666/93, e suas alterações posteriores, mediante às cláusulas e condições e obrigações seguintes:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/2010, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680/1965, e nº 14.133/2021.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato o Edital da Concorrência nº XXX/2025, seus Anexos, bem como as Propostas Técnicas e de Preços da CONTRATADA, os quais constituem parte deste instrumento.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. Constitui objeto do presente contrato a prestação de serviços de publicidade, por intermédio de **1 (uma) agência de propaganda**, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a

intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias da CONTRATANTE junto a públicos de interesse.

2.1.1. Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do presente contrato;

b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito do presente contrato;

c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

2.1.1.1. A contratação dos serviços, elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

2.1.1.2. O estudo e o planejamento, previstos no subitem 2.1, objetivam subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios e veículos de divulgação tradicionais (off-line) como digitais (on-line), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3. As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea ‘b’ do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

2.1.2. Os serviços previstos nos subitens 2.1 e 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio, de relações públicas, de assessoria de comunicação e de imprensa e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente, os projetos de veiculação em mídia ou em plataformas que funcionem como veículo de divulgação.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução das a vidades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – VIGÊNCIA

3.1. O prazo de vigência da contratação é de 12 (doze) meses contados da data de sua assinatura, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei n° 14.133, de 2021.

3.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permi da a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

a) Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza con nuada;

b) Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

c) Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

d) Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação; e)Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

3.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

3.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

3.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

3.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado ver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

4. CLÁUSULA QUARTA – VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor deste contrato, decorrente da Concorrência nº XX/2025, que deu origem a este instrumento, está estimado em R$ XX,XX (por extenso), pelos primeiros 12 (doze) meses.

4.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços constam nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Gestora	080901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Unidade Orçamentária	08901 – Fundo de Aparelhamento da Defensoria Pública
Função:	03 – Essencial à Justiça

Subfunção:	092 - Representação Judicial e Extrajudicial
Programa:	0623 - Orientação Jurídica, acesso a Direitos e Garantias Fundamentais
Ação:	6005 – Comunicação e Imagem Institucional
Subação:	023316 – Comunicação e Divulgação Institucional
Programa de Trabalho:	**03.092.0623.6005.023316**

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3.1. Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

4.3.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos percentuais de remuneração praticados com a CONTRATADA, em decorrência de eventual redução identificada nas referências de mercado, por meio de termo aditivo.

4.4. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.5. No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do presente contrato, conforme disposto art. 125 da Lei 14.133/2021.

5. CLÁUSULA QUINTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no estado do Maranhão, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, no estado de Maranhão, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE, representada, no mínimo, pelos seguintes profissionais e respectivas qualificações:

a) 1 (um) Diretor Geral - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em gestão de equipes;

b) 1 (um) Diretor de Mídia - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na função;

c) 1 (um) Diretor de Criação - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, na direção de criação publicitária;

d) 2 (dois) Profissionais de atendimento - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 1 (um) ano, em atendimento de publicidade;

e) 1 (um) Profissional de planejamento e pesquisa - possuir formação acadêmica e experiência comprovada, de no mínimo 3 (três) anos, em Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing.

5.1.2.2. Caso a CONTRATANTE julgue necessário, no decorrer do contrato, poderá solicitar a composição de um núcleo de mídia, com possibilidade de instalação nas dependências da CONTRATANTE.

5.1.2.3. A equipe de profissionais do núcleo de mídia poderá ser readequada pela CONTRATADA a qualquer tempo, com vistas a melhor corresponder às necessidades e ao volume de serviços prestados à CONTRATANTE.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados e de veículos de divulgação – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto deste contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admi da sua subs tuição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

5.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

5.1.5.1. Pertencem à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de espaço, tempo ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

I - O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incen vo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

I - O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte

da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens e de serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços especializados a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços aptos a fornecer à CONTRATADA bens e serviços especializados, relacionados com as a vidades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores de bens e de serviços especializados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir dos fornecedores que constem da cotação de bens e de serviços especializados, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;

V - a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a iden ficação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a iden ficação (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, rela vos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compa veis com o serviço a ser fornecido;

VII - para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.

5.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados ver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e dos serviços especializados cotados em relação aos do mercado, ou realizar cotação de preços diretamente junto a outros fornecedores.

5.1.7.3. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.7.4. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA, quando o fornecimento de bens ou de serviços especializados ver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato.

5.1.7.5. A CONTRATADA está ciente de que deverá incluir cláusula de alerta em seus pedidos de cotação junto a fornecedores de bens e de serviços especializados, quando pertinente, no sentido de que, na produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, seja considerado o disposto nos arts. 44 a 46 da Lei nº 12.288/2010.

5.1.7.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de bens e de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.7. As disposições dos subitens 5.1.7 e 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8. Submeter a contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, para a execução do objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1. É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou de serviços especializados junto a fornecedores em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de um fornecedor em um mesmo procedimento de cotação;

II - algum dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, com veiculação e com qualquer outra despesa relacionada com este contrato.

5.1.9.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente ver sido por ela expressamente autorizada.

I - A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da CONTRATADA sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para as ações publicitárias a serem executadas durante a vigência deste contrato.

II - Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obriga-se a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações publicitárias da CONTRATANTE em veículos de divulgação que promovam conteúdos ou a vidades ilegais.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE, para autorização do plano de mídia de cada ação ou campanha publicitária, relação dos meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) jus fica va(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11. Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos de divulgação dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5, e a(s) jus ficativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos de divulgação habitualmente programados nos esforços de publicidade da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

I - O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 12 (doze) meses da data de assinatura deste contrato.

II - Ao final do período de 12 (doze) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 12 (doze) meses seguintes e assim sucessivamente.

III - Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE poderá solicitar novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá promover nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12. Encaminhar, sempre que solicitado pela CONTRATANTE, sem ônus para esta, cópia de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação em mídia paga, nos seguintes formatos:

a) TV e Cinema: cópias em DVD ou arquivos digitais;

b) Internet: arquivos digitais;

c) Rádio: arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: arquivos digitais em alta resolução, abertos ou finalizados.

5.1.12.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, caso atenda à solicitação da CONTRATANTE.

5.1.13. Prestar os seguintes serviços à CONTRATANTE, como resultado da concorrência que deu origem a este instrumento, a suas expensas:

a) manutenção de acervo da propaganda da CONTRATANTE, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos;

b) manutenção de banco de imagens, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste contrato e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

5.1.13.1. O acesso ao acervo virtual será feito exclusivamente pela agência e a CONTRATANTE, reservada a esta a faculdade de liberar seu uso a quem lhe aprouver.

5.1.14. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e os materiais produzidos, com informações rela vas aos prazos de cessão dos direitos autorais vinculados, independentemente do disposto nos subitens 5.1.12.

5.1.15. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.16. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de

divulgação, bem como os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou pelos fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores no ciados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação aos empregados de fornecedores de bens e de serviços especializados contratados.

5.1.23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.24. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores de bens e de serviços especializados e com veículos de divulgação, bem como responder por todos os efeitos desses contratos, perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.27. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.27.1. A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

5.1.27.2. Não manter, durante a vigência deste contrato, nenhuma forma de prestação de serviços de publicidade ou relação negocial com pessoa jurídica ou física, nos moldes do que consta a “Declaração de Inexistência de Conflito de Interesses” assinada pela CONTRATADA.

5.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores de bens e de serviços especializados por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.29. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de esma va de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.30. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.31. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

5.1.32. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no Art. 9º, Lei nº 14.133/2021.

6. CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e de serviços especializados, pela CONTRATADA;

e) notificar, formalmente e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

f) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

g) efetuar os pagamentos à CONTRATADA nas condições e preços pactuados.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este instrumento poderá vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

6.3. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

7. CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao solicitado ou especificado.

7.1.1. Será nomeado gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terá poderes, entre outros, para no ficar a CONTRATADA, obje vando sua imediata correção.

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços objeto deste contrato.

7.3. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, distribuição ou veiculação, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5. A autorização, pela CONTRATANTE, dos planos de mídia e dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus fornecedores de bens e de serviços especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação das veiculações e dos serviços.

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE ou auditoria externa por ela indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9. À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10. A CONTRATANTE avaliará os serviços prestados pela CONTRATADA, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

7.10.1. A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da CONTRATADA correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

8. CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula.

8.1.1. percentual de desconto inferior a 30% (trinta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

8.1.1.1. Os layouts, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.1.2. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pela Federação ou autenticada por ela.

8.1.2. percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965.

8.1.3. percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento per nentes ao objeto do presente contrato;

II - à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III - à reimpressão de peças publicitárias.

8.1.3.1. Para fins do disposto no inciso III do subitem anterior, entende-se por reimpressão a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas.

8.1.4. percentual de honorários superior a 15% (dez por cento), incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, des nadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2, 8.1.3 e 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. A CONTRATADA não fará jus:

a) ao ressarcimento dos custos internos dos serviços por ela executados;

b) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referente à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reu lização de peça ou material publicitário, quando sua distribuição/veiculação lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

d) a honorários ou a qualquer outra remuneração incidentes sobre os preços dos bens e dos serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, des nadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

e) a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.4. Despesas com deslocamento e diárias de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores de bens e de serviços especializados por ela contratados são de sua exclusiva responsabilidade.

8.4.1. Quando houver a autorização excepcional da CONTRATANTE para o ressarcimento dessas despesas, deverão ser apresentados todos os comprovantes de pagamento dos deslocamentos e diárias, a fim de aferir a execução e assegurar o reembolso pelo valor líquido, sem a incidência de honorários.

8.5. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

9. CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965 e com o art. 7º do Regulamento para Execução da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

9.2. A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE 1/4 (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

9.2.1. Nas veiculações realizadas no exterior, a CONTRATADA apresentará, juntamente com as tabelas de preços dos veículos de divulgação programados, declaração expressa desses veículos nas quais seja explicitada sua política de preços no que diz respeito à remuneração da agência.

9.2.1.1. Se a CONTRATADA fizer jus a benefício similar ao desconto de agência de que trata o subitem 9.1, repassará à CONTRATANTE o equivalente a 1/4 (um quarto) do desconto que obtiver de cada veículo de divulgação.

10. CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1. Os direitos patrimoniais do autor das ideias, campanhas, peças e materiais publicitários concebidos pela CONTRATADA, por meio de seus empregados ou prepostos, em decorrência deste contrato passam a ser integralmente da CONTRATANTE, bem como os estudos, análises e planos vinculados a essas a vidades.

10.1.1. A remuneração dos direitos patrimoniais mencionados no subitem precedente é considerada incluída nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados e prepostos.

10.1.3. A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1. Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2. Com vistas às contratações relacionadas a bens e serviços especializados que envolvam direitos de autor e conexos, nos termos da Lei nº 9.610/1998 (Direitos Autorais), a CONTRATADA solicitará, dos fornecedores, orçamentos que prevejam a cessão dos respec vos 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 es pulados no respec vo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor dos bens e dos serviços especializados garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso, e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

I - O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será

obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços pra cados 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 respec vos ajustes que vier a celebrar com fornecedores de bens e de serviços especializados, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 05 (cinco) anos, contados da data do pagamento do bem ou do serviço especializado, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II - que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.5.1. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, constantes da cópia mencionada no inciso II do subitem 10.5, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesas referentes a bens e serviços especializados, previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ/MF nº XX.XXX.XXX/XXXX-XX, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do Banco, nome e número da Agência e número da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor de bens e de serviços especializados ou do veículo de

divulgação, que será emitido em nome da CONTRATANTE;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, da sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.1.2. O gestor ou fiscal deste contrato somente atestará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.1.3. As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da agência responsável pela documentação: “Atestamos que todos os bens e serviços especializados descritos no presente documento, prestados por fornecedores ou por veículos de divulgação, foram entregues/realizados conforme autorizados pela CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1;

II - intermediação e supervisão, pela CONTRATADA, de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

III - bens e serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

IV - veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo de divulgação, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respec vo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. Na ocorrência de falha local em uma programação em rede nacional de mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso III do subitem anterior, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo de divulgação com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.2. É da responsabilidade da CONTRATADA observar rigorosamente os preços de tabela de cada inserção e dos respectivos descontos, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos planos de mídia à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4. Nos casos de veiculação no exterior, as condições de liquidação e pagamento serão adaptadas às praxes de cada país e deverão levar em conta as disposições dos subitens 9.2.1 e 9.2.1.1.

11.5. No tocante à veiculação, além do previsto no inciso III do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I - Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.5.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

a1) como alterna va ao procedimento previsto na alínea ‘a’, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo de divulgação (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea ‘a’ deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento ‘composto’ contenha todas as informações previstas na alínea ‘a’ deste subitem;

a2) como alterna va ao conjunto de documentos previstos nas alíneas ‘a’ e ‘a1’ deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa, quando for o caso, dia e horário da veiculação;

b) Mídia Exterior:

b1) Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b2) Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, fornecido pela empresa que veiculou a peça, ou por empresa de checagem contratada, de que devem constar fotos por amostragem de no mínimo 20% (vinte por cento) dos monitores/displays programados, iden ficação do local da veiculação, quan dade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3) Carro de Som: relatório de veiculação fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

b3.1) Além disso, deverá ser encaminhada filmagem de aproximadamente 01 (um) minuto, de pelo menos 30% (trinta por cento) do total de veículos de divulgação contratados. O vídeo deve conter imagens dos veículos de som, onde seja possível iden ficar nome da campanha, áudio da peça veiculada e local popular que comprove a cidade onde foi realizada a veiculação;

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação emi do, sob as penas do art. 299 do Código Penal, pela empresa que veiculou a peça, dependendo do que constar na relação/estudo citados nos subitens 5.1.10 ou 5.1.11. 11.5.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 11.5.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da autorização do respectivo plano de mídia.

11.6. Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta on-line, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no site do Tribunal Superior do Trabalho.

11.6.1. Se a CONTRATADA não estiver cadastrada no SICAF ou se sua situação no sistema apresentar documentação obrigatória vencida, deverá apresentar Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.7. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.7.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.8. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será acrescido de encargos moratórios, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA – Índice de Preços ao Consumidor Amplo, mediante aplicação da seguinte fórmula:

AF = [(1 + IPCA/100)N/30 –1] x VP, na qual:

IPCA: Percentual atribuído ao Índice de Preços ao Consumidor Amplo, com vigência a partir da data do adimplemento da etapa;

AF: Atualização financeira;

VP: Valor da etapa a ser paga, igual ao principal mais o reajuste;

N: Número de dias entre a data do adimplemento da etapa e a do efetivo pagamento.

11.8.1. Considera-se etapa, para fins do subitem 11.8, os serviços prestados pela CONTRATADA relativo aos os bens e serviços especializados prestados por fornecedores e as contratações de espaços ou tempos publicitários, junto a veículos de divulgação.

11.8.2. A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.9. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.10. Cabe à CONTRATADA efetuar os pagamentos a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação em até 30 (trinta) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE, pela agência bancária pagadora.

11.10.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos efetuados a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de divulgação a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o 10º (décimo) dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.10.1.1. Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.10.2. O não cumprimento do disposto nos subitens 11.10 e 11.10.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.10.2.1. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contados da no ficação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.10.2.2. Caracterizada a inexecução contratual pelos mo vos expressos no subitem 11.10.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respec vos pagamentos diretamente aos fornecedores ou aos veículos de divulgação, conforme o caso.

11.10.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos de divulgação em receber com regularidade pelos bens e serviços especializados prestados e pela venda de espaço ou tempo, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alterna vo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos de divulgação, em operações bancárias concomitantes.

11.10.3. Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.11. A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - REAJUSTE

12.1. O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

12.1.1. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

12.1.2. É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem

obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho.

12.2. O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, utilizando-se da seguinte fórmula:

R = V x I - Io

R Valor do reajuste procurado

V Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado

I Índice rela vo à data do reajuste

Io Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – GARANTIA DE EXECUÇÃO

13.1. A contratação conta com garantia de execução, nos moldes do art. 96 da Lei nº 14.133, de 2021, na modalidade Concorrência, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor inicial/total/anual.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

14.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o contratado que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

14.2. Serão aplicadas ao contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

I - Advertência, quando o contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021);

II - Impedimento de licitar e contratar, quando pra cadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima deste Contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave (art. 156, § 4º, da Lei nº 14.133, de 2021);

III - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima deste Contrato, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave (art. 156, §5º, da Lei nº 14.133, de 2021).

IV - Multa:

1. Moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias;

2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) do valor total do contrato por dia de atraso injustificado, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia.

a) O atraso superior a 30 (trinta) dias autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

3. Compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “e” a “h” do subitem 14.1, de 1% a 15% do valor do Contrato.

4. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 14.1, de 2% a 20% do valor do Contrato.

5. Para infração descrita na alínea “b” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

6. Para infrações descritas na alínea “d” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato.

7. Para a infração descrita na alínea “a” do subitem 14.1, a multa será de 1% a 15% do valor do Contrato, ressalvadas as seguintes infrações: [INDICAR ITENS ESPECÍFICOS DE INEXECUÇÃO PARCIAL QUE JUSTIFIQUEM PENA DIVERSA].

14.3. A aplicação das sanções previstas neste Contrato não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante (art. 156, §9º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4. Todas as sanções previstas neste Contrato poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa (art. 156, §7º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.4.1. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação (art. 157, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.5. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente (art. 156, §8º, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.6. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administra vo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

14.7. Na aplicação das sanções serão considerados (art. 156, §1º, da Lei nº 14.133, de 2021):

a) a natureza e a gravidade da infração cometida;

b) as peculiaridades do caso concreto;

c) as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

d)os danos que dela provierem para o Contratante;

e)a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

14.8. Os atos previstos como infrações administra vas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei (art. 159).

14.9. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Contrato ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia (art. 160, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (Ceis) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (Cnep), instituídos no âmbito do Poder Execu vo Federal. (Art. 161, da Lei nº 14.133, de 2021).

14.10.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

14.11. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133/21.

14.12. Os débitos do contratado para com a Administração contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida a va, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administra vos que o contratado possua com o mesmo órgão ora contratante.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – RESCISÃO

15.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

15.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o contratante, quando esta não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

15.3. A extinção nesta hipótese ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, desde que haja a no ficação do contratado pelo contratante nesse sentido com pelo menos 2 (dois) meses de antecedência desse dia.

15.4. Caso a notificação da não-continuidade do contrato de que trata este subitem ocorra com menos de 2 (dois) meses da data de aniversário, a extinção contratual ocorrerá após 2 (dois) meses da data da comunicação.

15.5. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

15.5.1. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

15.5.2. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

15.5.2.1. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

15.6. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

15.6.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

15.6.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

15.6.3. Indenizações e multas.

15.7. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório (art. 131, caput, da Lei n.º 14.133, de 2021).

15.8. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o contratado mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou en dade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau (art. 14, inciso IV, da Lei n.º 14.133, de 2021).

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

16.2. É vedada a utilização, na execução dos serviços prestados pela CONTRATADA, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança na CONTRATANTE.

16.3. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no PNCP, na forma prevista na Lei nº 14.133/2021.

16.4. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 14.133/2021, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

16.5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

16.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de bens e de serviços especializados e dos veículos de divulgação, serão publicadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

16.6.1. As informações sobre valores pagos pelos bens e serviços especializados contratados serão divulgadas pelos totais destinados para cada tipo de fornecedor e para cada meio de comunicação.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

17.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no TR.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – PUBLICAÇÃO

18.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet.

19. CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

19.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Foro da Justiça Estadual em São Luis/MA.

E, por estarem justos e acordados, assinam eletronicamente o presente contrato.

São Luís–MA, em **XX** de **XXXXXX** de **XXXX**.

DEFENSORIA GERAL DO ESTADO DO MARANHÃO
CONTRATANTE

.....
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:
Nome: _____ CPF n.º _____

Nome: _____ CPF n.º _____

Minuta de Contrato Material de Consumo e Permanente (0177076)

0170961v1

Documento assinado eletronicamente por **João Marcelo de Medeiros Moreira**, **Chefe da Assessoria Jurídica**, em 12/03/2025, às 10:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0170961** e o código CRC **21F16450**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ETP - ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Conforme a previsão contida no inciso XX do art. 6º da Lei n.º 14.133/2021, considera-se **Estudo Técnico Preliminar** o "documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza o interesse público envolvido e a sua melhor solução e dá base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico a serem elaborados caso se conclua pela viabilidade da contratação".

Informações Gerais:

Número do Processo	0000873.110000950.0.2025
Tipo:	Licitatório: Concorrência
Setor Requisitante (Unidade /Setor /Depto.):	ASCOM /Assessoria de Comunicação
Responsável pela Elaboração:	Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
E-mail:	ascomdpe@ma.def.br
Órgão:	Assessoria de Comunicação
UASG:	453747

INTRODUÇÃO

O presente Estudo reúne o conjunto de informações indicativas e as condições preliminares exigíveis para **Aquisição de Serviço ou Contratação de Serviço** referente ao **Objeto da compra ou Contratação**, com vistas à continuidade e pleno funcionamento da Instituição, sob Gestão e Fiscalização da **ASCOM /Assessoria de Comunicação**

O presente estudo tem como objetivo analisar os elementos essenciais relacionados à licitação para contratação de serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de uma agência de publicidade/propaganda, com vistas a atender às necessidades de comunicação publicitária da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO.**

SETOR REQUISITANTE: Assessoria de Comunicação da Defensoria Pública do Estado do Maranhão – DPE/MA.

OBJETO: O objeto da presente Concorrência é a contratação de uma (1) agência de publicidade para a prestação de serviços técnicos, SOB DEMANDA, de publicidade e propaganda, comunicação digital e outros serviços institucionais, em todos os meios de comunicação, para apoio às atividades de Comunicação e Marketing da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE/MA).**

Normativas que disciplinam os serviços a serem contratados

1. Lei nº 14.133 de 01 de abril de 2021.

2. Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010.

3. Lei nº 4.680 de 18 de junho de 1965.

4. Decreto nº 57.690 de 01 de fevereiro de 1966.

5. Art. 37, § 1º, da Constituição Federal de 1988.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

1.1. Os serviços de publicidade são prestados necessariamente por agências de propaganda.

1.2. A **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPE-MA)** é uma instituição essencial à função jurisdicional do Estado, responsável por prestar assistência jurídica integral e gratuita àqueles que não têm condições de pagar por serviços advocatícios. Suas atribuições estão previstas na Constituição Federal de 1988 e na legislação específica que regulamenta a Defensoria Pública.

1.2.1. As principais atribuições da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** incluem:

a) Assistência Jurídica Integral e Gratuita;

b) Atuação em Todas as Áreas do Direito;

c) Atuação Extrajudicial e Judicial;

d) Defesa dos Direitos Humanos;

e) Atuação em Favor de Grupos Vulneráveis;

f) Mediação e Conciliação.

1.3. Criada com a Constituição Federal de 1988, a Defensoria Pública é a mais jovem instituição do Sistema de Justiça, que no Maranhão foi oficialmente instituída apenas em 2001, com a posse dos primeiros defensores públicos da carreira. Com 23 anos de existência, a Defensoria maranhense hoje tem 232 defensores públicos em seu quadro e está presente em 72 comarcas, beneficiando 160 municípios, considerando os termos judiciários.

1.4. Tratando-se da política pública de acesso a direitos, a Defensoria Pública do Maranhão ainda tem muitos desafios. E um deles é continuar avançando no seu processo de expansão territorial, concomitantemente ao trabalho de divulgação da sua missão e serviços. Isso porque a instituição cresceu muito nos últimos anos, e, mesmo com todos os esforços da Assessoria de Comunicação (Ascom), muita gente não sabe o que é a Defensoria Pública, ao ponto de confundirem até o nome do cargo de defensor público com o de promotor, procurador, chamando-o também de advogado.

1.5. Todos esses temas são bastante trabalhados nas mídias tradicionais e nas redes sociais da instituição, que hoje já ultrapassa a casa dos 60 mil seguidores, somente no Instagram, superando instituições do sistema de justiça bem mais antigas como o Ministério Público do Maranhão, e se mantendo entre as 10 Defensorias Públicas mais influentes do país nas redes sociais, tendo um dos perfis de maior interação, conforme levantamento divulgado pelo Social Media Gov, divulgado em julho de 2024.

1.6. Além disso, a Defensoria Pública do Estado do Maranhão mantém uma ótima relação com os principais canais de mídias tradicionais no estado, garantido, assim, a publicação/divulgação de um volume gigantesco de matérias de interesse da instituição, dentre outros tipos de inserção, produzidas por sua Ascom ou demandadas pelos próprios órgãos de comunicação, sem ônus.

1.7. Ocorre que, nos últimos anos, essa estratégia se tornou insuficiente para os desafios da Política de Comunicação da Defensoria Pública. E mesmo com resultados tão positivos, a Ascom tem convicção de que muitos avanços na divulgação e fortalecimento da imagem da Defensoria, bem como de suas bandeiras e lutas, poderiam ser amplificados e potencializados, caso a Ascom passe a contar com uma

verba específica para a produção de campanhas publicitárias assertivas, com temáticas voltadas a educação em direitos, especialmente de populações vulneráveis assistidas pela instituição. E mais: utilizando os meios de comunicação adequados, para a mensagem institucional chegar aos lugares mais remotos, promovendo impactos positivos na vida dos que mais precisam, a partir do exercício pleno de seus direitos.

1.8. É importante reforçar que uma boa estratégia de comunicação pode combinar o uso de diferentes veículos, mídias tradicionais e alternativas, mensagens racionais e objetivas, com dados reais e informações que em conjunto funcionam como um gatilho e tem o potencial de impulsionar a atenção, a preocupação e o interesse da sociedade por assuntos relacionados ao seu desenvolvimento, com ênfase na promoção da cidadania.

1.9. Também é necessário destacar que a frequência na publicidade pode gerar uma mobilização positiva em torno do sistema de garantias constitucionais, favorecendo a busca pelo conhecimento e orientações sobre o correto encaminhamento à política pública de acesso a direitos. A frequência refere-se à quantidade de vezes que uma pessoa é exposta à mensagem publicitária, sendo este um fator chave para a memorização dos serviços da Defensoria Pública pelos públicos vulnerabilizados. Daí a importância de um planejamento a longo prazo, com verba e profissionais comprometidos com a execução do plano do início ao fim nas suas diferentes frentes de atuação.

1.10. Ressalta-se, portanto, que a Defensoria Pública tem como uma de suas missões essenciais a promoção do acesso universal aos direitos fundamentais, atuando como guardiã da justiça para todos, especialmente para aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade. Desde crianças e adolescentes, até mulheres em situação de violência e idosos, a Defensoria se empenha em garantir que os direitos básicos – como saúde, educação, moradia e dignidade – sejam respeitados e protegidos, sempre com um olhar atento às necessidades específicas de cada indivíduo e grupo social.

1.11. Ao divulgar seus serviços e ações, a Defensoria informa e empodera as pessoas, ajudando-as a acessar os seus direitos e a evitar abusos. Assim, a Defensoria Pública reafirma o compromisso com a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, na qual o direito ao acesso à justiça e ao conhecimento dos direitos é um bem comum, que deve alcançar todos.

1.12. Neste contexto, a Defensoria pretende contratar uma agência de publicidade capaz de produzir uma ou duas campanhas de médio a grande porte, por ano, abordando assunto sensível cuja divulgação precisa ser intensificada no estado, tendo entre um dos focos a utilização de influencers e outras personalidades que possam contribuir com o esforço da instituição de chegar mais próximo do cidadão.

2. PREVISÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL

2.1**.** Previstos no Plano Anual de Contratação de 2025, os recursos orçamentários necessários ao cumprimento do contrato decorrente desta licitação, correrão por conta da seguinte classificação funcional programática: **03.092.0623.6005.023316, na Subação 023316.**

3. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

3.1. Visando atender à necessidade desta Assessoria de Comunicação, a contratação deverá ser realizada necessariamente por meio de licitação para empresas especializadas na prestação de serviços de publicidade, na Modalidade Concorrência Presencial. A busca pelas melhores e mais adequadas mecânicas para a contratação de serviços de comunicação levam sempre em conta o concílio da excelência na prestação com a aplicação do Princípio da Vantajosidade para a Administração Pública.

3.2. Portanto, há situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado. Por isso, no caso do serviço de publicidade, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração não é aquela necessariamente menos onerosa, apesar de também ser levado em conta a realidade de preços praticados em nosso mercado. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação

das propostas.

3.3. Dentre os critérios de julgamento previstos para Concorrência, a DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO adotará o tipo MELHOR TÉCNICA, conforme art. 6º, XXXVIII, b; da Lei nº 14.133/2021**,** considerando parâmetros como os tipos de ações publicitárias a serem desenvolvidas, a quantidade de meios a serem utilizados, os públicos-alvos a serem atingidos, o perfil geográfico das ações de publicidade e a sazonalidade das necessidades de comunicação.

3.4. Visto que as atividades realizadas integradamente têm por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, a contratada deverá possuir, no Estado, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO, representada por profissionais qualificados com experiência comprovada.

3.5. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, é considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, sendo celebrado contrato com a adjudicatária, com vigência de 12 meses, de acordo com o art. 106 da Lei nº 14.133, de 2021, e conforme modelo a ser elaborado pelo setor competente. Sendo prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

3.6. A contratação não possui especificidades que impliquem na necessidade de transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas. Considerando as recomendações voltadas para a sustentabilidade ambiental, a contratação em questão é de baixíssimo impacto ambiental, e não envolve requisitos de práticas de sustentabilidade.

4. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

4.1. Os serviços serão executados de acordo com a demanda e a necessidade da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, obedecendo sempre ao limite do valor do contrato.

4.2. A licitação proposta é a primeira realizada pela Instituição em 23 anos de sua implementação no estado do Maranhão, portanto a Assessoria de Comunicação, demandante do processo, não possui parâmetros para a contratação deste tipo de serviço.

4.3. É importante ressaltar ainda que o quantitativo de unidades de cada produto ou serviço para o decorrer da execução contratual não é mensurável, pois diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por objetos que podem ser contabilizados ou tarefas que possuem métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para alcançar os objetivos de comunicação em cada demanda.

4.4. O Planejamento Estratégico da Ascom também não forneceria subsídios para um levantamento prévio dos quantitativos estimados dos produtos e serviços a serem executados, na medida em que esses dependem das linhas criativas e das estratégias de comunicação a serem propostas pela contratada, no âmbito do desenvolvimento de cada campanha, lembrando ainda que a publicidade também é uma ferramenta utilizada para apoiar a superação dos desafios de comunicação enfrentados no cotidiano da Defensoria, os quais estão sujeitos às imprevisibilidades do cenário político, econômico e social.

4.5. Destaca-se que as contratações de serviços de publicidade envolvem basicamente a expertise da

agência na proposição das melhores soluções de comunicação para cada demanda apresentada no decorrer da execução contratual, não tendo o contratante conhecimento prévio de qual solução será desenvolvida e, consequentemente, quais serão as especificidades e quantidades dos serviços envolvidos.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1. A análise de possíveis soluções para a demanda fica limitada essencialmente por questões legais, conforme argumentos elencados a seguir:

a) Os serviços de **PUBLICIDADE** são serviços técnicos-profissionais especializados com contratação prevista nas Leis Federais nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações); e Lei nº 12.232/2010 (Lei contração pública serviços de publicidade).

b) Lei Federal nº 12.232/2010 dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de **PUBLICIDADE** prestados por intermédio de agências de publicidade e propaganda;

c) Lei Federal nº 12.232/2010 estabelece a adoção obrigatória da modalidade de licitação tipo: “melhor técnica” ou “técnica e preço”;

d) A licitação para a contratação de serviços de **PUBLICIDADE** é prática adotada pelo Poder Público em todas as suas esferas;

5.2. Dessa maneira, estando o modelo de licitação e contratação legalmente pré-estabelecidos, conforme citado acima, foram feitos esforços no sentido de analisar as práticas recentes de outros órgãos públicos no que se refere ao tema, além de estudar possíveis implicações da Lei 14.133/2021 no processo. Foram encontrados os seguintes Editais que trataram de objeto similar ao pretendido:

- Concorrência nº 016/2023 – Prefeitura de São Luís

- Concorrência nº 001/2024 – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

- Concorrência nº 001/2024 – Assembleia Legislativa de Goiás

5.3. É importante considerar que a expertise do futuro prestador poderá agregar melhorias ao processo interno. Com base na necessidade da Administração, a análise do mercado aponta como melhor solução a contratação de empresa(s) prestadora(s) de serviço terceirizado(s), dado que as atividades que se visa a contratar são de caráter acessório e, por isso, preferencialmente objeto de execução indireta.

5.4. Com base nesse contexto, torna-se importante informar que:

I - O custo de criação interna será cobrado com base na Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO.

II - Os honorários sobre serviços de terceiros serão cobrados pelas agências tendo como referência as Normas Padrão da Atividade Publicitária.

III - A veiculação terá com referencial a Tabela de Preços dos veículos de comunicação.

IV - A proposta de preços explicitará os percentuais de descontos sobre a Tabela Referencial de Custos Internos da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO e o percentual de honorários sobre a subcontratação de serviços de terceiros. A estimativa do valor do contrato é de R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais).

5.4.1. Esse recurso foi estimado considerando a previsão da execução das seguintes campanhas de publicidade ao longo de 12 meses de 2025, porém trata-se apenas de previsão, as campanhas serão definidas oportunamente:

- Campanha de divulgação das atividades itinerantes da Defensoria do Maranhão com participação de digital influencers – R$ 450.000,00

- Campanha de valorização da marca da Defensoria dentro e fora da instituição – “Defensoria, patrimônio do Maranhão” - R$ 350.000,00

- Campanha de fortalecimento do Projeto “Te Alui, Mulher”, de combate à violência doméstica em comunidades de São Luís – R$ 200.000,00

5.4.2. A lei 12.232/2010 exclui o Projeto Básico/Termo de Referência e as planilhas com os custos unitários de cada serviço, conforme caput do art. 6º. A execução do contrato será por demanda, onde para cada campanha a ser realizada será efetuado pesquisas de preços para a produção, e a veiculação é sobre o valor negociado, tendo como referência a tabela de preços do dia.

5.4.2.1. Reforça-se, portanto, que em serviços de contratação de publicidade não se trabalha com estimativa de custos dos serviços, como nos serviços comuns. O art .6º da Lei 12.232/2010 dispensa a apresentação de orçamento detalhado dos serviços, bem como o Projeto Básico.

5.4. Além do exposto, foi realizado um breve estudo, mapeando os impactos da NLLC no processo licitatório para contratação em tela. Destacam-se as seguintes constatações:

5.4.1. A NLLC não revoga a Lei Federal nº 12.232/2010, mantendo-se as disposições desta última como norte para a condução do processo licitatório;

5.4.2. Nos pontos em que a Lei Federal nº 12.232/2010 for omissa ou fizer referências à antiga lei de licitações, Lei 8666/1993, entende-se que valerão as normas da NLLC;

5.5. A escolha pela presente contratação se fundamenta na disponibilidade no mercado de diversas agências de propaganda com sede no Estado do Maranhão e em outros estados, as quais tem plena capacidade de participar do certame, viabilizando ampla concorrência e de consequência, a contratação.

6. ESTIMATIVA DO PREÇO DA CONTRATAÇÃO

6.1. O valor previsto para a presente contratação está estimado em R$ 1.000.000,00 (hum milhão de reais), conforme disponibilidade orçamentária.

6.2. A presente contratação envolve o levantamento prévio das estimativas de preços dos produtos e serviços a serem praticados no decorrer da execução contratual. Para o fornecimento de bens e serviços especializados é necessária a apresentação pela agência contratada de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas jurídicas previamente cadastradas, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, nos termos do art. 14 da Lei 12.232/2010.

6.3. E na contratação de tempos e espaços junto a veículos de comunicação e divulgação, para distribuição das peças publicitárias de uma campanha, são praticados os valores constantes das respectivas tabelas de preços, aplicados os descontos negociados, conforme disposto no art. 15 da lei 12.232/2010.

6.4. Assim, nas contratações de serviços de publicidade, para estabelecimento do valor global a ser estimado no âmbito do certame, devem ser consideradas as necessidades de comunicação a ser atendidas no decorrer da execução contratual, em termos de volume, porte e abrangência das demandas potenciais.

6.5. Como é a primeira vez que a Defensoria Pública do Estado do Maranhão lançará edital para a contratação de serviços publicitários, não é possível considerar os valores aplicados pela Instituição em contratações vigentes e anteriores, sobrando somente a opção de identificar um valor capaz de atender, de forma satisfatória, às novas necessidades de comunicação.

6.6. Também é necessário considerar as ações supervenientes que devem ser atendidas pela Assessoria de Comunicação, de forma imediata e assertiva, em face do seu impacto e relevância para a sociedade.

6.7. Embora sem parâmetros, ressalta-se que o valor estimado pela Defensoria do Maranhão, para essa primeira contratação, visa ao atendimento de uma das demandas que muito cresceu nos três últimos anos, impactando os hábitos de consumo de comunicação observados até 2018, antes da pandemia da Covid-19. Naquela época, predominavam os meios de comunicação tradicionais, como TV, rádio, out of home, e a internet era uma mídia em eminência, que exigia ainda relativamente baixos valores de investimento. Em 2023, a mídia digital foi consolidada nos hábitos de consumo e arraigada na administração pública, não apenas como meio de divulgação, mas também como canais de prestação de serviços públicos e de relacionamento com os cidadãos. A internet, por meio de veículos de comunicação que atuam nessa área, exige investimentos bem maiores, ao mesmo tempo em que é necessário continuar utilizando os meios tradicionais que permanecem importantes no cotidiano dos públicos.

6.8. Soma-se ainda o fato de maiores demandas de comunicação na DPE/MA, o que exige investimentos em comunicação publicitária. Nesse sentido, podemos destacar o amplo trabalho de expansão dos serviços da Instituição, com as inaugurações dos núcleos regionais no interior do estado, além das ações itinerantes, necessitando cada vez mais de divulgação.

6.9. Destaca-se nesse trabalho, as ações de erradicação do sub-registro de nascimento, um os programas institucionais que mais ganharam força na atual gestão, que produz números de grande relevância para o estado, e que exigirá a realização de campanha específica, contribuindo assim para o objetivo estratégico da DPE/MA no fortalecimento de sua missão institucional em favor daqueles que mais precisam.

6.10. Dessa forma, em razão dos fatores anteriormente detalhados, dentre elas as necessidades de comunicação publicitária em plataformas digitais e o volume de ações que demandam comunicação publicitária, obtém-se a estimativa de valor.

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. Para a contratação do serviço de **PUBLICIDADE**, a solução escolhida é a contratação de pessoa jurídica, detentora do Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, cuja atividade econômica desenvolvida seja compatível com a prestação de serviços de **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL.**

7.2. Nos termos do art. 2º da Lei nº 12.232/2010, o objeto de um contrato de serviços de publicidade envolve o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

7.3. O §1º do mesmo artigo estabelece que nessas contratações podem ser incluídos os seguintes serviços especializados, como atividades complementares:

I - o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

II - a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

7.4. De acordo com o §2º do mesmo artigo, os contratos de serviços de publicidade terão como objeto somente as atividades descritas acima, sendo vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

7.5. Quanto às pesquisas e avaliações previstas no inciso I, acima descrito, o art. 3º da lei 12.232/2010 torna passível de execução apenas aquelas que tenham finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas na execução contratual, sendo vedada a inclusão de qualquer matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação de publicidade ou com o objeto do contrato.

7.6. O regime de execução do(s) contrato(s) escolhido foi: **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, SOB DEMANDA, NA FORMA DE EXECUÇÃO INDIRETA.**

7.7. A gestão do contrato será de responsabilidade da Assessoria de Comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO**, de acordo com as competências pré-estabelecidas.

7.8. O contrato será celebrado com duração de 12 (doze) meses, contados da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO**, até o limite de 10 (dez) anos, nos termos e condições permitidas pela legislação vigente.

7.9. A fiscalização da execução do contrato ficará a cargo da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO – DPE/MA**, através da Assessoria de Comunicação, ou por funcionário(os) por ela(e) designado(s).

7.10. O processo de pagamento para os serviços contratados seguirá o formato de execução adotado por esta Defensoria Pública: PAGAMENTOS MENSAIS E PARCELADOS DE ACORDO COM A DEMANDA. Os pagamentos serão conduzidos sob a responsabilidade da Supervisão Financeira da DPE/MA e a Assessoria de Comunicação deverá atestar a efetiva prestação dos serviços, garantindo a conformidade com os termos do contrato.

8. JUSTIFICATIVA PARA PARCELAMENTO

8.1. Por tratar-se de necessidade permanente da Instituição, de acordo com o art. 6º, XV da Lei nº 14.133, de 2021, por atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral, e por ser considerado como serviço contínuo sem dedicação exclusiva de mão de obra, não há como parcelar a solução.

8.2. Ainda se justifica o não parcelamento do serviço, por esta Assessoria entender que o valor estimado favorece a celebração de contrato único, que facilita o acompanhamento e a gestão das campanhas publicitárias, reduzindo a burocracia e fomentando uma mensagem mais consistente e eficaz. Também será vantajosa a contratação de fornecedor único pela possibilidade de obtenção de melhores condições comerciais, como descontos por volume e otimização de recursos.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Com a contratação pretendida, espera-se dar continuidade ao processo de fortalecimento da imagem da Defensoria Pública, reforçando as bases de sua interação com a população maranhense. Neste contexto, a Ascom pretende desempenhar sua missão e competências institucionais de disseminar os conteúdos junto à sociedade com maior eficiência e eficácia, em decorrência de melhor qualidade técnica dos serviços prestados e da tempestividade promovida pelos procedimentos contratuais à publicidade institucional.

9.2. É importante destacar que além de caracterizar um direito do cidadão e um dever do Estado em divulgar seus atos e a destinação dos recursos públicos, a publicidade cumpre ainda o importante papel de orientar, educar e mobilizar a população para que a mesma possa usufruir dos serviços colocados à sua disposição ou adotar posturas positivas que tragam benefícios reais para a sua vida.

9.3. É importante ressaltar que a contratação de agências de propaganda tem sido comum em todas as esferas da Administração Pública.

9.4. E que a expertise da agência contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer as melhores e mais inovadoras soluções publicitárias, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstos no instrumento contratual, possibilita maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação da **DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO** e, consequentemente, melhor atendimento das suas necessidades de comunicação vivenciadas no dia a dia.

9.5. Ao desenvolver uma publicidade mais eficiente, a Defensoria também otimizará o orçamento destinado para esse fim, o que caracteriza o uso responsável dos recursos públicos e vantagem para a administração pública.

.

10. PROVIDÊNCIAS PRÉVIAS AO CONTRATO

10.1. Não foram identificadas providências a serem adotadas antes da celebração do contrato, como capacitações e treinamentos, além de estruturação ou adequação do ambiente para execução contratual, uma vez que os serviços serão realizados na sede da contratada.

10.2. Será nomeado, através de portaria, fiscal da contratação, para gerir e fiscalizar a contratação e utilização do material adquirido, receber as faturas, conferir com os dados dos serviços as serem executados, através do sistema de gerenciamento e atestar sua conformidade, submetendo à ratificação da Unidade Gestora.

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS/INTERDEPENDENTES

11.1. Não há contratações correlatas e/ou interdependentes para esse processo.

12. IMPACTOS AMBIENTAIS

12.1. Considerando a natureza do objeto, não há impactos ambientais relevantes a serem discutidos neste estudo. Pode-se apenas citar a possibilidade de veiculação de material impresso, o qual é passível de reciclagem.

13. VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

13.1. Diante das considerações aqui feitas considera-se que o objeto do presente ETP é viável, uma vez que atinge as dimensões esperadas de eficácia, efetividade, eficiência e economicidade.

13.2. Assim, avaliamos que a presente contratação é viável em todos os aspectos, havendo previsão orçamentária alocada para esse fim e sendo o objeto da contratação compatível com as competências institucionais da Assessoria de Comunicação.

13.3. Importante ressaltar que a Assessoria de Comunicação observa rigorosamente todos os dispositivos legais e normativos relativos à matéria. Que as atividades de gestão e fiscalização da execução contratual são realizadas de forma preventiva, rotineira e sistemática, de forma a garantir o fiel cumprimento às cláusulas contratuais e diretrizes estabelecidas, bem como aferir a qualidade dos serviços prestados, considerando o nível técnico dos trabalhos e os resultados concretos dos esforços de comunicação, da diversificação dos serviços e dos benefícios decorrentes da política de preços praticada, com a finalidade de aquilatar a necessidade de solicitar à Contratada que melhore a qualidade dos serviços prestados e para decidir sobre a conveniência de renovar ou não a contratação.

14. RESPONSÁVEIS

14.1. Gestor: Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva, Matrícula: 2006781

14.2. Administrativo: Lucienne Santos da Silva, Matrícula: 2223725

São Luís–MA, em **18** de **fevereiro** de **2025**.

Maria do Socorro Boaes Barbosa Silva
Chefe da Assessoria de Comunicação

Documento assinado eletronicamente por **Maria do Socorro Boaes Silva**, **Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 18/02/2025, às 15:48, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0163127** e o código CRC **B15A5220**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

AVISO

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO

AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE-MA (UASG 453747)

Proc. SEI nº 0000873.110000950.0.2025 Objeto: Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da DPE. **Abertura: dia 27/05/2025, às 9:00h (nove horas),** horário de Brasília-DF. Local: na sala de reuniões da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, situada na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696. Informações: Comissão Especial de Contratação, no endereço supracitado. O Edital está à disposição nos sites: https://pncp.gov.br/app/editais e defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes. São Luís, 27/03/2025- Comissão de Contratação Especial DPE-MA.

Documento assinado eletronicamente por **Anunciação de Maria C. Barbosa**, **Chefe da Comissão Permanente de Contratação**, em 27/03/2025, às 10:59, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0177784** e o código CRC **FD7B901D**.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

OFÍCIO

Ofício nº 019/2025-CPC/DPE-MA

À Senhora

Tereza Raquel Brito Bezerra Fialho
GESTORA DO DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO

Prezada Senhora,

Encaminhamos a Vossa Senhoria, para que seja publicado no Diário Oficial, edição do Caderno de Terceiros o(s) documento(s) listado(s) abaixo:

1. AVISO DE LICITAÇÃO – CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE-MA (UASG 453747).

Cordiais saudações,

São Luís, 26 de março de 2025
Comissão Permanente de Contratação

Documento assinado eletronicamente por **Anunciação de Maria C. Barbosa**, **Chefe da Comissão Permanente de Contratação**, em 27/03/2025, às 11:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0177796** e o código CRC **92430FD0**.

Edital nº 0001/2025

Última atualização 27/03/2025

Local: São Luís/MA **Órgão:** ESTADO DO MARANHAO - DEFENSORIA PUBLICA DO ESTADO DO MARANHAO

Unidade compradora: 453747 - DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

Modalidade da contratação: Concorrência - Presencial **Amparo legal:** Lei 14.133/2021, Art. 28, II **Tipo:** Edital

Modo de disputa: Fechado **Registro de preço:** Não

Data de divulgação no PNCP: 27/03/2025 **Situação:** Divulgada no PNCP

Data de início de recebimento de propostas: 31/03/2025 08:00 (horário de Brasília)

Data fim de recebimento de propostas: 27/05/2025 09:00 (horário de Brasília)

Id contratação PNCP: 00820295000142-1-000017/2025 **Fonte:** Compras.gov.br

Justificativa da Modalidade Presencial:

A justificativa para a adoção da modalidade presencial na presente Concorrência fundamenta-se na insuficiência técnica do Sistema ComprasNET, o qual, até o presente momento, não se encontra plenamente parametrizado para condução do certame na forma eletrônica.

Objeto:

Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do M

Informação complementar:

Em caso de discordância existente entre as especificações do objeto deste Pregão descritas no Comprasnet e aquelas constantes no Termo de Referência, prevalecerão as do Termo de Referência.

VALOR TOTAL ESTIMADO DA COMPRA

R$ 1.000.000,00

Itens Arquivos Histórico

Nome	Data	Tipo	Baixar
45374703900012025000	27/03/2025	Edital	

Exibir: 5 | 1-1 de 1 itens | Página: 1

Voltar

PORTAL NACIONAL DE CONTRATAÇÕES PÚBLICAS

Criado pela Lei nº 14.133/21, o Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) é o sítio eletrônico oficial destinado à divulgação centralizada e obrigatória dos atos exigidos em sede de licitações e contratos administrativos abarcados pelo novel diploma.

É gerido pelo Comitê Gestor da Rede Nacional de Contratações Públicas, um colegiado deliberativo com suas atribuições estabelecidas no Decreto nº 10.764, de 9 de agosto de 2021.

O desenvolvimento dessa versão do Portal é um esforço conjunto de construção de uma concepção direta legal, homologado pelos indicados a compor o aludido comitê.

A adequação, fidedignidade e corretude das informações e dos arquivos relativos às contratações disponibilizadas no PNCP por força da Lei nº 14.133/2021 são de estrita responsabilidade dos órgãos e entidades contratantes.

https://portaldeservicos.gestao.gov.br

0800 978 9001

AGRADECIMENTO AOS PARCEIROS

BID Banco Interamericano de Desenvolvimento

Enap Escola Nacional de Administração Pública

Serpro

SEBRAE

Texto destinado a exibição de informações relacionadas à **licença de uso**.

Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais

Divulgação de Compras

Licitação
Dispensa/Inexigibilidade
Pedido de Cotação Eletrônica

Ambiente: PRODUCAO

Alterar/Excluir Aviso de Licitação

26/03/2025 11:05:26

O Aviso de Licitação foi incluído.

Órgão: 94140 - DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

UASG Responsável: 453747 - DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

Modalidade de Licitação	Nº da Licitação	Característica	Forma de Realização	Modo de Disputa
Concorrência	90001/2025	Tradicional	Presencial	Fechado

Lei: Lei nº 14.133/2021

Critério de Julgamento: Técnica e Preço

Tipo de Objeto: Serviços Técnicos especializados de naturez

Nº do Processo: 0000873.11000095(

Valor Total da Compra (R$): 1.000.000,00

Quantidade de Itens: 1

Objeto:

Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do M

Divulgação do Aviso de Licitação

* Data da Divulgação: 26/03/2025

* CPF do Responsável	* Nome	* Função
010.953.843-92	RAIMUNDO EDUARDO DA SILVA FARIAS	Apoio

Disponibilidade do Edital

* Data da Disponibilidade do Edital: A partir de 31/03/2025

Período da Disponibilidade do Edital: * Das 08:00 * às 12:00 e das 14:00 às 17:00

Endereço

* Logradouro	Bairro
Avenida Junior Coibras S/n Renascença Ii	Renascença Ii

* Código do Município	* Município/UF	DDD	Telefone	Ramal	Fax
9210	São Luís/MA	98	32213061	3061	

Abertura da Licitação

* Data/Hora da Abertura da Licitação: Em 27/05/2025 às 09:00

Copiar Endereço da Disponibilidade do Edital

Endereço

* Logradouro	Bairro
Avenida Junior Coibras S/n Renascença Ii	Renascença Ii

* Código do Município	* Município/UF	DDD	Telefone	Ramal	Fax
9210	São Luís/MA	98	32213061	3061	

Salvar Aviso | Excluir Aviso | Disponibilizar apenas para Divulgação

(*) Campo de preenchimento obrigatório.

Solução SERPRO

Anexo / Disponibilização da Divulgação do Aviso (0178646) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 382

Procedimento Licitatório

Em processamento

CNPJ Procedimento	00820295000142
Id Procedimento	CP0001/2025DPEMA
ID da Contratação Pncp	00820295000142-1-000017/2025
Número do Procedimento	1
Ano do Procedimento	2025
Tipo de Procedimento	CP
Número do Processo	0000873.110000950.0
Ano do Processo	2025
Data Publicação	27/03/2025
Fundamentação	Lei 14.133/2021, Art. 28, II
Critério	3
Finalidade	4
Sistema Pregão	www.compras.gov.br
Regime Execução	2
Objeto	Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda.
CPF da Autoridade	05211971477
Data Sessão	27/05/2025
Sigiloso	N
Valor Estimado	1000000
Instrumento Convocatório	DOWNLOAD

FECHAR

Preços para aquisição de

03-26

RELAÇÃO DE ITENS - CONCORRÊNCIA Nº 90001/2025-000

1 - Itens da Licitação

1 - Propaganda e Publicidade

Descrição Detalhada: O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO.

Tratamento Diferenciado: Não

Aplicabilidade Decreto 7174/2010: Não

Quantidade Total: 1

Critério de Julgamento: Técnica e Preço **Critério de Valor:** Valor Estimado

Valor Total (R$): 1.000.000,00

Unidade de Fornecimento: UNIDADE

Local de Entrega (Quantidade): São Luís/MA (1)

Anexo Relação de Itens - Concorrência (0178652) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 384

Sistema Integrado de Administração de Serviços Gerais

Divulgação de Compras

Licitação
Dispensa/Inexigibilidade
Pedido de Cotação Eletrônica

Ambiente: PRODUÇÃO

Disponibilizar Aviso de Licitação apenas para Divulgação

27/03/2025 10:56:26

Este Aviso de Licitação será Divulgado no Portal Nacional de Contratações Públicas - PNCP e no gov.br/compras (www.gov.br/compras) na data de 27/03/2025. A publicação do extrato do Edital no Diário Oficial do Ente Federado é de responsabilidade do órgão, por meio do envio da matéria à Imprensa, em cumprimento ao disposto no §1º do art. 54 da Lei 14.133/2021. IMPORTANTE: O resultado das Licitações Presenciais da Lei 14.133/2021, MP 1.221/2024 ou Lei 14.981/2024 , deve ser incluído no Novo Divulgação de Compras.

Resumo do Aviso de Licitação

Órgão: 94140 - DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

UASG Responsável: 453747 - DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

Modalidade de Licitação: Concorrência

Nº da Licitação: 90001/2025

Característica: Tradicional

Forma de Realização: Presencial

Modo de Disputa: Fechado

Lei: Lei nº 14.133/2021

Critério de Julgamento: Técnica e Preço

Tipo de Objeto: Serviços Técnicos especializados de naturez

Id contratação PNCP: 00820295000142-1-000017/2025

Nº do Processo: 0000873.11000095(

Quantidade de Itens: 1

Objeto:

Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do M

Data da Divulgação: 27/03/2025

Data da Disponibilidade do Edital: A partir de 31/03/2025 às 08:00

Data/Hora da Abertura da Licitação: Em 27/05/2025 às 09:00

Número da contratação do novo Divulgação de Compras

UASG da Contratação: 453747

Número da Contratação: 0001

Ano da Contratação: 2025

Disponibilizar apenas para Divulgação

Aviso de Licitação

Solução SERPRO

Anexo / Divulgação de Disponibilização (0178662) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 385

to (Nuvem e Data Center), armazenamento (Nuvem), monitoramento 24 horas, 7 dias por semana, contingências e redundâncias, backup diário, semanal, mensal e anual, segurança da informação, atendimento de incidentes níveis 1 e 2, gerência de mudanças, garantia de performance e disponibilidade do ambiente, com modelo de Licenças Perpétuas com códigos fontes, incluindo manutenção corretiva, adaptativa e evolutiva, bem como treinamento da equipe assistencial e multidisciplinar da Central de Regulação desta Secretaria de Estado da Saúde. A Pregoeira Oficial da Secretaria de Estado da Saúde, comunica que a sessão marcada para o dia: **28/03/2025** às 09h00min (horário de Brasília); não será realizada, estando **SUSPENSA** até ulterior deliberação. **Local:** Site do Portal de Compras do Governo Federal (https://www.gov.br/compras/pt-br/) e www.csl.saude.ma.gov.br, **Informações:** Comissão Permanente de Licitação – CSL, localizado na Av. Professor Carlos Cunha, s/n, Jaracaty, São Luís/MA. CEP: 65.076-820; **E-mail:** licitases@saude.ma.gov.br e **Fones:** (98) 3198-5558 e 3198-5559, edital disponível no site: www.saude.ma.gov.br/csl. São Luís - MA, 25 de março de 2025. **Chrisane Oliveira Barros Presidente da CPC/SES.**

SECRETARIA DE ESTADO DE INDÚSTRIA E COMÉRCIO

ESPÉCIE: EXTRATO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO. **PROCESSO: Nº 202523010100133-SEINC**. **PARTES:** Estado do Maranhão por intermédio da Secretaria de Estado de Indústria e Comércio - SEINC, inscrita no CNPJ sob o nº 05.032.043/0001-72, neste ato representada por seu Secretário de Estado de Indústria e Comércio, o **Sr**. **ANTÔNIO DA CRUZ FILGUEIRA JÚNIOR**, inscrito no CPF sob o nº 354.917.443-87 e a Empresa **KAIRÓS COMÉRCIO E SERVIÇOS DE MANUTENÇÃO EM MOTORES LTDA.,** inscrita no CNPJ/MF sob o nº 09.100.077/002-99, neste ato representada por seu diretor comercial o **Sr**. **JOSÉ DE RIBAMAR ARAÚJO CIRQUEIRA**, inscrito no CPF sob o nº. 437.710.413-68 e sua diretora financeira a **Sra**. **ALZENIRA CIRQUEIRA COELHO**, inscrita no CPF sob o nº 334.803.113-34.**OBJETO:** Solicitação de reserva de área no Distrito Industrial de São Luís - MA, para implantação de empreendimento. **MODALIDADE DA LICITAÇÃO:** Inexigibilidade de Licitação. **FUNDAMENTAÇÃO LEGAL:** Artigo 25 da Lei Federal nº 8.666/1993. **RATIFICAÇÃO:** Antônio da Cruz Filgueira Júnior, 25/03/2025 São Luís (MA), aos vinte e cinco dias do mês de março do ano de dois mil e vinte e cinco. SEINC.Atenciosamente, **Bruna Romênia Lima de Carvalho** Agente de Contratação Portaria n° 019/2025-GAB/SEINC.

ESPÉCIE: EXTRATO DE INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO. **PROCESSO: Nº 202423010101026-SEINC**. **PARTES:** Estado do Maranhão por intermédio da Secretaria de Estado de Indústria e Comércio - SEINC, inscrita no CNPJ sob o nº 05.032.043/0001-72, neste ato representada por seu Secretário de Estado de Indústria e Comércio, o **Sr**. **ANTÔNIO DA CRUZ FILGUEIRA JÚNIOR**, inscrito no CPF sob o nº 354.917.443-87 e a Empresa **POSTO MAIS BALSAS LTDA.,** inscrita no CNPJ/MF sob o nº 28.520.862/0001-64, neste ato representada por seu sócio administrador o **Sr**. **TITO GLAUCO DE MENEZES VALENÇA NETO**, inscrita no CPF sob o nº. 086.806.684-27.**OBJETO:** Solicitação de reserva de área no Parque Empresarial de Timon - MA, para implantação de empreendimento. **MODALIDADE DA LICITAÇÃO:** Inexigibilidade de Licitação. **FUNDAMENTAÇÃO LEGAL:** Artigo 25 da Lei Federal nº 8.666/1993. **RATIFICAÇÃO:** Antônio da Cruz Filgueira Júnior, 25/03/2025 São Luís (MA), aos vinte e cinco dias do mês de março do ano de dois mil e vinte e cinco. SEINC Atenciosamente, **Bruna Romênia Lima de Carvalho** Agente de Contratação Portaria n° 019/2025-GAB/SEINC.

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE-MA (UASG 453747) Proc. SEI nº 0000873.110000950.0.2025 Objeto: Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da DPE. **Abertura: dia 27/05/2025, às 9:00h (nove horas),** horário de Brasília-DF. Local: na sala de reuniões da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, situada na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696. Informações: Comissão Especial de Contratação, endereço supracitado. O Edital está à disposição nos sites: https://pncp.gov.br/app/editais e defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes. São Luís, 27/03/2025-Comissão de Contratação Especial DPE-MA.

EMPRESA MARANHENSE DE SERVIÇOS HOSPITALARES – EMSERH

AVISO DE LICITAÇÃO. LICITAÇÃO ELETRÔNICA Nº 058/2025 - CL/EMSERH. PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 2024.110215. 33663- EMSERH. OBJETO: Registro de Preços para contratação de empresa especializada em serviço de locação de ambulância, com condutores socorristas, equipe médica e sem combustível, com quilometragem livre, incluindo seguro total, manutenção corretiva e preventiva, licenciamentos, dotada de equipamentos e materiais médicos de acordo com as normas estipuladas e demais despesas relacionadas, para atender às necessidades operacionais das unidades de saúde administradas pela Empresa Maranhense de Serviços Hospitalares – EMSERH. **CRITÉRIO DE JULGAMENTO:** Menor Preço Por Lote. **DATA DA ABERTURA:** 25/04/2025 às 09h00min, horário de Brasília-DF. **Local de Realização**: www.licitacoes-e.com.br. Edital e demais informações disponíveis em www.emserh.ma.gov.br e www.licitacoes-e.com.br. **Licitação ID nº 1067689.** Informações adicionais serão prestadas na CL/EMSERH localizada, na Av. Borborema, Qd-16, n° 25, Bairro do Calhau, São Luís/MA, pelos e-mails **csl.emserh.ma@gmail.com** e/ou **vanessaleite.cslemserh@gmail.com**, ou pelo **Telefone (98) 3235-7333**. São Luís (MA), 27 de março de 2025. **Vanessa Leite Maranhão.** Agente de Licitação da EMSERH. Matricula n° 12.482.

CÂMARA MUNICIPAL DE ICATU - MA

AVISO DE DISPENSA DE LICITAÇÃO Nº 006/2025. A Câmara Municipal de Icatu/MA, através da Comissão Permanente de Licitação torna público para conhecimento dos interessados, que fará realizar, sob a égide da Lei nº 14.133/21 e suas alterações posteriores, licitação na modalidade Dispensa de Licitação na sua Forma Eletrônica, do tipo Menor Preço Global, sob o Regime de Empreitada por Preço Unitário, visando a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de dedetização e controle de pragas visando atender necessidades da câmara municipal de ICATU – MA. ABERTURA: 03 DE ABRIL DE 2025 ÀS 14H00MIN, através da plataforma: HTTPS://BNC.ORG.BR. Demais informações no e-mail licitacaocamaraicatu@gmail.com. Icatu/MA, 27 de março de 2025. Nilton Mendes da Silva Agente de Contratação.

PREFEITURA MUNICIPAL DE AMARANTE DO MARANHÃO

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA N° 001/2025 - A Prefeitura Municipal de Amarante do Maranhão/MA, com sede na Av. Deputado La Rocque, 1229, Centro – Amarante do Maranhão/MA, através do seu Agente de Contratação, instituído pela Portaria nº 043/2024 - GAP de 06 de janeiro de 2025, torna público que, com base na Lei Federal n°

Anexo / Aviso de Licitação no DOE (0178915) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 386

GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO
SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE
COMISSÃO PERMANENTE DE CONTRATAÇÃO
AVISO DE SUSPENSÃO

Processo Administrativo SEI nº 2024.110222.23901
Processo SIGA: SES/00073/2024
Pregão Eletrônico nº 05/2025-SES

Objeto: " Contratação de empresa especializada na prestação de serviço em software de: fornecimento e implantação de Plataforma de Regulação em Saúde, onde a plataforma é no modelo SaaS (software as a service), onde deverá contar com a prestação de serviço de infraestrutura, contendo processamento (Nuvem e Data Center), armazenamento (Nuvem), monitoramento 24 horas, 7 dias por semana, contingências e redundâncias, backup diário, semanal, mensal e anual, segurança da informação, atendimento de incidentes níveis 1 e 2, gerência de mudanças, garantia de performance e disponibilidade do ambiente, com modelo de Licenças Perpétuas com códigos fontes, incluindo manutenção corretiva, adaptativa e evolutiva, bem como treinamento da equipe assistencial e multidisciplinar da Central de Regulação desta Secretaria de Estado da Saúde. A Pregoeira Oficial da Secretaria de Estado da Saúde, comunica que a sessão marcada para o dia: **28/03/2025** às 09h00min (horário de Brasília); não será realizada, estando **SUSPENSA** até ulterior deliberação. **Local**: Site do Portal de Compras do Governo Federal (https://www.gov.br/compras/pt-br/) e www.csl.saude.ma.gov.br, **Informações:** Comissão Permanente de Licitação – CSL, localizado na Av. Professor Carlos Cunha, s/n, Jaracaty, São Luís/MA. CEP: 65.076-820; **E-mail:** licitases@saude.ma.gov.br e **Fones:** (98) 3198-5558 e 3198-5559, edital disponível no site: www.saude.ma.gov.br/csl.

São Luís - MA, 25 de março de 2025
Chrisane Oliveira Barros
Presidente da CPC/SES

ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE DOM PEDRO

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO Nº 007/2025

A Prefeitura Municipal de Dom Pedro – MA, torna público para o conhecimento dos interessados, que fará realizar, sob a égide da Lei n.º 14.133/2021 e suas alterações posteriores, da Lei Complementar n.º 123/2006 e de outras normas aplicáveis ao objeto deste certame, licitação na modalidade Pregão Eletrônico, do tipo Menor Preço Por Item, objetivando o Registro de preços para aquisição de água mineral para atender as necessidades da Prefeitura Municipal de Dom Pedro/MA. A sessão será realizada através do Portal Br Conectados, pelo endereço eletrônico http://www.comprasdompedro.com.br/, com data de abertura agendada para 11 de abril de 2025 às 08:30. O edital e seus anexos encontram-se disponíveis no Portal da Transparência do Município pelo endereço www.dompedro.ma.gov.br, ou ainda pelo endereço Portal Br Conectados, http://www.comprasdompedro.com.br/ e ainda no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP).

Dom Pedro - MA, 31 de março de 2025.

Sônia Lúcia Lopes Feitosa Machado
Secretária Municipal de Administração e Finanças

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO ANTÔNIO DOS LOPES/MA

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇO nº 15/2025. AVISO DE LICITAÇÃO - A Prefeitura Municipal de Santo Antônio dos Lopes/MA torna público que realizara licitação na modalidade Pregão Eletrônico para registro de preços nº 15/2025, tipo menor preço. Objeto: Formação de Registro de Preços tendo por objeto Contratação de empresa especializada para Aquisição de Medicamentos e Insumos Hospitalares para abastecimento do Hospital Público Municipal - Unidade Mista Dr. Zerbini, Farmácia Básica do Município, Centro de Atenção Psicossocial - CAPS e as Unidades Básicas de Saúde vinculadas à Secretaria Municipal de Saúde e Saneamento de Santo Antônio dos Lopes/MA, de acordo com edital e anexos. DATA: 11/04/2025 HORÁRIO: 08h:30min (oito horas e trinta minutos), EDITAL: O Edital e seus anexos estão à disposição dos interessados no endereço eletrônico: https://www.portaldecompraspublicas.com.br/18/; https://www.gov.br/pncp/pt-br; https://www.stoantoniodoslopes.ma.gov.br/avisos e pelo e-mail: cclsal2025@gmail.com. Informações podem ser obtidas na Comissão de Contratação de Licitação pelo e-mail: (cclsal2025@gmail.com). BASE LEGAL: Lei n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, decreto municipal 004/2025 de 02 de janeiro de 2025, decreto municipal 005/2025 de 27 de março de 2025 e outras normas aplicáveis. Santo Antônio dos Lopes/MA, 27 de março de 2025. **Blenda Cristina Costa Araújo** – Secretaria Municipal de Saúde e Saneamento.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO ANTÔNIO DOS LOPES/MA

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇO nº 17/2025. AVISO DE LICITAÇÃO - A Prefeitura Municipal de Santo Antônio dos Lopes/MA torna público que realizara licitação na modalidade Pregão Eletrônico para registro de preços nº 17/2025, tipo menor preço. Objeto: Formação de registro de preço para futura contratação de empresa para locação de tratores de pneus junto a Secretaria Municipal de Agricultura, Pecuária e Abastecimento Município de Santo Antônio dos Lopes - MA de acordo com edital e anexos. DATA: 15/04/2025 HORÁRIO: 10h:30min (dez horas e trinta minutos), EDITAL: O Edital e seus anexos estão à disposição dos interessados no endereço eletrônico: https://www.portaldecompraspublicas.com.br/18/; https://www.gov.br/pncp/pt-br; https://www.stoantoniodoslopes.ma.gov.br/avisos e pelo e-mail: cclsal2025@gmail.com. Informações podem ser obtidas na Comissão de Contratação de Licitação pelo e-mail: (cclsal2025@gmail.com). BASE LEGAL: Lei n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, decreto municipal 004/2025 de 02 de janeiro de 2025, decreto municipal 005/2025 de 02 de janeiro de 2025 e outras normas aplicáveis. Santo Antônio dos Lopes/MA, 27 de março de 2025. **Elias Luís de Carvalho Bisneto**, Secretário Municipal de Agricultura.

AZEITÃO

PREGÃO ELETRÔNICO N° 90002/2025 - PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 025/2025

AVISO DE LICITAÇÃO

INTERESSADO: São Domingos do Azeitão/MA.
OBJETO: Registro de preços para eventual e futura aquisição de materiais de consumo e expediente para suprir as necessidades das diversas secretarias do Município de São Domingos do Azeitão/MA.
1. MODALIDADE: PREGÃO, em sua forma ELETRÔNICO, do tipo MENOR PREÇO
2. ENVIO DA PROPOSTA/DOCUMENTAÇÃO: Do dia 31/03/2025, às 08h00min. ao dia 15/04/2025 às 08h59min. Horário de Brasília/DF.
3. ABERTURA DAS PROPOSTAS/SESSÃO PÚBLICA: Dia 15/04/2025 às 09h00min. Horário de Brasília/DF.
4. FONTE DE RECURSOS: RECURSOS FEDERAIS E ORDINÁRIOS.
5. ORÇAMENTO SIGILOSO (X) SIM ( ) NÃO
OBTENÇÃO DO EDITAL: O Edital poderá ser obtido ou consultado na nos seguintes endereços eletrônicos: Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), no https://www.gov.br/compras/, no sítio eletrônico da Prefeitura Municipal de São Domingos do Azeitão/MA: https://saodomingosdoazeitao.ma.gov.br/. Mais informações poderão ser consultadas e obtidas através do e-mail da Comissão de Contratação: cpl.saodomingosdoazeitao@gmail.com.

São Domingos do Azeitão/MA, 28 de março de 2025.

EFISSON GOMES PEREIRA
Secretário Municipal de Administração e Recursos Humanos

CIEMA Centro das Indústrias do Estado do Maranhão

CIEMA - CENTRO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO MARANHÃO.

AVISO

O CIEMA, é uma entidade civil de direito privado, sem fins lucrativos, apartidária, inscrita no CNPJ n°. 06.296.479/0001-31, através de seu Presidente, Claudio Donisete Azevedo, no uso de suas atribuições estatutárias, convida seus filiados para participarem de Assembleia Geral Extraordinária, que será realizada no dia 07 de abril de 2025, as 15 horas, em primeira convocação, e as 15h30min, em segunda convocação, em sua sede situada na Av. Jeronimo de Albuquerque, s/nº, 3º andar, Casa da Indústria Senador Albano Franco, nesta capital, mediante as disposições contidas no artigo 17 do Estatuto para deliberar quanto a seguinte ordem: a) Alteração do Estatuto Social: Discussão e aprovação das modificações propostas no Estatuto Social desta Entidade. As propostas de alteração estatutária poderão ser consultadas pelos associados na sede do CIEMA ou solicitadas/encaminhadas por e-mail (ciema.org@gmail.com), no período de 31 de março a 04 de abril de 2025, durante o horário de expediente; b) Outros assuntos de interesse dos associados, conforme as disposições contidas no artigo 16, III, do Estatuto. A presença de todos é de fundamental importância, especialmente para a aprovação das alterações propostas no Estatuto Social. Fica desde já esclarecido que, conforme estabelecido no Estatuto Social, a presença dos associados será registrada para fins de quórum e votação.

São Luís/MA, 31 de março de 2025.

Claudio Donisete Azevedo.
Presidente do CIEMA.

DEFENSORIA PÚBLICA do Estado do Maranhão

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO
AVISO DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL
Nº 90001/2025-DPE-MA (UASG 453747)

Proc. SEI nº 0000873.110000950.0.2025 Objeto: Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da DPE. **Abertura: dia 27/05/2025, às 9:00h (nove horas)**, horário de Brasília-DF. Local: na sala de reuniões da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, situada na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696. Informações: Comissão Especial de Contratação, endereço supracitado. O Edital está à disposição nos sites: https://pncp.gov.br/app/editais e defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes. São Luís, 27/03/2025- Comissão de Contratação Especial DPE-MA.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE JUSCELINO-MA

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO N º 004/2025

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO ELETRÔNICO 004-2025: A Prefeitura Municipal de Presidente Juscelino/MA, através da Secretaria Municipal de Administração por força do Decreto 002/2021, torna público para conhecimento dos interessados, que fará realizar, sob a égide da Lei Nº 14.133/2021, da Lei Complementar Nº 123/2006 e Decreto Municipal Nº 71 de 22 de Março de 2024, que Licitação na modalidade Pregão Eletrônico sob o nº. 004/2025, regime de execução tipo menor preço por item, tendo por OBJETO: AQUISIÇÃO DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO PARA ATENDER A DEMANDA DE DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE JUSCELINO - MA. A realização da sessão será no dia 14 de Abril de 2025 - às 09h00 no endereço eletrônico: www.portaldecompraspublicas.com.br. O Edital completo está disponível para consulta e retirada nos endereços eletrônicos: www.portaldecompraspublicas.com.br e https://presidentejuscelino.ma.gov.br/portal/portal-editais-licitacao-local. Maiores informações poderão ser obtidas pelo e-mail cplpj@hotmail.com.

Presidente Juscelino/MA, 31 de Março de 2025.

MAURO RICARDO SILVA CARDOSO
Secretário Municipal de Administração

ESTADO DO MARANHÃO
Prefeitura Municipal de Humberto de Campos

AVISO DE ADIAMENTO LICITAÇÃO
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 016/2025
CONCORRÊNCIA ELETRÔNICA Nº 001/2025– CPL/PMHC

A Prefeitura Municipal de Humberto de Campos – MA, localizada na Praça Dr. Leôncio Rodrigues, 136, Centro – Humberto de Campos - MA, CNPJ: 06.222.616/0001-93, comunica aos interessados que, ficará ADIADA a licitação na modalidade Concorrência Eletrônica nº 001/2025 para o dia 11/04/2025 às 09h00, horário de Brasília, no site https://www.licitahumbertodecampos.com.br/, objetivando a "Contratação de empresa especializada em serviços de engenharia para a construção do prédio da Escola Municipal Marcelino Freitas na zona rural do Município Humberto De Campos – MA." conforme quantidades e especificações contidas no Termo de Referência, Anexo I do edital.
O Edital pode ser consultado na Comissão Permanente de Licitação-CPL, em dias úteis, segunda à sexta-feira, nos horários das 08:00h às 12:00h e das 14:00h às 18:00h, também encontra-se a disposição dos interessados nos sites: site https://www.licitahumbertodecampos.com.br/, https://www.humbertodecampos.ma.gov.br e ww.tce.ma.gov.br. Qualquer modificação no Edital será divulgada no site: site https://www.licitahumbertodecampos.com.br/, ficando as empresas interessadas em participar do certame obrigadas a acessá-lo, diariamente, para obtenção das informações prestadas.

Humberto de Campos (MA), 28 de março de 2025.

Israel Andrade Cantanhede
Agente de Contratação

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTO ANTÔNIO DOS LOPES/MA

PREGÃO ELETRÔNICO PARA REGISTRO DE PREÇO nº 16/2025. AVISO DE LICITAÇÃO - A Prefeitura Municipal de Santo Antônio dos Lopes/MA torna público que realizara licitação na modalidade Pregão Eletrônico para registro de preços nº 16/2025, tipo menor preço. Objeto: Formação de registro de preço para futura contratação de empresa para locação de veículos e maquinas pesadas junto a Secretaria Municipal de Obras, Habitação e Urbanismo Município de Santo Antônio dos Lopes - MA de acordo com edital e anexos. DATA: 15/04/2025 HORÁRIO: 09h:30min (nove horas e trinta minutos), EDITAL: O Edital e seus anexos estão à disposição dos interessados no endereço eletrônico: https://www.portaldecompraspublicas.com.br/18/; https://www.gov.br/pncp/pt-br; https://www.stoantoniodoslopes.ma.gov.br/avisos e pelo e-mail: cclsal2025@gmail.com. Informações podem ser obtidas na Comissão de Contratação de Licitação pelo e-mail: (cclsal2025@gmail.com). BASE LEGAL: Lei n.º 14.133, de 1º de abril de 2021, decreto municipal 004/2025 de 02 de janeiro de 2025, decreto municipal 005/2025 de 02 de janeiro de 2025 e outras normas aplicáveis. Santo Antônio dos Lopes/MA, 27 de março de 2025. **Leandro da Silva Oliveira,** Secretário Municipal de Obras, Habitação e Urbanismo.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGO DO JUNCO – INOVAÇÃO, TRABALHO E TRANSPARÊNCIA

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E PLANEJAMENTO
CNPJ: 06.460.026/0001-07

MATERIA SEM EFEITO

A SECRETÁRIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO E PLANEJAMENTO, no uso de suas atribuições legais, torna público para conhecimento dos interessados que decidiu tornar sem efeito a PUBLICAÇÃO DO AVISO DE LICITAÇÃO DO PE 011-2025, Tendo por objeto Registro de Preços para futura e eventual Contratação de pessoa (s) jurídica (s) para prestação de serviços de Confecção e Impressão de Material Gráfico e Personalizados de interesse do Município de Lago do Junco/MA, publicado no DOE-MA – Diário Oficial do Estado na data do dia 28 de março de 2025 no Caderno de Terceiros. Edição 058. N° Origem: 2067 e no O IMPARCIAL – Jornal de Grande circulação na edição XCVIII Nº 38623 SÃO LUÍS-MA, SEXTA-FEIRA, 28 DE MARÇO DE 2025 - **Marciana Katiucia Sipião De Sousa** - Secretária Municipal de Administração e Planejamento

---

ESTADO DO MARANHÃO
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL

AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO N° 010/2025 – CPL/ALEMA
PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 355550/2024 – ALEMA

OBJETO: Ata de Registro de Preço para contratação de empresa especializada em fornecimento de licenças dos softwares AutoCAD 3D Architecture Autodesk e REVIT BIM Autodesk, para atender as necessidades do Núcleo de Instalação Predial – NUIMP, da Assembleia Legislativa do Maranhão, situado na Avenida Jerônimo de Albuquerque, s/n, Sítio Rangedor, Cohafuma – São Luís – MA.

DATA DA ABERTURA: 16 de abril de 2025 às 09:00.

LOCAL DA ABERTURA: A sessão será realizada através do **Portal Licita ALEMA**, pelo endereço eletrônico **www.licitaalema.com.br**. Informações adicionais disponíveis em **www.al.ma.leg.br** e **www.licitaalema.com.br**.

São Luís (MA), 28 de março de 2025.

Gabriel Manzano Dias Marques
Pregoeiro

VALE

A Vale S.A. torna público que REQUEREU da Secretaria de Estado do Meio Ambiente e Recursos Naturais – SEMA, em 26/03/2025, a Renovação para o Uso de Água Subterrânea oriunda de 09 pontos de captação, situados no município de Alto Alegre do Pindaré, Estado do Maranhão, para fins de uso de manutenções ferroviárias, umectação de vias, obras civis e suporte às equipes de emergências ambientais, conforme dados constantes no processo 25030042002/2025.

Prefeitura Municipal de Monção
CNPJ: 06.190.243/0001-16
Praça Presidente Kennedy, s/nº, Centro – Monção/MA
CEP: 65.360-000

AVISO DE LICITAÇÃO. PREGÃO ELETRÔNICO Nº 007/2025 - SRP. Proc. Adm. nº 11132/2025. A Prefeitura Municipal de Monção – MA, por meio da Comissão de Contratação, torna público para o conhecimento dos interessados, que fará realizar, sob a égide da Lei nº 14.133/21, Decreto Municipal nº 038/21, Decreto Municipal nº 01/24, Lei Municipal nº 097/23, Lei Municipal nº 098A/24, da Lei Complementar nº 123/06 e de outras normas aplicáveis ao objeto deste certame, licitação na modalidade Pregão Eletrônico nº 007/2025 - SRP, do tipo Menor Preço, tendo por objeto o registro de preços para eventual e futura contratação de empresa(s) especializada(s) para prestação de serviços odontológicos especializados de modelagem, confecção e implantação de próteses dentárias sob medida, para atenderem as demandas da Secretaria Municipal de Saúde de Monção/MA. **A** sessão será realizada através do Portal Licitanet, pelo endereço eletrônico https://www.licitanet.com.br/, com data de abertura para 15 de abril de 2025 às 09:00 horas. O edital e seus anexos encontram-se disponíveis à disposição dos interessados no endereço em supra, de 2ª a 6ª feira, de 8h às 13h onde poderão ser consultados gratuitamente ou obtido mediante apresentação de pen-drive, bem como pela internet através do Portal da Transparência do Município no endereço www.moncao.ma.gov.br/,https://transparencia.moncao.ma.gov.br/Default.aspx?AcessoIndividual=lnkLicitacoes, no endereço Portal de Compras Licitanet: https://www.licitanet.com.br/, no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) https://www.gov.br/pncp/pt-br, no Sistema de Informações de Controle – SINC do Tribunal de Contas do Estado do Maranhão (TCE-MA). Informações adicionais: pelo email prefeituramoncaoccl@hotmail.com ou pelo telefone (98) 99146-1630. Monção - MA, 19 de março de 2025. **Jose Henrique de Araujo Silva** - Secretário Municipal de Saúde - Portaria GP nº 02/2025.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE JUSCELINO-MA

ATO AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO N º 005/2025

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO ELETRÔNICO 005-2025: A Prefeitura Municipal de Presidente Juscelino/MA, através da Secretaria Municipal de Administração por força do Decreto 002/2021, torna público para conhecimento dos interessados, que fará realizar, sob a égide da Lei Nº 14.133/2021, da Lei Complementar Nº 123/2006 e Decreto Municipal Nº 71 de 22 de Março de 2024, que Licitação na modalidade Pregão Eletrônico sob o nº. 005/2025, regime de execução tipo menor preço por item, tendo por OBJETO: AQUISIÇÃO DE MATERIAL DE LIMPEZA E DESCARTAVEL PARA ATENDER A DEMANDA DE DIVERSAS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE JUSCELINO - MA. A realização da sessão será no dia 14 de Abril de 2025 - às 11h00 no endereço eletrônico: www.portaldecompraspublicas.com.br. O Edital completo está disponível para consulta e retirada nos endereços eletrônicos: www.portaldecompraspublicas.com.br e https://presidentejuscelino.ma.gov.br/portal/portal-editais-licitacao-local. Maiores informações poderão ser obtidas pelo e-mail cplpj@hotmail.com.

Presidente Juscelino/MA, 31 de Março de 2025.

MAURO RICARDO SILVA CARDOSO
Secretário Municipal de Administração

PREFEITURA DE SÃO LUÍS
CENTRAL PERMANENTE DE LICITAÇÃO - CPL

AVISO DE LICITAÇÃO

PREGÃO ELETRÔNICO Nº. 90.040/2025/CPL/PMSL

A Central Permanente de Licitação da Prefeitura de São Luís, localizada na Rua dos Ouriços, Lote 11, Qd. 09, Calhau, São Luís – MA, comunica aos interessados que realizará licitação na modalidade **PREGÃO ELETRÔNICO Nº. 90.040/2025/CPL/PMSL**, no **dia 11/04/2025**, às **08h30min**, horário de Brasília, através do Processo Administrativo SEI n° 13101.004292/2024, objetivando **contratação de empresa especializada no fornecimento de absorventes higiênicos, externos e com abas para as pessoas que menstruam, regularmente matriculadas na Rede Municipal de Educação.** O Edital e seus anexos poderão ser obtidos gratuitamente por meio digital nesta Central, bem como pela internet, através do nosso endereço eletrônico www.saoluis.ma.gov.br/portal/editais/1 ou no site do Compras.gov: www.gov.br/compras/pt-br.

São Luís - MA, 28 de março de 2025.

ROSITA GRASIELA DIAS OLIVEIRA
Pregoeira - CPL/PMSL

CONSELHO REGIONAL DOS TÉCNICOS INDUSTRIAIS DA 2ª REGIÃO – CRT-02

AVISO DE LICITAÇÃO

Pregão Eletrônico SRP 90002/2025

Objeto: A presente Licitação na modalidade de Pregão Eletrônico SRP tem por objeto Registro de preços para prestação de serviços continuados, em regime de dedicação exclusiva de mão de obra, mediante disponibilização de posto de trabalho de operador de telemarketing, para atender às necessidades do Conselho Regional de Técnicos Industriais da 2ª Região - CRT-02, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.

Abertura dia 09/04/2025 às 09:30 h (horário de Brasília)

Local: www.gov.br/compras/pt-br/

Obtenção do edital: O edital e seus anexos estão à disposição dos interessados com vista franqueada no CONSELHO REGIONAL DOS TÉCNICOS INDUSTRIAIS DA 2ª REGIÃO – CRT-02, situado na Rua das Paparaubas, quadra 05, nº 24, Bairro São Francisco, Cep: 65076-000, São Luís -MA, e-mail: compras@crt02.gov.br, em dias úteis, no horário de 8h às 16h horas e através do site www.crt02.gov.br, bem como no site do www.gov.br/compras/pt-br/.

JOÃO BATISTA SOUZA
Presidente do CRT-02

GOVERNO DO ESTADO DO MARANHÃO
SECRETARIA DE ESTADO DE ADMINISTRAÇÃO PENITENCIÁRIA
COMISSÃO SETORIAL DE LICITAÇÃO – CSLIC
AVISO DE LICITAÇÃO
PREGÃO ELETRÔNICO N° 90006/2025-CSLIC/SEAP
PROCESSO SEI Nº 2023.560101.51914 – SEAP
(SIGA nº SEAP/00023/2024)

A Secretaria de Estado de Administração Penitenciária – SEAP, através de sua Comissão Permanente de Contratação, torna público aos interessados que realizará a licitação em epígrafe **NO DIA 16 DE ABRIL DE 2025 ÀS 14:30h**, pelo sítio eletrônico **www.comprasnet.gov.br**, cujo objeto trata da **contratação de empresa para prestação de serviço continuado de monitoramento eletrônico de monitorados(as) com fornecimento de dispositivos eletrônicos de monitoramento (tornozeleiras e botão de pânico) com tecnologia homologada na ANATEL**. O edital e seus anexos estão à disposição dos interessados nos sítios https://www.gov.br/compras/pt-br e http://seap.ma.gov.br/pregoes-online/, podendo, em caso de problemas nos sites acima, ser adquirido gratuitamente na CSLIC/SEAP, através dos e-mails: cslicseap@gmail.com ou cslic@seap.ma.gov.br, durante os dias úteis, das 08:00 às 12:00 horas e das 14:00 às 18:00 horas.

São Luís/MA, 27 de março de 2025.
LARISSA ARAGÃO CHAVES CAVALCANTE
Presidente da Comissão Permanente de Contratação - SEAP

Santander

EDITAL DE LEILÃO DE ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA
1º LEILÃO: 10 de abril de 2025, a partir das 10h20min
2º LEILÃO: 14 de abril de 2025, a partir das 14h20min (*horário de Brasília)

SOLD LEILÕES

Alexandre Travassos, Leiloeiro(a) Oficial, JUCESP nº 951, com escritório na Rua Sebastião Aniceto de Jesus Lins, 1177 – Jardim Elisa – Embu das Artes/SP, FAZ SABER a todos quanto o presente EDITAL virem ou dele conhecimento tiver, que levará a **PÚBLICO LEILÃO** de modo presencial e/ou online, nos termos da Lei nº 9.514/97, artigo 27 e parágrafos, autorizada pelo **Credor Fiduciário BANCO SANTANDER (BRASIL) S/A** - CNPJ nº 90.400.888/0001-42, nos termos da Cédula de Crédito Bancário, nº 0010386295, firmado em 23/08/2023, com o(s) **Fiduciante(s) VIVIAN PINHO GAMA**, maior, inscrito no CPF nº 036.119.413-79, no dia **10 de abril de 2025, a partir das 10h20min** em **PRIMEIRO LEILÃO**, com lance mínimo igual ou superior a **R$ 517.934,55 (Quinhentos e dezessete mil, novecentos e trinta e quatro reais e cinquenta e cinco centavos)**, **o imóvel matriculado sob nº 41.684 do 6º Oficial de Registro de Imóveis de Imperatriz/MA**, constituído pela Casa residencial nº 03, situada na Rua Minas Gerais, nº 814, Condomínio dos Ipês, Bairro Três Poderes, em Imperatriz/MA, com área real privativa de 107,54m² e área real total de 120,74m² e correspondente fração ideal de 0,062551. Cadastro Municipal: 21642. Venda em caráter "ad corpus" e no estado de conservação que se encontra. Consta conforme R.02 a alienação fiduciária em favor do Banco Santander (Brasil) S/A. Imóvel Ocupado. Caso não haja licitante em primeiro leilão, fica desde já designado o dia **14 de abril de 2025, a partir das 14h20min**, no mesmo local, para realização do **SEGUNDO LEILÃO**, com lance mínimo igual ou superior a **R$ 233.443,54 (Duzentos e trinta e três mil, quatrocentos e quarenta e três reais e cinquenta e quatro centavos)**, nos termos do art. 27, §2º da Lei 9.514/97). **O leilão presencial ocorrerá no escritório do Leiloeiro(a)**. **Os interessados em participar do leilão de modo on-line**, deverão se cadastrar no site na Loja SOLD LEILÕES (sold.superbid.net) e no SUPERBID EXCHANGE (www.superbid.net), e solicitar habilitação até 01 (uma) **hora do início do leilão**. **Outras informações no site do leiloeiro(a)**: Loja SOLD LEILÕES (sold.superbid.net) e no SUPERBID EXCHANGE (www.superbid.net) ou telefone (11) 4950.9602 ou e-mail imoveis.sac@superbid.net. (Dossiê 02.23608).

Anexo / Aviso no Jornal (0178918) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 387

COMPROVANTE DE PUBLICAÇÃO

Nº Processo:

Edital.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE/MA

Título.: AVISO DE LICITAÇÃO

Descrição.: contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

Arquivo.: AVISO DE LICITAÇÃO

Publicado em: 31/03/2025

Protocolo: **202503310920432600**
Impresso em:**31/03/2025 09:20:43**

ressaltou que ao trazer esse documento ao debate tem como objetivo defender o estatuto da empresa e garantir que todos os colaboradores tenham a oportunidade de exercer seu direito ao voto de forma livre e democrática, assegurando a legitimidade do processo eleitoral e a autonomia da empresa. Acredita que é fundamental investigar essas denúncias e tomar as medidas cabíveis para garantir a transparência e a lisura do processo. O **conselheiro Marcos Aurélio Alves Freitas** levantou um ponto crucial para a discussão. Identificando que estamos tratando de duas questões distintas e que é fundamental delimitá-las para uma análise mais precisa. Por um lado, temos um acordo estabelecido entre o sindicato e a empresa a respeito do processo eleitoral para o Conselho. Por outro lado, as questões levantadas pelo conselheiro Marcos Antonio Silva do Nascimento se referem a aspectos legais e à necessidade de adequar o estatuto da empresa às normas vigentes, o que deveria ter sido feito desde o início do processo eleitoral. Diante disso, concorda com a sugestão do conselheiro Marcos Antonio Silva do Nascimento em encaminhar o caso tanto para a Procuradoria Jurídica quanto para a Comissão Eleitoral, a fim de que ambas possam emitir seus pareceres sobre a questão. O **conselheiro Marco Andrade Novaes,** comentou que, inicialmente, a discussão se concentrava na necessidade de notificar a comissão eleitoral. Nesse caso, de fato, há um prazo administrativo a ser observado, que, segundo entende, varia entre 10 e 15 dias. Esse prazo, no entanto, ultrapassaria o limite estabelecido para o parecer do Comitê de Pessoas, Elegibilidade, Sucessão e Remuneração, fixado para o dia 6 de dezembro. Contudo, não há um prazo específico para a emissão do parecer jurídico, o que permite tratá-lo como uma demanda urgente. A notificação à comissão eleitoral, por sua vez, dependeria de um prazo mais curto, considerando a proximidade da Assembleia Geral Ordinária, agendada para o dia 11 de dezembro. Diante desse cenário, propõe que priorizemos a elaboração do parecer jurídico, com o objetivo de esclarecer de forma conclusiva se houve ou não irregularidades no processo eleitoral. Paralelamente, o Comitê de Pessoas, Elegibilidade, Sucessão e Remuneração deverá analisar as condições de elegibilidade dos candidatos e apresentar seus resultados até sexta-feira. O **Presidente do Conselho, Roberto Santos Matos,** expressou seu pesar pela não reeleição do conselheiro Marcos Antonio Silva do Nascimento, cuja expertise e visão estratégica são fundamentais para o fortalecimento da governança da companhia. E em seguida, apresentou as sugestões após uma análise preliminar da documentação, identificou três pontos principais a serem considerados, o primeiro no que tange a regularidade do processo, é preciso verificar se todos os procedimentos previstos nos normativos da empresa foram devidamente cumpridos, segundo as denúncias de irregularidades e as alegações de favorecimento de um dos candidatos devem ser investigadas a fundo e o terceiro é quanto a elegibilidade do candidato eleito. Temos três aspectos, mas estamos falando primeiramente e do Processo que solicita a anulação das eleições. Diante dessas questões, propõe que encaminhemos as certidões do candidato eleito ao Comitê de Pessoas, Elegibilidade, Sucessão e Remuneração para que esta proceda com a verificação dos requisitos legais e estatutários, e à Comissão Eleitoral, formalizando assim a nossa solicitação de análise. Simultaneamente, devemos submeter o caso à Procuradoria Jurídica da companhia, antecipando as discussões que ocorrerão na Assembleia Geral Ordinária. A **Procuradora Jurídica Tallyta Cilene Santos Leite,** complementou a proposição do conselheiro Roberto Santos Matos, sugerindo se estabelecer um prazo de 48 horas para a apresentação da resposta da Comissão Eleitoral e do parecer técnico da Procuradoria Jurídica. Essa medida permitirá que tenhamos um panorama mais claro da situação e possamos tomar uma decisão mais embasada. Após as discussões, foi aprovado por unanimidade, **foi aprovada por unanimidade, com exceção do conselheiro Marcos Antônio Silva do Nascimento – que se declarou impedido de votar por ser parte interessada –, a seguinte deliberação: 1) Submeter o processo à Procuradoria Jurídica para emissão de parecer em um prazo de 48 horas; 2) Encaminhar ofício à Comissão Eleitoral solicitando manifestação em um prazo de 48 horas; e 3) onvocar Reunião Extraordinária do Conselho de Administração para o dia 09 de dezembro.** Nada mais havendo a tratar, o Presidente do Conselho, **Roberto Santos Matos**, franqueou a palavra aos demais e como dela ninguém fez uso, agradeceu a presença de todos, e em seguida, deu por encerrada a reunião, pelo que eu, **Andrea Ramos Pereira**, Secretária do Conselho de Administração, fiz lavrar a presente Ata, em livro próprio, que depois de lida e achada conforme, vai assinada pelos Conselheiros presentes. Roberto Santos Matos, Marcos Aurélio Alves Freitas, José de Ribamar Soares Fonseca, Jeonys Caldas Carvalho Aguiar, e Marco Andrade Novaes e Marcos Antonio Silva do Nascimento. Está conforme a original, transcritas no livro próprio nº **007**, folhas **00120, 00120v, 00121, 00121v, 00122, 00122v, 00123, 00123v, 00124, 00124v, 00125, 00125v, 00126, 00126v.** Esta ATA foi registrada na **JUCEMA** sob o nº 20250004283 em **15/01/2025 Protocolo** 250004283 Empresa **21 3 0000371 1**. **Companhia de Saneamento Ambiental do Maranhão – CAEMA.**

ATO

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO

ATO Nº 26/2025-DPGE, DE 26 DE MARÇO DE 2025*Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025 Sorteio para composição da Subcomissão Técnica.* A **Defensoria Pública do Estado do Maranhão,** dando cumprimento ao estabelecido pela Lei Federal nº 12.232/2010, em seu art. 10, § 1º, 2º, 4º e 5º, torna pública a relação dos profissionais que concorrerão ao sorteio para composição da Subcomissão Técnica, a qual será responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas apresentadas pelos participantes da Concorrência Pública nº 90001/2025, que objetiva a contratação de 1 (uma) agência para a prestação de serviços de publicidade para atender a Defensoria Pública do Estado do Maranhão. I. Profissionais COM vínculo funcional ou contratual com a DPE/MA. Adailton Silva Soares Borba- ASCOM/DPEMA Danilo da Silva de Sousa Fernandes- ASCOM/DPEMA Fernanda da Silva de Sousa Fernandes- ASCOM/ DPEMA Gisele Silva Carvalho- ASCOM/DPEMA Márcio André Santos de Assunção- ASCOM/DPEMA Rosana Carneiro Gomes- ASCOM/DPEMA II. Profissionais SEM vínculo funcional ou contratual com a DPE/MA. Amarilis Cardoso Santos Luanda Xavier Belo Poliana Marta Ribeiro de Abreu. O sorteio será realizado em sessão pública no dia 23 de abril de 2025, às 10:00hrs, na sala de reuniões da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, situada na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís - MA (Próximo à Escola Reino Infantil) - CEP: 65075-696. A sessão também será transmitida ao vivo, pela internet, em endereço eletrônico a ser em breve divulgado na página da DPE/MA, https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes. Nos termos do art. 10, §5º, da Lei Federal nº 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação acima, mediante fundamentos jurídicos plausíveis. Eventual impugnação deverá ser protocolizada pelos meios previstos nos subitens 20.3.4 e seguintes do edital da licitação. Maiores informações e pedidos de esclarecimentos via protocolo direcionado à Comissão de Contratação Especial. São Luís/MA, 26 de março de 2025. **GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** Defensor Público-Geral do Estado do Maranhão.

AVISOS

SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE

AVISO DE SUSPENSÃO Processo Administrativo SEI nº 2024. 110222. 23901 **Processo SIGA:** SES/00073/2024 **Pregão Eletrônico nº 05/2025-SES. Objeto: " Contratação de empresa especializada na prestação de serviço em software de: fornecimento e implantação de Plataforma de Regulação em Saúde, onde a plataforma é no modelo SaaS (software as a service), onde deverá contar com a prestação de serviço de infraestrutura, contendo processamen-**

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

AVISO

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA) informa a disponibilização do **link de transmissão da sessão referente ao sorteio dos membros da Subcomissão Técnica da Concorrência Presencial nº 90001/2025**.

 Acesse a transmissão da sessão pelo link: https://www.youtube.com/watch?v=qid_Hb4OjT8

A sessão será realizada de forma pública, conforme previsto no edital, garantindo a transparência e a lisura do processo.

 Data da sessão: 23/04/2025 conforme agendamento prévio no Ato nº 26/2025-DPGE, de 26/03/2025 publicado no Diário Oficial do Estado (Publicações Terceiros) do dia 31/03/2025.

 Horário: 10h

São Luís–MA, em **22** de **abril** de **2025**

Comissão Permanente de Contratação

Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ribeiro de Santana Goulart**, **Assessoria de Licitação**, em 22/04/2025, às 15:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0187787** e o código CRC **27D5013B**.

COMPROVANTE DE PUBLICAÇÃO

Nº Processo:

Edital.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE/MA

Título.: Aviso - Link da sessão de sorteio dos membros da Comissão Técnica

Descrição.: contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

Arquivo.: Aviso - Link da sessão de sorteio dos membros da Comissão Técnica

Publicado em: 22/04/2025

Protocolo: **202504220341562620**
Impresso em:**22/04/2025 15:41:56**

Rua da Estrela, Nº 421 - Praia Grande/Projeto Reviver CEP: 65010-200
Fone/Fax: 3231-0958 / 3221-6110 / 3221-5819 - defensoria.ma.def.br
CNPJ Nº 00.820.295/0001-42 - São Luís - Maranhão

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE SORTEIO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE JULGAMENTO DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE.

Às 10:00 horas (horário de Brasília) do dia 23 de abril do ano de 2025, na sala do Conselho da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, situada na Av. Júnior Coimbra, s/n, Renascença II, São Luís – MA, reuniu-se os membros da Comissão de Contratação Especial deste órgão, Anunciação de Maria Costa Barbosa, Lílian Ribeiro de Santana Goulart, João Marcelo de Medeiros Moreira e Lucienne Santos da Silva designados pela Portaria nº 0260/2025-DPGE de 18 de março de 2025, publicada no Diário Oficial do Estado (Publicações Terceiros) do dia 20/03/2025, para a abertura da licitação na modalidade Concorrência Presencial, tendo por objeto a realização da sessão pública de sorteio de Membros da Subcomissão Técnica de Julgamento de Propostas Técnicas da Concorrência nº 90001/2025, conforme Ato nº 26/2025-DPGE, de 26 de março de 2025 publicado no Diário Oficial do Estado (Publicações Terceiros) do dia 31/03/2025, conforme os comandos da Lei nº 12.232/2010 e do Edital de Concorrência nº 90001/2025-DPE/MA. A sessão foi conduzida pela presidente Lílian Goulart. Aberto os trabalhos foi informada a metodologia do sorteio, sendo que primeiramente será processado o sorteio dos membros da Subcomissão Técnica integrantes do quadro de servidores da DPE/MA e então o sorteio dos membros externos da DPE/MA. A Subcomissão será composta por dois servidores da DPE/MA e um membro externo. Desta forma, serão sorteados os nomes constantes na lista de profissionais habilitados sendo que, da lista dos profissionais com vínculo com a DPE/MA, os dois primeiros comporão a subcomissão técnica e mais 4 profissionais serão cadastrados como 1º suplentes e 2º suplentes, conforme a ordem de sorteio. Para os profissionais sem vínculo com a DPE/MA habilitados, o primeiro sorteado comporá a Subcomissão Técnica de Julgamento e mais 2 profissionais como suplentes, de acordo com a ordem de sorteio. Processado o primeiro sorteio, a relação de Membros da Subcomissão Técnica com vínculo com a DPE/MA foi a seguinte:

PROFISSIONAIS COM VÍNCULO COM A DPE/MA	
Membro 01	Rosana Carneiro Gomes
Membro 02	Márcio André Santos de Assunção
1º SUPLENTES	
1º Suplente Membro 01	Danilo da Silva de Sousa Fernandes
1º Suplente Membro 02	Fernanda da Silva de Sousa Fernandes
2º SUPLENTES	
2º Suplente Membro 01	Adailton Silva Soares Borba
2º Suplente Membro 02	Gisele Silva Carvalho

Processado o segundo sorteio, a relação dos Membros da Subcomissão Técnica sem vínculo com a DPE/MA foi a seguinte:

PROFISSIONAIS SEM VÍNCULO COM A DPE/MA	
Membro 03	Amarilis Cardoso Santos
1º SUPLENTE	
1º Suplente Membro 03	Luanda Xavier Belo
2º SUPLENTE	

2º Suplente Membro 03	Poliana Marta Ribeiro de Abreu

Desta forma, a composição da Subcomissão Técnica será a seguinte:

1. *Rosana Carneiro Gomes*

2. Márcio André Santos de Assunção

3. Amarilis Cardoso Santos

Não havendo mais nada a tratar, a Presidente da Comissão de Contratação Especial declarou encerrada a sessão pública e eu, Lia Valéria da Silva Garcez lavrei a presente a ata que segue assinada pelos membros da Comissão de Contratação Especial e demais presentes. São Luís (MA), 23 de abril de 2025.

Anunciação de M. Costa Barbosa

Lílian Ribeiro de Santana Goulart

João Marcelo de Medeiros Moreira

Lucienne Santos da Silva

Adailton Silva Soares Borba

Marcos Wesley Ferreira Silva

Lia Valéria da Silva Garcez

PORTARIA

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO

PORTARIA Nº 463/2025-DPGE, DE 24 DE ABRIL DE 2025. *Designa Subcomissão Ttécnica responsável pela análise das propostas técnicas a serem apresentadas na Concorrência Pública nº 900 01/2025-DPE/MA, que objetiva a contratação de serviços de publicidade para a Defensoria Pública do Estado do Maranhão*. O DEFENSOR GERAL DO ESTADO DO MARANHÃO, no uso de suas atribuições legais e considerando o disposto no art. 10, §1º, da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010 e tendo em vista os procedimentos adotados no Ato nº.26/2025 – DPGE, de 26 de março de 2025. RESOLVE: Art. 1º Designar, em função do sorteio realizado em sessão pública, no dia 23 (vinte e três) de abril de 2025, os seguintes membros e suplentes da Subcomissão Técnica, que atuará especificamente no âmbito da Concorrência Pública Presencial nº 90001/2025 – DPE/MA e será responsável pela análise e julgamento das propostas técnicas, nos termos do que dispõe a Lei Federal nº 12.232/2010: I-Profissionais com vínculo funcional ou contratual com a DPE/MA: 1. **ROSANA CARNEIRO GOMES** - membro titular (1º sorteado); - DANILO DA SILVA DE SOUSA FERNANDES - 1º suplente (2º sorteado); - ADAILTON SILVA SOARES BORBA - 2º suplente (3º sorteado); 2. **MÁRCIO ANDRÉ SANTOS DE ASSUNÇÃO** – membro titular (2º sorteado); - FERNANDA DA SILVA DE SOUSA FERNANDES - 1º suplente (2º sorteado); - GISELE SILVA CARVALHO - 2º suplente (3º sorteado). II - Profissionais sem vínculo funcional ou contratual com a DPE/MA: 3. **AMARILIS CARDOSO SANTOS** - membro titular pela sociedade civil (1º sorteado); - LUANDA XAVIER BELO - 1º suplente (2º sorteado);- POLIANA MARTA RIBEIRO DE ABREU - 2º suplente (3º sorteado). Parágrafo único. No caso de impedimento ou ausência justificada de algum dos membros titulares da Subcomissão Técnica, serão convocados os suplentes para atuarem em substituição àqueles, respeitada a ordem resultante do sorteio e a proporcionalidade determinada pela Lei Federal nº 12.232/2010, de que pelo menos 1/3 (um terço) da Comissão seja composta por profissional que não mantenha nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão responsável pela licitação. Art. 2º Os membros da subcomissão técnica, guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza. Art. 3º Os membros da subcomissão técnica serão responsabilizados, administrativa e criminalmente na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório. Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data da sua publicação ficando revogadas as disposições em contrário. Gabinete da Defensoria Pública do Estado do Maranhão, em São Luís, 24 de abril de 2025. **GABRIEL SANTANA FURTADO SOARES** Defensor Público-Geral do Estado do Maranhão.

REGIMENTO

AGÊNCIA EXECUTIVA METROPOLITANA DO LESTE MARANHENSE – AGEMLESTE

TÍTULO I DA CARACTERIZAÇÃO E DAS COMPETÊNCIAS CAPÍTULO I DA CARACTERIZAÇÃO Art. 1º A Agência Executiva Metropolitana do Leste Maranhense – AGEMLESTE, instituída pela Lei Ordinária nº 11.781 de 07 de julho de 2022, é entidade autárquica estadual, dotada de personalidade jurídica de direito público interno, vinculada à Secretaria do Estado das Cidades e Desenvolvimento Urbano – SECID, nos termos do art. 1º, parágrafo único da Lei Ordinária nº 11.781 de 07 de julho de 2022, com a missão de integrar a organização, o planejamento, ações e a execução das funções públicas de interesse comum que visam o desenvolvimento integrado da Região Metropolitana do Leste Maranhense - RMLM, estabelecida pela Lei Estadual Complementar nº 180 de 05 de janeiro de 2016, sem prejuízo da competência de outros órgãos e entidades públicos envolvidos. PARAGRAFO ÚNICO: A Região Metropolitana do Leste Maranhense – RMLM corresponde à Região Metropolitana da Zona Leste do Estado do Maranhão, conforme também está nomeada pela Lei Complementar nº 180, de 05 de janeiro de 2016. **Art. 2º** A AGEMLESTE é dotada de autonomia administrativa, financeira e patrimonial e gozará, inclusive, no que se refere a seus bens e serviços, dos privilégios, regalias e isenções conferidos à Fazenda Pública Estadual. PARAGRAFO ÚNICO: A autonomia de gestão administrativa, financeira e patrimonial, que caracteriza o regime especial da AGEMLESTE, consiste na capacidade de: I – Em relação à gestão administrativa: Conduzir, de acordo com as atribuições fixadas no art. 3º deste Regimento, os assuntos referentes à organização dos serviços e controle interno; II – Em relação à gestão financeira e patrimonial: Elaborar e executar o orçamento, gerir receitas, despesas, recursos adicionais, administrar bens móveis, imóveis e celebrar convênios, contratos e, ainda, acordo de cooperação técnica com entes públicos ou privados. **CAPÍTULO II DAS COMPETÊNCIAS Art. 3º** À AGEMLESTE compete: I – Articular-se com os municípios integrantes da Região, com órgãos e entidades públicas e privadas, estaduais, federais e internacionais, visando à conjugação de esforços para o planejamento integrado e o cumprimento de funções públicas de interesse comum, na elaboração do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado - PDDI; II – Consolidar as informações dos programas e projetos do PDDI para inclusão no Plano Plurianual, na Lei de Diretrizes Orçamentárias e na Lei Orçamentária Anual do Estado e dos municípios da região; III – Promover diagnósticos da realidade socioeconômica municipal e de âmbito metropolitano, em parceria com órgãos estaduais e municipais afins e com participação da sociedade civil, visando subsidiar o planejamento integrado; IV – Elaborar e manter estudos técnicos de interesse regional e constituir banco de dados com informações atualizadas necessárias ao planejamento e à elaboração dos programas e planos a serem desenvolvidos; V – Promover a implementação e execução de programas e projetos estabelecidos no PDDI, bem como fiscalizar e avaliar sua execução, propondo às instâncias colegiadas da RMLM os ajustes necessários; VI – Articular-se com instituições públicas e privadas, nacionais e internacionais, visando à captação de recursos de investimentos ou financiamento para o desenvolvimento integrado da região; VII – Fornecer suporte técnico e administrativo às instâncias colegiadas da RMLM, bem como articular e coordenar a atuação das Câmaras Setoriais por elas instituídas; VIII – Gerir os recursos do Fundo de Desenvolvimento da Região Metropolitana do Leste Maranhense - FUNDOLESTE, submetendo os instrumentos de controle financeiros à apreciação e deliberação do Comitê de Orientação e Fiscalização constituído por membros das instâncias colegiadas da RMLM e Agência Executiva Metropolitana; IX - Arrecadar as receitas próprias ou as que lhe sejam delegadas ou transferidas, inclusivemultas e tarifas relativas a serviços prestados; e; XI – Apoiar os municípios integrantes da RMLM na elaboração e na revisão de seus Planos Diretores ou planos setoriais (Mobilidade, Habitação, Saneamento...), garantindo o alinhamento com as diretrizes do PDDI no que se refere às funções públicas de interesse comum; e; XII - Revisar e propor ajustes e complementações ao arcabouço legal da RMLM, garantindo a participação social no modelo de gestão compartilhada interfederativa, conforme preconiza a Lei Federal nº 13.089, de 12 de janeiro de 2015, o Estatuto da Metrópole. **CAPÍTULO III DO PATRIMÔNIO E DOS RECURSOS Art. 4º** O Patrimônio da AGEMLESTE será constituído: I - Pela dotação orçamentária proveniente do Tesouro do Estado; II - Pelos bens móveis e imóveis doados pela União, pelo Estado e pelos Municípios; III – Pelos bens, direitos e valores que adquirir ou que lhe foram destinados ou doados. §1º Cabe a AGEMLESTE administrar seu patrimônio e dele dispor, nos termos deste regimento, observada a legislação pertinente. § 2º A AGEMLESTE deverá

Publicação no DOE - Subcomissão Técnica (0195045) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 394

São Luis - MA, 15 de maio de 2025.

A

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO (DPEMA)

Ref.: CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

Assunto**:** Solicitação de Esclarecimentos 01

Prezada CEL (a),

A **SA COMUNICACOES LTDA**, inscrita no **CNPJ nº 24.011.796/0001-46**, com sede na cidade de São Luis - MA, representada por seu representante legal abaixo assinado, e-mail(s) glauco.lobato@piruetaideias.com.br; financeiro@piruetaideias.com.br e rafaelblanco.licitacoes@gmail.com, vem, com fundamento no Item 3 do preâmbulo do Edital, solicitar os seguintes esclarecimentos:

Questionamento 1:

O subitem 11.2, alínea “h”, do edital, ao tratar das regras de formatação quanto ao tamanho, cor e fonte do texto, estabeleceu a seguinte diretriz:

> “11.2. h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital”

Observa-se, contudo, que essa orientação **não veda expressamente** o uso de variações de estilo tipográfico, como **negrito, itálico ou caixa alta**, desde que respeitados os parâmetros de fonte, cor e tamanho determinados.

Dessa forma, está correto o nosso entendimento que é permitido a utilização desses recursos de formatação para fins de **organização visual e ênfase**, sem que isso implique em descumprimento das disposições editalícias?

_____

SA COMUNICACOES LTDA (PIRUETA)
CNPJ nº 24.011.796/0001-46
GLAUCO DOS SANTOS LOBATO

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

RESPOSTA

Concorrência Presencial nº 90001/2025 – DPE/MA
Processo SEI nº 0000873.110000950.0.2025
OBJETO: Contratação de Agência de Publicidade.
ASSUNTO: Pedido de esclarecimento.

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 01

A Comissão de Contratação Especial, da DPE/MA, em resposta ao pedido de esclarecimento referente a Concorrência em epígrafe, manifesta-se nos seguintes termos:

Esclarecimento nº 01:

PERGUNTA – O subitem 11.2, alínea "h", do edital, ao tratar das regras de formatação quanto ao tamanho, cor e fonte do texto, estabeleceu a seguinte diretriz:

"11.2. h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3 deste Edital"

Observa-se, contudo, que essa orientação **não veda expressamente** o uso de variações de estilo tipográfico, como **negrito, itálico ou caixa alta**, desde que respeitados os parâmetros de fonte, cor e tamanho determinados.

Dessa forma, está correto o nosso entendimento que é permitido a utilização desses recursos de formatação para fins de **organização visual e ênfase**, sem que isso implique em descumprimento das disposições editalícias?

RESPOSTA DA COMISSÃO: O subitem 11.2 do Edital, de fato, não faz referência expressa à utilização de variações de estilo tipográfico, como negrito, itálico ou caixa alta. No entanto, o Apêndice 2 do Termo de Referência, integrante do edital, ao tratar da apresentação do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada (item 1.2), remete expressamente ao subitem 11.2 do Edital e estabelece diretrizes específicas, entre as quais se destaca:

"8. texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observadas as disposições dos subitens do Edital 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3; **permitida a utilização de itálico, negrito e sublinhado**".

Dessa forma, verifica-se que o edital autoriza expressamente o uso de itálico, negrito e sublinhado, como recursos de ênfase e organização visual.

Por outro lado, não há menção à utilização de caixa alta como recurso admitido. Assim, recomenda-se sua não utilização, como medida de cautela, a fim de evitar qualquer possibilidade de interpretação pela Subcomissão Técnica como elemento que possa comprometer o sigilo da autoria, em desacordo com o princípio da impessoalidade que rege a fase de julgamento das propostas

técnicas.

Consideramos sanada a dúvida apresentada, permanece inalterada a data da Sessão Pública de abertura da Concorrência Presencial nº 90001/2025, agendada para o dia 27 de maio de 2025, às 9h.

Informamos, ainda, que tanto o pedido de esclarecimento quanto esta resposta serão publicados no site oficial da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.), na área destinada à licitação em questão, para conhecimento e acompanhamento de todos os interessados.

São Luís, 16 de maio de 2025

Comissão de Contratação Especial

Defensoria Pública do Estado do Maranhão

Documento assinado eletronicamente por **Anunciação de Maria C. Barbosa**, **Chefe da Comissão Permanente de Contratação**, em 16/05/2025, às 10:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0198914** e o código CRC **F551D117**.

COMPROVANTE DE PUBLICAÇÃO

Nº Processo:

Edital.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE/MA

Título.: 2- RESPOSTA PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 01

Descrição.: contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

Arquivo.: 2- RESPOSTA PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 01

Publicado em: 16/05/2025

Protocolo: **202505161046232670**
Impresso em:**16/05/2025 10:46:23**

Rua da Estrela, Nº 421 - Praia Grande/Projeto Reviver CEP: 65010-200
Fone/Fax: 3231-0958 / 3221-6110 / 3221-5819 - defensoria.ma.def.br
CNPJ Nº 00.820.295/0001-42 - São Luís - Maranhão

DEFENSORIA PÚBLICA do Estado do Maranhão

Comissão Permanente de Licitação da DPE-MA <cpldpe@ma.def.br>

MARCA

Maria Dos Anjos <administrativo@soucomunicacao.com> 22 de maio de 2025 às 16:07
Para: "cpldpe@ma.def.br" <cpldpe@ma.def.br>

Boa tarde

Concorrência Presencial nº 90001/2025 – DPE/MA

Processo SEI nº 0000873.110000950.0.2025 OBJETO:

Contratação de Agência de Publicidade. ASSUNTO: Pedido de esclarecimento.

Agencia: SOU COMUNICAÇÃO LTDA

PERGUNTA: No ANEXO II – BRIEFING, no iten 7. MARCA A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional da Defensoria Pública está disponível no Drive meio do link https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw a 4?usp=sharing

Quando vamos entrar no link ele está direcionando para uma pasta Drive conforme imagem, pedindo para acessar com senha e login:

paste.png
18K

Pedido de Esclarecimento 02 (0200956) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 399

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

RESPOSTA

Concorrência Presencial nº 90001/2025 – DPE/MA
Processo SEI nº 0000873.110000950.0.2025
OBJETO: Contratação de Agência de Publicidade.
ASSUNTO: Pedido de esclarecimento.

RESPOSTA AO PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 02

A Comissão de Contratação Especial, da DPE/MA, em resposta ao pedido de esclarecimento referente a Concorrência em epígrafe, manifesta-se nos seguintes termos:

Esclarecimento nº 02:

PERGUNTA – No ANEXO II – BRIEFING, no iten 7. MARCA, A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional da Defensoria Pública está disponível no Drive meio do link: https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw4?usp=sharing. Quando vamos entrar no link ele está direcionando para uma pasta Drive conforme imagem, pedindo para acessar com senha e login.

RESPOSTA DA COMISSÃO: Informamos que o acesso à pasta contendo os documentos licitatórios foi devidamente regularizado e está disponível conforme o link do Edital: https://drive.google.com/drive/folders/1Ao9g3L6DouE19MCboeXflc59ZXxe_cw4?usp=sharing

Diante do exposto, consideramos sanada a dúvida apresentada, permanecendo inalterada a data da Sessão Pública de abertura da Concorrência Presencial nº 90001/2025, agendada para o dia 27 de maio de 2025, às 9h.

Informamos, ainda, que tanto o pedido de esclarecimento quanto esta resposta serão publicados no site oficial da Defensoria Pública do Estado do Maranhão (https://defensoria.ma.def.br/dpema/portal/licitacoes.), na área destinada à licitação em questão, para conhecimento e acompanhamento de todos os interessados.

São Luís, 22 de maio de 2025

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL
Defensoria Pública do Estado do Maranhão

Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ribeiro de Santana Goulart**, **Assessoria de Licitação**, em 22/05/2025, às 16:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0200957** e o código CRC **B610682E**.

COMPROVANTE DE PUBLICAÇÃO

Nº Processo:

Edital.: CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025-DPE/MA

Título.: 3- RESPOSTA PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 02

Descrição.: Contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

Arquivo.: 3- RESPOSTA PEDIDO DE ESCLARECIMENTO Nº 02

Publicado em: 22/05/2025

Protocolo: **202505220508232700**
Impresso em:**22/05/2025 17:08:23**

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

AVISO

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA), por meio da Comissão de Contratação Especial, informa a disponibilização do link de transmissão da **1ª Sessão da Concorrência Presencial nº 90001/2025-DPE.**

 Acesse a transmissão da sessão pelo link: https://www.youtube.com/watch?v=6gcjvL7b6NU

A sessão será realizada de forma pública, conforme previsto no edital, garantindo a transparência e a lisura do processo.

 Data da sessão: 27/05/2025 às 09h, conforme prévio agendamento via Edital do certame.

São Luís–MA, em **26** de **maio** de **2025**

Lilian Ribeiro Santana Goulart

Comissão de Contratação Especial

Documento assinado eletronicamente por **Lilian Ribeiro de Santana Goulart**, **Assessoria de Licitação**, em 26/05/2025, às 17:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º, do Decreto n.º 10.543, de 13 de novembro de 2020.

A autenticidade do documento pode ser conferida no link Validar Documento informando o código verificador **0202006** e o código CRC **A420FB09**.

São Luis - MA, 12 de maio de 2025.

A
Defensoria Publica do Estado do Maranhão

Ref.: Concorrência nº 90001/2025.

Assunto: Solicitação do Invólucro Padronizado.

Prezada Comissão,

A SA COMUNICAÇÕES LTDA, inscrita no CNPJ nº 24.011.796/0001-46, com sede no município de São Luís/MA, neste ato representada por seu representante legal abaixo assinado, por meio dos e-mails glauco.lobato@piruetaideias.com.br, financeiro@piruetaideias.com.br e rafaelblanco.licitacoes@gmail.com, vem, com fundamento na Lei nº 14.133/2021 e demais normas aplicáveis, requerer a entrega do **Invólucro Padronizado**, nos termos do subitem 10.1.1.1 do Edital.

Solicita-se, assim, que o referido invólucro seja entregue ao portador(a) deste documento, para os devidos fins.

GLAUCO DOS SANTOS LOBATO:02409391311

Assinado de forma digital por GLAUCO DOS SANTOS LOBATO:02409391311
Dados: 2025.05.12 11:21:38 -03'00'

SA COMUNICACOES LTDA (PIRUETA)
CNPJ nº 24.011.796/0001-46
GLAUCO DOS SANTOS LOBATO

Anexo - Retirada de Envelope Conc. nº 90001.2025 (0202781) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 404

São Luís (MA), 14 de maio de 2025

A/C: Departamento de Comissão de Licitação

Concorrência Nº 90001/2025
PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

Ref.: RETIRADA DE ENVELOPE PADRONIZADO.

A LA MARKA INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA, inscrita no CNPJ sob o nº 17.974.161/0001-89 com sede na avenida dos Holandeses, 15, Olho D'agua, São Luis, Maranhão, vem, por meio desta, requerer a retirada do envelope padronizado referente à Concorrência nº 90001/2025 cujo objeto é a contratação de serviços de Publicidade Institucional prestados por intermédio de 1(uma) agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade de competência da Assessoria de Comunicação Social da Defensoria Pública do Estado do Maranhão.

Para tanto, indicamos o portador desta, o Sr. Antônio Carlos N. Cunha, portador do CPF nº 471.972.773.53, que está autorizado a proceder com a retirada do referido envelope em nome desta empresa.

Certos de vossa atenção, colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,

Felipe de Souza Ladeira
Diretor
98-9975-5671

Anexo - Ata de Entrega de Envelope - Concorrência 90001/2025 (0220.0081) - SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 405

CLARA
comunicação

À Comissão de Contratação Especial
Defensoria Pública do Estado Maranhão – DPE/MA.
Concorrência Presencial Nº 90001/2025
Assunto: Solicitação de retirada do Envelope nº 1 – Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

São Luís - MA, 14 de maio de 2025.

Prezados,

Para fins de participação na Concorrência Nº 90001/2025, Processo Sei Nº 0000873.110000950.0.2025 – referente a contratação de serviços de publicidade institucional prestados por intermédio de uma agência de propaganda, solicitamos a retirada do Invólucro nº 1 padronizado para acondicionar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, conforme determina o Edital da referida concorrência, no item 10.1.1.1.

Desta forma, autorizamos nosso colaborador **Paulo Victor Penha Cutrim de Aguiar**, detentor do CPF: 605.492.453-24, a retirar o referido Invólucro nº 1, desta Concorrência, em nome da Clara Comunicação Ltda., CNPJ: 02.876.884/0001-78, localizada no Edifício Lagoa Corporate & Offices, Av.: Nina Rodrigues, Ponta d'Areia, Torre 1, 3º andar, sala 302, São Luís - MA.

Atenciosamente,

Félix Alberto Gomes Lima
Diretor
Clara Comunicação

Anexo - Retirada de Envelope Conc. nº 90001.2025 (0202781) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 406

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, Lílian Ribeiro de Santana Goulart, Matrícula nº 2748820, lotado na Comissão de Contratação, integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2.

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: 27 de Maio de 2025

Assinatura Servidor

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, Anunciação de M. Costa Barbosa, Matrícula nº 2749349, lotado na Comissão de Contratação,integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2.

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;

I V – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: 27 de Maio de 2025

Assinatura Servidor

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, Suzianne Santos da Silva Matrícula nº 2223725 vinculada ao Assessoria de Comunicação, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a).DPE/MA, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

1. Comprometo-me, ainda, nos termos da Lei nº 14.133/2021, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiros, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da
Concorrência em comento;

- NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;
- NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;
- NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;
- NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e
- NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação Especial.

Data: 27 de Maio de 2025

Assinatura Servidor

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO ESPECIAL

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu, JOÃO MARCELO DE MEDEIROS MOREIRA, Matrícula nº 2005296, lotado na ASSEJUR, integrante da Comissão de Contratação Especial responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº 90001/2025 realizado pela Defensoria Pública do Estado do Maranhão, para a contratação de agência(s) de propaganda, regido pelas Leis nº 12.232/2010 e nº 14.133/2021, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação à qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2.

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação Especial;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação Especial que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação Especial;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação Especial, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: 27 de Maio de 2025

Assinatura Servidor

CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA SA COMUNICAÇÕES LTDA.

Pelo presente instrumento particular de Contrato Social:

EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO, brasileiro, empresário, natural de São Luis – MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 21.06.1983, portador do RG nº 151566520005 GEJUSPC/MA e do CPF nº 005.169.053-50, residente e domiciliado na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190.

VANESSA COSTA PINHEIRO ARAUJO, brasileira, empresária, natural de São Luis – MA, casada, comunhão parcial de bens, nascida em 21.05.1989, portadora do RG nº 0157639620004 SESEC/MA e do CPF nº 033.868.733-59, residente e domiciliado na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190.

Resovem, em comum acordo, constituir uma sociedade limitada, nos termos da Lei nº 10.406/2002, mediante as condições e cláusulas seguintes:

DO NOME EMPRESARIAL, DA SEDE DAS FILIAIS

CLÁUSULA PRIMEIRA – A sociedade girará sob o nome empresarial de **SA COMUNICAÇÕES LTDA** e terá sede na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190, podendo todavia estabelecer filiais, agências ou sucursais em qualquer ponto do território nacional ou fora dele mediante alteração assinada por todos os sócios.

DO OBJETO SOCIAL

CLÁUSULA SEGUNDA – A sociedade terá como objeto social:

Atividade Principal:

1. Agências de publicidade – CNAE 73.11-4/00;

Atividades Secundárias:

2. Produção de filmes para publicidade – CNAE 59.11-1/02;
3. Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet – CNAE 63.19-4/00;

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 20/01/2016 12:38 SOB Nº 21200925111.
PROTOCOLO: 150611005 DE 19/01/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
MA150611005. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA GERAL
SÃO LUÍS, 20/01/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.
Informando seus respectivos códigos de verificação

4. Atividades de consultoria em gestão empresarial, exceto consultoria técnica específica – CNAE 70.20-4/00;
5. Serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas – CNAE 82.30-0/01;
6. Produção musical – CNAE 90.01-9/02;
7. Produção de espetáculos de dança – CNAE 90.01-9/03;
8. Produção teatral – CNAE 90.01-9/01;
9. Produção e promoção de eventos esportivos – CNAE 93.19-1/01;
10. Serviços de alimentação para eventos e recepções – bufê – CNAE 56.20-1/02;
11. Filmagem de festas e eventos – CNAE 74.20-0/04;
12. Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina – CNAE 74.20-0/01;
13. Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas – CNAE 74.20-0/02.

DO PRAZO DE DURAÇÃO

CLÁUSULA TERCEIRA – A sociedade iniciará suas atividades após a data do seu registro na Junta Comercial do Maranhão e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

DO CAPITAL SOCIAL

CLÁUSULA QUARTA – O Capital Social, subscrito e integralizado neste ato em moeda corrente é da importância de R$ 15.000,00 (quinze mil reais) dividido em 15.000 (quinze mil) quotas de valor nominal de R$ 1,00 (hum real) cada, ficarão assim distribuídas entre os sócios:

Sócio	Quotas	Valor (R$)	%
EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO	12.000	12.000,00	80%
VANESSA COSTA PINHEIRO ARAUJO	3.000	3.000,00	20%
TOTAL	**15.000**	**15.000,00**	**100%**

DAS QUOTA DA SOCIEDADE

CLÁSULA QUINTA – As quotas da sociedade são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros no todo ou em parte, sem prévio e expresso consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, direito de preferência para sua aquisição, se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual petinente.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 20/01/2016 12:38 SOB Nº 21200925111.
PROTOCOLO: 150611005 DE 19/01/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
MA150611005. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA GERAL
SÃO LUÍS, 20/01/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.
Informando seus respectivos códigos de verificação

CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA SA COMUNICAÇÕES LTDA.

DA RESPONSABILIDADE

CLÁUSULA SEXTA – A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

DA ADMINISTRAÇÃO E PRO LABORE

CLÁUSULA SÉTIMA – A administração da sociedade e a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente, será exercida pelo sócio **EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO**, cumprindo a realização de todos os atos, transações e operações referente ao objeto social, inclusive de alienação e oneração do patrimônio social, respondendo para com a sociedade e para com terceiros, solidária e ilimitadamente pelo excesso de mandato e pelos atos que praticarem com violação da lei e presente contrato.

§ 1° Fica facultada a nomeação de administradores não pertencentes ao quadro societário, desde que aprovada por 2/3 dos sócios, nos termos do art. 1.061 da Lei nº 10.046/2002.

§ 2° No exercício da administração, os administradores terão direito a uma retirada mensal, a título de pro labore, cujo valor será definido de comum acordo entre os sócios.

DO EXERCÍCIO SOCIAL, BALANÇO PATTIMONIAL DOS LUCROS E PERDAS

CLÁUSULA OITAVA – Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do Balanço Patrimonial e do Balanço de Resultado Econômico, que será aprovado através de reunião dos sócios, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas, podendo os sócios optar pelo aumento de capital, utilizando os lucros e/ou compensar prejuízos em exercício futuro.

DA RETIRADA OU FALECIMENTO DE SÓCIO

CLÁUSULA NONA – No caso de falecimento de um dos sócios, a sociedade não será dissolvida ou extinta, cabendo ao sócio remanescente determinar o levantamento de um balanço especial na data do falecimento ocorrido. Os herdeiros do pré-morto deverão em 90 (noventa) dias da data do balanço especial, manifestar a sua vontade de serem integrados ou não à mesma sociedade, recebendo os direitos e obrigações contratuais do sócio extinto, ou então, recebendo todos os seus haveres, apurados até a data do balanço especial, com 10 (dez) prestações iguais e sucessivas, vencendo-se a primeira após 30 (trinta) dias da data do balanço especial.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 20/01/2016 12:38 SOB Nº 21200925111.
PROTOCOLO: 150611005 DE 19/01/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
MA150611005. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA GERAL
SÃO LUÍS, 20/01/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação

CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA SA COMUNICAÇÕES LTDA.

DO DESIMPEDIMENTO

CLÁUSULA DÉCIMA – O administrador **EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO**, declara sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública,ou a propriedade. (**art. 1.011, § 1º, CC/2002**).

DO FORO

CLAÚSULA DÉCIMA PRIMEIRA – Os sócios elegem o foro de São Luís, Estado do Maranhão, para dirimir dúvidas oriundas ao presente contrato, com a expressa rènúncia de quaisquer outro, pois mais privilegiado que seja.

E por estarem justos e contratados assinam as partes o presente instrumento, lavrado em 03 (três) vias de igual teor, processando-se em seguida os devidos registros.

São Luis (MA), 17 de dezembro de 2015.

Edimar Cesar de Araujo Filho
Sócio - administrador

Vanessa Costa Pinheiro Araujo
Sócia

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 20/01/2016 12:38 SOB Nº 21200925111.
PROTOCOLO: 150611005 DE 19/01/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
MA150611005. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA GERAL
SÃO LUÍS, 20/01/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo 2 - Instrumento de Contrato Social - 2ª Alteração - pg. 03

ALTERAÇÃO Nº 001 E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"

EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO, brasileiro, empresário, natural de São Luis – MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 21.06.1983, portador do RG nº 151566520005 GEJUSPC/MA e do CPF nº 005.169.053-50, residente e domiciliado na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190, e
VANESSA COSTA PINHEIRO ARAUJO, brasileira, empresária, natural de São Luis – MA, casada, comunhão parcial de bens, nascida em 21.05.1989, portadora do RG nº 0157639620004 SESEC/MA e do CPF nº 033.868.733-59, residente e domiciliado na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190. Únicos sócios da sociedade **"SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"**, com sede na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190, registrada na Junta Comercial do Estado do Maranhão, em 20 de janeiro de 2016 sob o NIRE nº 21200925111 e inscrita no CNPJ sob o nº 24.011.796/0001-46 **resolvem, assim, alterar e consolidar o contrato social**:

CLÁUSULA PRIMEIRA – O objeto social fica alterado para:

a) Agências de publicidade – CNAE 73.11-4/00;
b) Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet – CNAE 63.19-4/00;

CLÁUSULA SEGUNDA – O endereço fica alterado para: Avenida Jeronimo de Albuquerque Maranhão, 25 – Vinhais – Cond. Pat. Jardins – Torre B – Sala 712 – Hyde Park – São Luis – MA – CEP: 65.074-199.

CLÁUSULA TERCEIRA – Admite-se na sociedade o sócio **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO**, brasileiro, empresário, natural de São Luis - MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 26.09.1986, portador do RG nº 946924988 SEJUSPC/MA e do CPF nº 024.093.913-11, residente e domiciliado na Rua 86, 04 – Quadra 118 – Maiobão, CEP: 65.130-000.

CLÁUSULA QUARTA – Retira-se da sociedade a sócia **VANESSA COSTA PINHEIRO ARAUJO**, transferindo para o sócio ora admitido **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO** suas 3.00,00 (três mil) quotas, no valor de R$ 1,00 (hum real) cada, totalizando R$ 3.000,00 (três mil) reais. A sócia **VANESSA COSTA PINHEIRO ARAUJO**, declara ter recebido os valores referentes às suas quotas e todos os direitos e haveres perante a sociedade, dando-lhes, plena, geral, rasa e irrevogável quitação.

CLÁUSULA QUINTA – O sócio **EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO**, transfere para o sócio ora admitido **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO** 4.500 (quatro mil e quinhentas) quotas, no valor de R$ 1,00 (hum real) cada, totalizando R$ 4.500,00 (quatro mil e quinhentos) reais. O sócio **EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO**, declara ter recebido os valores referentes às suas quotas e todos os direitos e haveres perante a sociedade, dando-lhes, plena, geral, rasa e irrevogável quitação. Ficando assim distribuídas entre os sócios:

Sócio	Quotas	Valor R$	%
EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO	7.500	7.500,00	50%
GLAUCO DOS SANTOS LOBATO	7.500	7.500,00	50%
TOTAL	**15.000**	**15.000,00**	**100%**

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 18/11/2016 17:30 SOB Nº 20160688701.
PROTOCOLO: 160688701 DE 14/11/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11602546736. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA - ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 18/11/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.
Informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo - Credenciamento 0000000-00.0000.0.00.0000 - Volume 1 - Evento 1 - Pág. 415

ALTERAÇÃO Nº 001 E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"

CLÁUSULA SEXTA – A administração da sociedade e a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente, será exercida pelo sócio **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO**, cumprindo a realização de todos os atos, transações e operações referente ao objeto social, inclusive de alienação e oneração do patrimônio social, respondendo para com a sociedade e para com terceiros, solidária e ilimitadamente pelo excesso de mandato e pelos atos que praticarem com violação da lei e presente contrato

À vista da modificação ora ajustada consolida-se o contrato social com a seguinte redação:

CLÁUSULA PRIMEIRA – A sociedade gira sob a denominação social de **SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME.**

CLÁUSULA SEGUNDA – A sociedade tem sede na Avenida Jeronimo de Albuquerque Maranhão, 25 – Vinhais – Cond. Pat. Jardins – Torre B – Sala 712 – Hyde Park – CEP: 65.074-199, na cidade de São Luis, Estado do Maranhão, podendo a qualquer tempo abrir ou fechar filial(is) ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA TERCEIRA – O objeto social é:

a) Agências de publicidade – CNAE 73.11-4/00;
b) Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet – CNAE 63.19-4/00;

CLÁUSULA QUARTA – A sociedade iniciou suas atividades em 20 de janeiro de 2016 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUINTA – O Capital Social é de R$ 15.000,00 (quinze mil reais) dividido em 15.000 (quinze mil) quotas de valor nominal de R$ 1,00 (hum real) cada, já integralizadas em moeda corrente do País, assim distribuídas entre os sócios:

Sócio	Quotas	Valor R$	%
EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO	7.500	7.500,00	50%
GLAUCO DOS SANTOS LOBATO	7.500	7.500,00	50%
TOTAL	**15.000**	**15.000,00**	**100%**

CLÁUSULA SEXTA – A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA SÉTIMA – A administração da sociedade e a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente, será exercida pelo sócio **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO**, cumprindo a realização de todos os atos, transações e operações referente ao objeto social, inclusive de alienação e oneração do patrimônio social, respondendo para com a sociedade e para com

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 18/11/2016 17:30 SOB Nº 20160688701.
PROTOCOLO: 160688701 DE 14/11/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11602546736. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA - ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 18/11/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo - Credenciamento 0000000-00.2017.8.10.0000 - Evento 3 - PROCURAÇÃO pg: 416

terceiros, solidária e ilimitadamente pelo excesso de mandato e pelos atos que praticarem com violação da lei e presente contrato.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – O administrador terá mandato por tempo indeterminado e terá direito a uma retirada mensal a título de pró labore, em valor a ser fixado a cada mês de janeiro de cada ano e vigente para todo o exercício.

PARÁGRAFO SEGUNDO – O administrador, isoladamente, poderá nomear procuradores "ad judicia" "ad negotia' em nome da sociedade, devendo o instrumento especificar os respectivos poderes e prazos de validade.

PARÁGRAFO TERCEIRO – A denominação social somente poderá ser usada nos negócios ou operações relacionados com o objetivo da sociedade, sendo expressamente defesa em avais, fianças ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros, os quais se executados, serão nulos de pleno direito e não obrigarão a sociedade.

PARÁGRAFO QUARTO – O administrador poderá, isoladamente, praticar todos os atos necessários ao desenvolvimento social da sociedade, podendo abrir e encerrar contas bancárias, emitir e assinar cheques, solicitar talonários, emitir faturas, dar quitações, alienar bens móveis e imóveis e enfim, tudo que se fizer necessário ao desempenho dos negócios sociais da sociedade.

CLÁUSULA OITAVA – Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do Balanço Patrimonial e do Balanço de Resultado Econômico, que será aprovado através de reunião dos sócios, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas, podendo os sócios optar pelo aumento de capital, utilizando os lucros e/ou compensar prejuízos em exercício futuro.

CLÁUSULA NONA – As quotas da sociedade são indivisíveis e não poderão ser vendidas, cedidas ou transferidas a terceiros sem o reconhecimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a sessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA – No caso de um dos sócios desejar retirar-se da sociedade, deverá notificar aos demais sócios, por escrito, com antecedência de 60 (sessenta) dias, devendo as quotas serem oferecidas primeiramente aos outros sócios.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – No caso de falecimento de um dos sócios, a sociedade não será dissolvida ou extinta, cabendo ao sócio remanescente determinar o levantamento de um balanço especial na data do falecimento ocorrido. Os herdeiros do pré-morto deverão em 90 (noventa) dias da data do balanço especial, manifestar a sua vontade de serem integrados ou não à mesma sociedade, recebendo os direitos e obrigações contratuais do sócio extinto, ou então, recebendo todos os seus haveres, apurados até a data do balanço especial, com 10 (dez) prestações iguais e sucessivas, vencendo-se a primeira após 30 (trinta) dias da data do balanço especial.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 18/11/2016 17:30 SOB Nº 20160688701.
PROTOCOLO: 160688701 DE 14/11/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11602546736. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA - ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 18/11/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo - Credenciamento 0000000-00.0000.0.00.0000 - 0000000-00.0000.0.00.0000 pg. 417

ALTERAÇÃO Nº 001 E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"

PARÁGRAFO ÚNICO – As quotas liberadas pelos herdeiros do sócio pré-morto, pela manifestação de não integrarem a sociedade, poderão ser adquiridas por terceiros estranhos à sociedade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – O administrador **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO,** declara sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública,ou a propriedade. (**art. 1.011, § 1º, CC/2002**)

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – Fica estabelecida que a sociedade não terá conselho fiscal.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – Os casos omissos neste instrumento e no código civil na parte sobre as sociedades limitadas serão regidos pela lei 6.404/76 como legislação suplementar.

CLAÚSULA DÉCIMA QUINTA – Os sócios elegem o foro de São Luis, Estado do Maranhão, para dirimir dúvidas oriundas ao presente contrato, com a expressa renúncia de quaisquer outro, pois mais privilegiado que seja.

E por estarem justos e contratados assinam as partes o presente instrumento, lavrado em 01 (uma), processando-se em seguida os devidos registros.

São Luis (MA), 08 de Outubro de 2016.

Glauco dos Santos Lobato
Glauco dos Santos Lobato
Sócio – administrador

Edimar Cesar de Araujo Filho
Edimar Cesar de Araújo Filho
Sócio

Vanessa Costa Pinheiro Araújo
Vanessa Costa Pinheiro Araujo
Ex – Sócia

JUCEMA

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

CERTIFICO O REGISTRO EM 18/11/2016 17:30 SOB Nº 20160688701.
PROTOCOLO: 160688701 DE 14/11/2016. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11602546736. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA - ME

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 18/11/2016
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.
Informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo - Credenciamento de [illegible] (0000[illegible]0.2025.7.pg. 418

ALTERAÇÃO Nº 002 E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"

GLAUCO DOS SANTOS LOBATO, brasileiro, empresário, natural de São Luis - MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 26.09.1986, portador do RG nº 946924988 SEJUSPC/MA e do CPF nº 024.093.913-11, residente e domiciliado na Rua 86, 04 – Quadra 118 – Maiobão – Paço do Lumiar – MA – CEP: 65.130-000, e

EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO, brasileiro, empresário, natural de São Luis – MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 21.06.1983, portador do RG nº 151566520005 GEJUSPC/MA e do CPF nº 005.169.053-50, residente e domiciliado na Rua Boa Esperança, 902 – Condomínio Graphos – Bloco 10 – Apto 204 – Turu – São Luis – MA – CEP 65.066-190. Únicos sócios da sociedade **"SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"**, com sede na Avenida Jeronimo de Albuquerque Maranhão, 25 – Vinhais – Cond. Pat. Jardins – Torre B – Sala 712 – Hyde Park – São Luis – MA, CEP: 65.074-199, registrada na Junta Comercial do Estado do Maranhão, em 20 de janeiro de 2016 sob o NIRE nº 21200925111 e inscrita no CNPJ sob o nº 24.011.796/0001-46 **resolvem, assim, alterar e consolidar o contrato social:**

CLÁUSULA PRIMEIRA – O objeto social fica alterado para:

a) Agências de publicidade – CNAE 73.11-4/00;

À vista da modificação ora ajustada consolida-se o contrato social com a seguinte redação:

CLÁUSULA PRIMEIRA – A sociedade gira sob a denominação social de **SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME.**

CLÁUSULA SEGUNDA – A sociedade tem sede na Avenida Jeronimo de Albuquerque Maranhão, 25 – Vinhais – Cond. Pat. Jardins – Torre B – Sala 712 – Hyde Park – CEP: 65.074-199, na cidade de São Luis, Estado do Maranhão, podendo a qualquer tempo abrir ou fechar filial(is) ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA TERCEIRA – O objeto social é:

a) Agências de publicidade – CNAE 73.11-4/00;

CLÁUSULA QUARTA – A sociedade iniciou suas atividades em 20 de janeiro de 2016 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUINTA – O Capital Social é de R$ 15.000,00 (quinze mil reais) dividido em 15.000 (quinze mil) quotas de valor nominal de R$ 1,00 (hum real) cada, já integralizadas em moeda corrente do País, assim distribuídas entre os sócios:

Sócio	Quotas	Valor R$	%
EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO	7.500	7.500,00	50%
GLAUCO DOS SANTOS LOBATO	7.500	7.500,00	50%
TOTAL	**15.000**	**15.000,00**	**100%**

CLÁUSULA SEXTA – A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CERTIFICO O REGISTRO EM 29/12/2017 15:55 SOB Nº 20171293053.
PROTOCOLO: 171293053 DE 26/12/2017. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11704932633. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lílian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 29/12/2017
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.
Informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo - Credenciamento Processo 0010.2023.199.xxxx

ALTERAÇÃO Nº 002 E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA - ME"

CLÁUSULA SÉTIMA – A administração da sociedade e a representação ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente, será exercida pelo sócio **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO**, cumprindo a realização de todos os atos, transações e operações referente ao objeto social, inclusive de alienação e oneração do patrimônio social, respondendo para com a sociedade e para com terceiros, solidária e ilimitadamente pelo excesso de mandato e pelos atos que praticarem com violação da lei e presente contrato.

PARÁGRAFO PRIMEIRO – O administrador terá mandato por tempo indeterminado e terá direito a uma retirada mensal a título de pró labore, em valor a ser fixado a cada mês de janeiro de cada ano e vigente para todo o exercício.

PARÁGRAFO SEGUNDO – O administrador, isoladamente, poderá nomear procuradores "ad judicia" "ad negotia' em nome da sociedade, devendo o instrumento especificar os respectivos poderes e prazos de validade.

PARÁGRAFO TERCEIRO – A denominação social somente poderá ser usada nos negócios ou operações relacionados com o objetivo da sociedade, sendo expressamente defesa em avais, fianças ou quaisquer outras garantias em favor de terceiros, os quais se executados, serão nulos de pleno direito e não obrigarão a sociedade.

PARÁGRAFO QUARTO – O administrador poderá, isoladamente, praticar todos os atos necessários ao desenvolvimento social da sociedade, podendo abrir e encerrar contas bancárias, emitir e assinar cheques, solicitar talonários, emitir faturas, dar quitações, alienar bens móveis e imóveis e enfim, tudo que se fizer necessário ao desempenho dos negócios sociais da sociedade.

CLÁUSULA OITAVA – Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do Balanço Patrimonial e do Balanço de Resultado Econômico, que será aprovado através de reunião dos sócios, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas, podendo os sócios optar pelo aumento de capital, utilizando os lucros e/ou compensar prejuízos em exercício futuro.

CLÁUSULA NONA – As quotas da sociedade são indivisíveis e não poderão ser vendidas, cedidas ou transferidas a terceiros sem o reconhecimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a sessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA – No caso de um dos sócios desejar retirar-se da sociedade, deverá notificar aos demais sócios, por escrito, com antecedência de 60 (sessenta) dias, devendo as quotas serem oferecidas primeiramente aos outros sócios.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – No caso de falecimento de um dos sócios, a sociedade não será dissolvida ou extinta, cabendo ao sócio remanescente determinar o levantamento de um balanço especial na data do falecimento ocorrido. Os herdeiros do pré-morto deverão em 90 (noventa) dias da data do balanço especial, manifestar a sua vontade de serem integrados ou não à mesma sociedade, recebendo os direitos e obrigações contratuais do sócio extinto, ou então,

CERTIFICO O REGISTRO EM 29/12/2017 15:55 SOB Nº 20171293053.
PROTOCOLO: 171293053 DE 26/12/2017. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11704932633. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 29/12/2017
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.
Informando seus respectivos códigos de verificação

Anexo - Credenciamento Empresa [illegible] 0955616.2023 Pg: 4/28

recebendo todos os seus haveres, apurados até a data do balanço especial, com 10 (dez) prestações iguais e sucessivas, vencendo-se a primeira após 30 (trinta) dias da data do balanço especial.
PARÁGRAFO ÚNICO – As quotas liberadas pelos herdeiros do sócio pré-morto, pela manifestação de não integrarem a sociedade, poderão ser adquiridas por terceiros estranhos à sociedade.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – O administrador **GLAUCO DOS SANTOS LOBATO,** *declara sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei* especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública,ou a propriedade. **(art. 1.011, § 1º, CC/2002)**

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – Fica estabelecida que a sociedade não terá conselho fiscal.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – Os casos omissos neste instrumento e no código civil na parte sobre as sociedades limitadas serão regidos pela lei 6.404/76 como legislação suplementar.

CLAÚSULA DÉCIMA QUINTA – Os sócios elegem o foro de São Luis, Estado do Maranhão, para dirimir dúvidas oriundas ao presente contrato, com a expressa renúncia de quaisquer outro, pois mais privilegiado que seja.

E por estarem justos e contratados assinam as partes o presente instrumento, lavrado em 01 (uma) via, processando-se em seguida os devidos registros.

São Luis (MA), 18 de Dezembro de 2017.

Glauco dos Santos Lobato
Sócio – administrador

Edimar Cesar de Araujo Filho
Sócio

CERTIFICO O REGISTRO EM 29/12/2017 15:55 SOB Nº 20171293053.
PROTOCOLO: 171293053 DE 26/12/2017. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11704932633. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA ME

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 29/12/2017
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação

ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº 003 DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA"

GLAUCO DOS SANTOS LOBATO, brasileiro, empresário, natural de São Luis - MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 26.09.1986, portador do RG nº 946924988 SEJUSPC/MA e do CPF nº 024.093.913-11, residente e domiciliado na Rua 86, 04 - Quadra 118 – Maiobão – Paço do Lumiar – MA – CEP: 65.130-000, e

EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO, brasileiro, empresário, natural de São Luis – MA, casado, comunhão parcial de bens, nascido em 21.06.1983, portador do RG nº 151566520005 GEJUSPC/MA e do CPF nº 005.169.053-50, residente e domiciliado na Estrada do Sitio Grande, 900 – Condomínio Julia Campos – Sitio Grande – Paço do Lumiar – CEP: 65.130-000. Únicos sócios da sociedade **"SA COMUNICAÇÕES LTDA"**, com sede na Avenida Jeronimo de Albuquerque Maranhão, 25 – Vinhais – Cond. Pat. Jardins – Torre B – Sala 712 – Hyde Park – São Luis – MA – CEP: 65.074-199, registrada na Junta Comercial do Estado do Maranhão, em 20 de janeiro de 2016 sob o NIRE nº 2120092511-1 e inscrita no CNPJ sob o nº 24.011.796/0001-46 **resolvem, assim, alterar o contrato social**:

CLÁUSULA PRIMEIRA – O capital social que é de R$ 15.000,00 (quinze mil reais) dividido em R$ 15.000 (quinze mil) quotas de R$ 1,00 (um real) cada, fica alterado para R$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) dividido em 50.000 (cinquenta mil) quotas de R$ 1,00 (um real) cada, sendo a diferença de R$ 35.000,00 (trinta e cinco mil reais), será integralizada neste ato em moeda corrente do país. Ficando assim distribuídas:

Sócio	Quotas	Valor R$	%
GLAUCO DOS SANTOS LOBATO	25.000	25.000,00	50%
EDIMAR CESAR DE ARAUJO FILHO	25.000	25.000,00	50%
TOTAL	**50.000**	**50.000,00**	**100%**

CLÁUSULA SEGUNDA – Fica criada uma filial com sede na Rua Municipalidade, 985 – Sala 218 – Ed. Mirai Offices – Umarizal – Belém – Pará – CEP: 66.050-350.

CLÁUSULA TERCEIRA – Será destacado um capital de R$ 15.000,00 (quinze mil reais) dividido em R$ 15.000 (quinze mil) quotas de valor nominal de R$ 1,00 (hum real) cada.

Todas as demais cláusulas e condições estabelecidas no ato constitutivo da sociedade e alterações posteriores, não abrangidas pelo presente instrumento, permanecem em vigor.

CERTIFICO O REGISTRO EM 27/08/2018 16:32 SOB Nº 20180597019.
PROTOCOLO: 180597019 DE 22/08/2018. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11803554317. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 27/08/2018
www.empresafacil.ma.gov.br

Anexo - Credenciamento das empresas (0302874) SEI 0000873.119000858.2025.000209
A validade deste documento, se impresso, fica sujeita à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.

ALTERAÇÃO CONTRATUAL Nº 003 DA SOCIEDADE: "SA COMUNICAÇÕES LTDA"

Assim, por se acharem justos e contratados, assinam o presente instrumento processando os devidos registros.

São Luis (MA), 24 de Julho de 2017.

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO
RAIMUNDO DO LUMIAR - MA

Glauce dos Santos Lobato
Sócio – administrador

7º Tabelionato

Edimar Cesar de Araujo Filho
Sócio

CERTIFICO O REGISTRO EM 27/08/2018 16:32 SOB Nº 20180597019.
PROTOCOLO: 180597019 DE 22/08/2018. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11803554317. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA

JUCEMA

Lílian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 27/08/2018
www.empresafacil.ma.gov.br

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 423

AUTENTICAÇÃO DO REGISTRO DIGITAL

A Secretaria da Receita Federal do Brasil - RFB certifica que em 22/08/2018, foi realizado para a empresa SA COMUNICACOES LTDA, o registro de eventos para sua(s) filiais(s), conforme segue:

Protocolo	Arquivamento	Ato/Evento	Nire	CNPJ	Endereço
180597019	20180597019	002 / 026			Rua municipalidade, 985

CERTIFICO O REGISTRO EM 27/08/2018 16:32 SOB Nº 20180597019.
PROTOCOLO: 180597019 DE 22/08/2018. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11803554317. NIRE: 21200925111.
SA COMUNICACOES LTDA

JUCEMA

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
SECRETÁRIA-GERAL
SÃO LUÍS, 27/08/2018
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais.

Anexo - Credenciamento das empresas (0203874) SEI 0000873.110000850.0 2025 / pg. 424

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO

CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

2427486647

1 NOME E SOBRENOME: GLAUCO DOS SANTOS LOBATO

2 DATA DA 1ª HABILITAÇÃO: 22/11/2006

3 DATA, LOCAL E UF DE NASCIMENTO: 26/09/1986, SAO LUIS, MA

4a DATA EMISSÃO: 18/08/2022

4b VALIDADE: 17/08/2032

4c CAT.: D

4d NÚMERO DE IDENTIDADE / ÓRGÃO EMISSOR / UF: 948924988 SEJUSP MA

4e CPF: 024.093.913-11

5 Nº REGISTRO: 03981531234

6 OBS: B

7 NACIONALIDADE: BRASILEIRO

8 FILIAÇÃO: JORGE LUIS CASTRO LOBATO

SANDRA MARIA DOS SANTOS LOBATO

9 ASSINATURA DO PORTADOR

	9	10	11	12
ACC				
A				
A1				
B	17/08/2032			
B1				
C				
C1				

	9	10	11	12
D				
D1				
BE				
C1E				
C1E				
CE				
D1E				

12 OBSERVAÇÕES:

LOCAL: SÃO LUIS, MA

ASSINATURA DIGITALIZADA DO EMISSOR DE TRÂNSITO

MARANHÃO

2427486647

I<BRA039815212<580<<<<<<<<<<<
8609269M3208173BRA<<<<<<<<<<<6
GLAUCO<<DOS<SANTOS<LOBATO<<<<<

QR-CODE

Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: https://www.serpro.gov.br/assinador-digital.

SERPRO / SENATRAN

Presidência da República
Secretaria da Micro e Pequena Empresa
Secretaria de Racionalização e Simplificação
Departamento de Registro Empresarial e Integração
JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO

Gerlene Borges Silva
Juliana Ramos Pinheiro

14 FEV 2017

Aldimar Fonseca da Silva
Sandra Fe Maia Arcanjo Mendes

DECLARAÇÃO DE REENQUADRAMENTO DE ME PARA EPP

Ilmo. Sr. Presidente da Junta Comercial do Estado do Maranhão

A Sociedade **QUADRANTE DIGITAL LTDA-ME , com ato constitutivo registrado na Junta Comercial em 01/04/2013, NIRE: 21.2.0081927-2, CNPJ: 17.974.161/0001-89** , estabelecida na Rua Ariri zal, 220, Bloco 01; Apt. 301; Condomínio Village das palmeiras II, Cohama, São Luis, MA, CEP: 65.067-197, requer a Vossa Senhoria o arquivamento do presente instrumento e declara, sob as penas da Lei, que se reenquadra da condição de MICROEMPRESA PARA EMPRESA DE PEQUENO PORTE , nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14/12/2006.

Código do ato: 307 Descrição do Ato: REENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA COMO EMPRESA DE PEQUENO PORTE

São Luis - MA, 19 de Junho de 2015

Sócio: ROGERIO ROCHA RAPOSO

Sócio: LUZIVAN DE MORAIS FERREIRA

Para uso exclusivo da Junta Comercial:

DEFERIDO EM 24/06/2015 Angela Cristina F. de O. Pereira Julgador Singular do Reg. Mercantil Mat. 2303	Etiqueta de registro

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 426

JUCEMA

Junta Comercial do Estado do Maranhão
Certifico o Registro em 24/06/2015 Sob N° 20150484089
Protocolo : 150484089 de 23/06/2015 NIRE: 21200819272
QUADRANTE DIGITAL LTDA-ME
Chancela : BA42DE80CBACF8BBB7DC6074B6035BC969BE998A
São Luis, 24/06/2015

Lilian Theresa Rodrigues Mendonça
Secretário(a) Geral

Gustavo Vergino Silva
Juliana Ferraz Pestana

14 FEV 2017

Aldimar Fontoura da Silva
Sheilla Feitosa Araújo Rocha

7ª ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA DENOMINADA DE LA MARKA INTELIGENCIA DE MERCADO LTDA.

FELIPE DE SOUZA LADEIRA, brasileiro, casado sob o regime de comunhão parcial de bens, empresário, nascido em 29/01/1980, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), filho de Pedro Reis Ladeira e Lionete de Souza Ladeira, residente e domiciliado na Estrada do Araçagy, Residencial Damha, Rua 03, Quadra G, Casa 29, Araçagy, CEP 65.130-000, Paço do Lumiar (MA), portador da carteira de identidade nº 110097939, expedida em 19/10/1997, pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Maranhão e CPF sob o nº 521.657.793-91,

Único sócio da empresa **LA MARKA INTELIGENCIA DE MERCADO LTDA**, com sede na Avenida Paulista, nº 12, Sala 02 – Térreo, Olho d'agua, Cep 65065-300, São Luís MA, arquivada em 01/04/2013, na Junta Comercial do Estado do Maranhão - JUCEMA, sob NIRE 21200819272 e inscrita no CNPJ 17.974.161/0001 - 89, resolvem alterar e consolidar o contrato social e o fazem mediante as cláusulas e condições seguintes:

1 – Altera-se através deste ato a sede e domicilio da empresa para: Avenida dos Holandeses/Cons. Hilton Rodrigues, Parq./Atlântico, nº 15, Olho D' Agua, Cep.: 65065-180, São Luís – MA.

2 - O capital social que é de R$ 50.000,00 (Cinquenta mil reais), dividido em 50.000 (Cinquenta mil) quotas, com valor nominal de R$ 1,00 (Um real) cada, totalmente integralizadas em moeda corrente do país, será aumentado em R$ 450.000,00

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 428

(Quatrocentos e cinquenta mil reais), representado por 450.000 (Quatrocentas e cinquenta mil) cotas, com valor nominal de R$ 1,00 (Hum real cada), da seguinte forma;

1- Aproveitamento da Conta Reserva de Lucros do Balanço Patrimonial ano 2023 registrado em 18/04/2024 sob nº 20240473302, o valor de R$ 200.000,00 (Duzentos mil reais)

2- Aproveitamento da Conta Lucros Acumulados do Balanço Patrimonial ano 2023 registrado em 18/04/2024 sob nº 20240473302, o valor de R$ 250.000,00 (Duzentos e cinquenta mil reais).

3 – Devido o aumento de capital, o quadro societário passa a ter a seguinte distribuição:

Sócio	Quotas	Capital	Part %
Felipe de Souza Ladeira	500.000	500.000,00	100%
Total	**500.000**	**500.000,00**	**100%**

4 – A administração da Sociedade será exercida pelo sócio **FELIPE DE SOUZA LADEIRA** que poderá usar a firma social para fins estritamente do interesse da sociedade, sendo vedado o emprego de forma isolada em quaisquer operações de favor, tais como: avais, endosso, fianças, as quais realizadas, não obrigarão em hipótese alguma a sociedade.

5 – O administrador, declara sob as penas da lei, de que não estar impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional contra normas de defesa se concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 429

À vista da modificação ora ajustada, consolida-se o contrato, com a seguinte redação:

FELIPE DE SOUZA LADEIRA, brasileiro, casado sob o regime de comunhão parcial de bens, empresário, nascido em 29/01/1980, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), filho de Pedro Reis Ladeira e Lionete de Souza Ladeira, residente e domiciliado na Estrada do Araçagy, Residencial Damha, Rua 03, Quadra G, Casa 29, Araçagy, CEP 65.130-000, Paço do Lumiar (MA), portador da carteira de identidade nº 110097939, expedida em 19/10/1997, pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Maranhão e CPF sob o nº 521.657.793-91,

Único sócio da sociedade limitada unipessoal **LA MARKA INTELIGENCIA DE MERCADO LTDA,** com sede na Avenida dos Holandeses/Cons. Hilton Rodrigues, Parq./Atlântico, nº 15, Olho D' Agua, Cep.: 65065-180, São Luís – MA., arquivada em 01/04/2013, na Junta Comercial do Estado do Maranhão - JUCEMA, sob NIRE 21200819272 e inscrita no CNPJ 17.974.161/0001 - 89, resolve consolidar o contrato social e faz mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLAUSULA PRIMEIRA: A sociedade limitada unipessoal gira sob o nome empresarial de **LA MARKA INTELIGENCIA DE MERCADO LTDA**, com sede na Avenida dos Holandeses/Cons. Hilton Rodrigues, Parq./Atlântico, nº 15, Olho D' Agua, Cep.: 65065-180, São Luís – MA.

CLAUSULA SEGUNDA: A sociedade limitada unipessoal tem como objeto social : Agências de publicidade; Web design; Marketing direto; Consultoria em publicidade; Promoção de vendas; Outras atividades de publicidade não especificadas anteriormente (Prestação de serviços de Agência de Publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenha por objeto o estudo, planejamento,

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 430

conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão da execução externa, intermediação e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, bem como atividades complementares vinculadas à atividade principal e Assessoria e Consultoria em Branding (Gestão De Marcas)).

CLAUSULA TERCEIRA: – A administração da sociedade limitada unipessoal é exercida pelo sócio **FELIPE DE SOUZA LADEIRA** que poderá usar a firma social para fins estritamente do interesse da sociedade, sendo vedado o emprego de forma isolada em quaisquer operações de favor, tais como: avais, endosso, fianças, as quais realizadas, não obrigarão em hipótese alguma a sociedade.

CLAUSULA QUARTA: No caso de ausência, morte ou incapacidade do administrador, a administração da sociedade será exercida por procurador(es) que terá(ão) plenos poderes de administração da sociedade, em todos os negócios ordinários necessários ao desenvolvimento de suas atividades, devendo, todavia, observar a necessidade de deliberação de sócios, nos termos do Contrato Social e do Acordo de Sócios, arquivado na sede da Sociedade.

CLAUSULA QUINTA: O capital social que é de R$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais), dividido em 500.000 (Quinhentas mil) quotas, com valor nominal de R$ 1,00 (Um real) cada, totalmente integralizadas em moeda corrente do país e distribuídos entre os seus sócios da seguinte forma:

Sócio	Quotas	Capital	Part %
Felipe de Souza Ladeira	500.000	500.000,00	100%
Total	500.000	500.000,00	100%

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 431

CLAUSULA SEXTA: A responsabilidade do sócio, nos termos de art. 1.052 da Lei n° 10.406, de 10 de janeiro de 2002, é restrita ao valor de suas quotas, mais e responde solidariamente pelo capital integralizado.

Paragrafo Único: O sócio não responderá subsidiariamente pelas obrigações sociais, conforme facultado pelo inciso VIII do art. 997 da lei n° 10.406 de 10 de janeiro de 2002.

CLAUSULA SETIMA: O sócio poderá, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a titulo de pró-labore, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLAUSULA OITAVA: Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificativa de sua administração, procedendo á elaboração do inventario, do balanço patrimonial e do balanço dos resultados econômicos, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

Parágrafo primeiro: O sócio poderá receber antecipação de lucros mensalmente, quando feita apuração do resultado por meio de demonstrações contábeis levantadas para este fim.

Parágrafo segundo: Os valores pagos ao sócio, no decorrer do exercício social, na forma de aporte de capital poderão ser registrados como Reserva de Capital – Adiantamentos para futuro aumento de capital.

CLAUSULA NONA: Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, o sócio deliberará sobre suas contas e designará administrador(es), quando for o caso.

CLAULA DECIMA: A sociedade limitada unipessoal poderá abrir e fechar filiais, agencias, sucursais e quaisquer outros estabelecimentos em qualcuer parte do território nacional, onde convier aos interesses sociais.

CLAUSULA DECIMA PRIMEIRA: A sociedade iniciou suas atividades em 15/03/2013, e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLAUSULA DECIMA SEGUNDA: As quotas são individuais e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do sócio, a quem fica assegurado, bem igualdade de condições e preços, direito de preferência para sua aquisição se postas á venda, formalizando se realizada a sessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLAUSULA DECIMA TERCEIRA: A sociedade limitada unipessoal não será dissolvida e conseguintemente, não entrará em liquidação, por motivo de morte, impedimento, falência, insolvência ou retirada de quaisquer sócios ocorrendo quaisquer dos casos aqui previstos, até quatro meses após o encerramento do exercício social, proceder-se-á apuração dos haveres do sócio que morrer, falir, for declarado insolvente ou impedido, ou que se retira, com base no último balanço geral anual, se o evento ocorrer após aquele prazo, levantar-se-á um balanço especial, salvo se o mesmo ocorrer nos dois últimos meses de exercício social, hipótese em que apuração será feita com base no balanço anual desse exercicio, esperando-se para tanto, o seu encerramento, sendo a apuração dos haveres processada conforme o Acordo de Sócios, arquivado na sede da Sociedade.

CLAUSULA DECIMA QUARTA: O administrador declara sob as penas da lei, de que não estar impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede,

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 433

ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional contra normas de defesa se concorrência, contra as relações de consumo, fé publica, ou a propriedade.

CLAUSULA DECIMA QUINTA: A sociedade será regida de forma supletiva pela Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, nos termos do parágrafo único do art. 1.053 do Código Civil e pelo Acordo de Sócios, arquivado na sede da Sociedade.

CLAUSULA DECIMA SEXTA: Para todas as questões oriundas deste contrato social, fica eleito o foco da cidade de São Luís – MA.

Prova para firmeza de assim haver ajustado, contratado e se obrigado, por si e seus sucessores, os sócios assinam o presente instrumento.

São Luís (MA), 4 de fevereiro de 2024.

FELIPE DE SOUZA LADEIRA
Sócio - administrador

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa LA MARKA INTELIGENCIA DE MERCADO LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
52165779391	FELIPE DE SOUZA LADEIRA

CERTIFICO O REGISTRO EM 13/03/2025 08:38 SOB Nº 20250290740.
PROTOCOLO: 250290740 DE 13/03/2025.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12504306961. CNPJ DA SEDE: 17974161000189.
NIRE: 21200819272. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 04/03/2025.
LA MARKA INTELIGENCIA DE MERCADO LTDA

JUCEMA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES PEREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito a comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO

CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN

FELIPE DE SOUZA LADEIRA

13/07/1998

29/01/1980, RIO DE JANEIRO, RJ

17/05/2023

16/05/2033

D

BRASILEIRO

PEDRO REIS LADEIRA

LIONETE DE SOUZA LADEIRA

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

2600190295

2600190295

SÃO LUÍS, MA

MARANHÃO

I<BRA003364185<028<<<<<<<<<<<<
8001298M3305164BRA<<<<<<<<<<<2
FELIPE<<DE<SOUZA<LADEIRA<<<<<<

QR-CODE

Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: https://www.serpro.gov.br/assinador-digital.

SERPRO / SENATRAN

CLARA
comunicação

PROCURAÇÃO

Outorgante
CLARA COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ: 02.876.884/0001-78
Av. Nina Rodrigues, Ed. Lagoa Corporate & Offices, Torre 01, sala 302 - Ponta D´areia
São Luís/MA

Outorgado
Tatiana Fagundes Bastos Melo de Andrade
RG nº 050416612013-2 SSP-MA
CPF nº 644.846.881-15

Objeto

Representar o outorgante na Clara Comunicação em qualquer ato administrativo ou jurídico.

Poderes

Apresentar propostas, assinar contratos administrativos e processo jurídicos, retirar editais de concorrências, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato e representatividade legal da referida empresa.

São Luís-MA, 19 de maio de 2025.

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS JULIANA PEREIRA
Reconheço por SEMELHANCA a(s) firma(s) abaixo:
FELIX ALBERTO GOMES LIMA
São Luís, 26/05/2025 15:57:48 14755
São Luís, 26/05/2025 15:48:03 20288
Em Testemunho da verdade.
Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: RECFIR156711NJD0ZVDAAUOHGW70 - Ato: 13.17.2
Emol: R$5.92 FERC: R$0.17 FADEP: R$0.23 FEMP: R$0.23 Total: R$6.55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

5º OFÍCIO NOTAS SÃO LUIS-MA

CLARA COMUNICAÇÃO
Félix Alberto Gomes Lima
Diretor Geral

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 437

CONTRATO DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE POR QUOTAS DE RESPONSABILIDADE LIMITADA "CLARA COMUNICAÇÕES E ASSESSORIA DE IMPRENSA *LTDA.*"

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS – JULIANA PEREIRA SOARES LOUREIRO
AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 16/01/2023 09:45:21 9495
Em Testemunho _____ da verdade.
Gabriel Silva Barbosa - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT15671151LTRNRLL2P578T11 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.44 FERC.:R$0.16 FADEP:R$0.21 FEMP:R$0.21 Total:R$6,02
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

Pelo presente instrumento particular, **FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA**, brasileiro, solteiro, empresário, portador da CI n.° 715.021, expedida pela SSPMA em 02.10.81 e do CIC n.° 292.567.203-53, residente e domiciliado na Rua Prof.° Luís Pinho Rodrigues, n.° 16, Loteamento Boa Vista, Apt.° 104 Bloco 01, Condomínio Costa Azul, São Luís, CEP. 65.075.01716, e **SATURNINA GOMES DA SILVA**, brasileira, casada, empresária, portadora da CI n.° 97429098-0, expedida pela SSPMA, em 14.09.98, e do CIC n.° 103.309.413-72, residente e domiciliada na Rua Cedros n° 15, Quadra 13, São Francisco, ambos na cidade de São Luís, Estado do Maranhão; resolvem constituir, como de fato constituída tem, uma sociedade por quotas de responsabilidade limitada, que reger-se-á pelas cláusulas e condições seguintes e, nas omissões, pela legislação específica vigente:

PRIMEIRA - A sociedade girará sob a denominação social de "CLARA COMUNICAÇÕES E ASSESSORIA DE IMPRENSA LTDA".

SEGUNDA - A sociedade terá sua sede na cidade de São Luís, Estado do Maranhão, localizada na Rua Prof.° Luís Pinho Rodrigues, n.° 16, Loteamento Boa Vista, Apt.° 104, Bloco 01, Condomínio Costa Azul, São Luís, CEP. 65.075.01716, podendo estabelecer filiais ou sucursais em qualquer ponto do território nacional, obedecendo às disposições legais vigentes.

TERCEIRA - O objeto da Sociedade será a exploração do ramo de comunicações e assessoria de imprensa.

QUARTA - O Capital Social é de R$ 5.000,00 (cinco mil reais) dividido em 5.000 (cinco mil) quotas de R$ 1,00 (um real) cada, assim distribuídas:

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS – JULIANA PEREIRA SOARES
AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:19:32 682
Em Testemunho _____ da verdade
Rânnia Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711CD5PNW4W008FVY29 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.92 FERC.:R$0.17 FADEP:R$0.23 FEMP:R$0.23 Total:R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

a) O sócio FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA, é possuidor de 4.750 (quatro mil, setecentas e cinqüenta) quotas no total de R$ 4.750,00 (quatro mil setecentos e cinqüenta reais), correspondendo a 95% (noventa e cinco por cento) do capital;

b) A sócia SATURNINA GOMES DA SILVA, é possuidora de 250 (duzentas e cinqüenta) quotas no total de R$ 250,00 (duzentos e cinqüenta reais), correspondendo a 5% (cinco por cento) do capital.

Parágrafo Único - As referidas quotas são subscritas e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País.

QUINTA - A responsabilidade de cada sócio é limitada ao total do Capital Social;

SEXTA - O prazo de duração da sociedade será por tempo indeterminado.

SÉTIMA - A gerência da sociedade será exercida pelo sócio FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA, que representará a sociedade ativa e passiva, judicial e extrajudicialmente., e, nos seus impedimentos, pela sócia SATURNINA GOMES DA SILVA;

OITAVA - A denominação social será usada exclusivamente para os negócios da sociedade.

NONA - O Sócio no exercício da gerência terá direito a uma retirada mensal, à título de pro-labore, em valor a ser fixado a cada novo ano e vigente para todo o exercício.

DÉCIMA - Todo dia 31 de dezembro de cada ano, será procedido o levantamento do balanço do exercício, sendo que os lucros ou prejuízos verificados, serão distribuídos ou suportados pelos sócios, na proporção de suas quotas de capital;

DÉCIMA PRIMEIRA - As quotas de capital são indivisíveis, e não poderão ser cedidas ou transferidas sem o expresso consentimento da sociedade.

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 16/01/2023 09:45:21 9495
Em Testemunho da Verdade
Gabriel Silva Barbosa - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711ODAYQ6LB2GWBBL50 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.44 FERC.:R$0.16 FADEP:R$0.21 FEMP:R$0.21 Total:R$6,02
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:19:32 682
Em Testemunho da Verdade
Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711KSN3324ASDMCSE25 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.92 FERC.:R$0.17 FADEP:R$0.23 FEMP:R$0.23 Total:R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 439

DÉCIMA SEGUNDA - No caso de um sócio desejar retirar-se da sociedade, deverá notificar o outro, por escrito, com antecedência de 60 (sessenta) dias e seus haveres lhe serão reembolsados na forma que ficar combinado.

DÉCIMA TERCEIRA - No caso de falecimento ou dissidência de qualquer um dos sócios, a sociedade não se dissolverá, podendo o sócio remanescente admitir novos sócios, pagando, entretanto, aos herdeiros do falecido ou dissidente seus haveres apurados até a data do fato, em balanço levantado para tal fim, na forma que ficar combinado.

DÉCIMA QUARTA - Fica indicado o foro desta capital, para dirimir demandas oriundas deste Contrato, que não sejam solucionadas amigavelmente entre os sócios.

DÉCIMA QUINTA - Os sócios declaram que não estão incursos em nenhum dos crimes previstos em lei, que os impeçam de exercer atividades mercantis.

E por assim estarem de comum acordo, firmam o presente instrumento em 4 (quatro) vias de igual teor e data, na presença das testemunhas abaixo nomeadas, que também o assinam.

São Luís (MA), 05 de novembro de 1998

FELIX ALBERTO GOMES LIMA

SATURNINA GOMES DA SILVA

Testemunhas:

JOSÉ RIBAMAR NEVES DOS SANTOS
CI n.º 292.250 SSPMA

MÁRIO VIANA FERREIRA
CI n.º 64.731 SSPMA

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO MARANHÃO
CERTIFICO O REGISTRO EM 04/12/1998
SOB O NÚMERO 21 2 0044574 7
MÔNICA BEZERRA DA ROCHA
SECRETÁRIO GERAL
Protocolo: 98/015164-3

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS
AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 16/01/2023 09:45:21 9495
Em Testemunho da verdade.
Gabriel Silva Barbosa - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711Y3SNMICS3D24TH14 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.44 FERC.:R$0.16 FADEP:R$0.21 FEMP:R$0.21 Total:R$6,02
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS
AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:19:32 682
Em Testemunho da verdade.
Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711DOCC8TVX0M1M6559 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.92 FERC.:R$0.17 FADEP:R$0.23 FEMP:R$0.23 Total:R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 440

ALTERAÇÃO Nº. 01 E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA CLARA COMUNICAÇÃO LTDA.

FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA, brasileiro, solteiro, empresário, natural de Presidente Dutra - MA, nascido em 27/03/1967, portador da carteira de identidade nº 058062082016-1 SSP/MA e CPF nº 292.567.203-53, residente e domiciliado Rua Arlino Menezes, Condomínio Golden Green, Casa 20, Bairro Olho d Agua, CEP 65074-111, na cidade de São Luís, Estado do Maranhão.

Único sócio da firma denominada **CLARA COMUNICAÇÃO LTDA**, estabelecida na Cidade de São Luís/MA na Avenida Maestro João Nunes/ Avenida Ana Jansen, nº 09, pavimento 03, Torre I, sala 302, ponta d' areia, CEP: 65.076.730, na Cidade de São Luís, Estado do Maranhão, devidamente inscrita na Junta Comercial do Maranhão sob o NIRE 21600153280, inscrita no Ministério da Fazenda do Maranhão sob o CNPJ nº02.876.884/0001-78, cláusulas e condições seguintes resolve alterar e consolidar o contrato social, como:

Cláusula Primeira – O socio obedecendo as disposições legais pertinente, resolve reduzir o capital social *da empresa de R$ 13.391.000,00 (treze milhões trezentos e noventa e um mil reais) reais, divido em* 13.391.000 (treze milhões trezentas e noventa e um mil) quotas de R$ 1,00 (hum) real cada, para R$ 6.000.000,00 (seis milhões) reais, divididos em 6.000.000 (seis milhões) quotas de R$ 1,00 (hum) real cada, totalmente integralizado em moeda corrente do país, a redução de capital se deu por esta excessivo ao objeto social.

Cláusula Segunda – Por força da presente alteração o capital social é de R$ 6.000.000,00 (seis milhões) reais, divididos em 6.000.000 (seis milhões) quotas de R$ 1,00 (hum) real cada, totalmente integralizado em *moeda corrente do país, e tendo a seguinte distribuição entre os sócios:*

SÓCIOS	QUOTAS	VALORES	%
FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA	6.000.000	R$ 6.000.000,00	100
TOTAL	6.000.000	R$ 6.000.000,00	100

Cláusula Terceira – Permanecem em vigor as demais clausulas não alteradas por este instrumento.

À vista das modificações ora ajustadas consolida-se o Contrato Social, com a seguinte redação:

FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA, brasileiro, solteiro, empresário, natural de Presidente Dutra - MA, nascido em 27/03/1967, portador da carteira de identidade nº 058062082016-1 SSP/MA e CPF nº 292.567.203-53, residente e domiciliado Rua Arlino Menezes, Condomínio Golden Green, Casa 20, Bairro Olho d Agua, CEP 65074-111, na cidade de São Luís, Estado do Maranhão.

Cláusula Primeira – A empresa gira sob o nome empresarial **CLARA COMUNICAÇÃO LTDA** tem sua sede na Avenida Maestro João Nunes/ Avenida Ana Jansen, nº 09, pavimento 03, Torre I, sala 302, ponta d' areia, CEP: 65.076.730.

Parágrafo Único – A empresa iniciou suas atividades em 04/12/1998 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

Cláusula Segunda – A empresa tem como objeto social:

CNAE 7311-4/00: AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

Cláusula Terceira – O capital social será de R$ 6.000.000,00 (seis milhões) de reais, divididos em 6.000.000 (seis milhões) quotas indivisíveis de R$ 1,00 (Um real) cada uma, integralizadas neste ato, em moeda corrente legal do Paíspelo sócio.

Parágrafo Único – O Capital Social fica distribuído entre os sócios na seguinte proporção:

SÓCIOS	QUOTAS	VALORES	%
FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA	6.000.000	R$ 6.000.000,00	100
TOTAL	6.000.000	R$ 6.000.000,00	100

AUTENTICAÇÃO NO VERSO

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS – JULIANA PEREIRA SOARES

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:24:45 2793
Em Testemunho _____ da verdade

Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT15671162621DDQA18A8W02 - Ato: 13.18
Emol: R$5,92 FERC: R$0,17 FADEP: R$0,23 FEMP: R$0,23 Total: R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 441

Cláusula Quarta – A sociedade permanecerá de forma unipessoal considerando a disposição constante do parágrafo único do art. 1.052 do Código Civil e em obediência ao contido na *INSTRUÇÃO NORMATIVA* DREI Nº 63, DE 11 DE JUNHO DE 2019.

Cláusula Quinta – *A administração da sociedade poderá ser exercida por administrador não sócio.*

Cláusula Sexta – A administração da sociedade é exercida, por prazo indeterminado, pelo sócio **FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA,** com os poderes e atribuições de administradores, que deverão representá-lo ativa e passivamente, em juízo ou fora dele, autorizado o uso do nome empresarial, vedado, no entanto, em atividadesestranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros.

Parágrafo Único– Para movimentação em rede bancária, no que diz abertura de contas, aquisição de talões de cheques, emissão de cheques, retiradas de dinheiro, empréstimos, dentre outros, será assinatura individual do sócio *administrador **FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA**, já qualificado.*

Cláusula Sétima - Ao termino de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo a elaboração do inventario, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico.

Cláusula Oitava– A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual.

Parágrafo Único – A sociedade poderá a qualquer tempo participar como sócio quotista de outras sociedades.

Cláusula Nona - O sócio poderá retirar mensalmente importância fixada, bem como estabelecer ao administrador uma retirada com a mesma natureza, as quais serão levadas à conta de despesas gerais, desde que não ultrapassem os limites da legislação pertinente.

Cláusula Décima – Falecendo ou interditado o sócio, a sociedade continuará sua atividade com os herdeiros, a sucessora ou o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesses destes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na sua situação patrimonial *da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço* especialmente levantado.

Parágrafo Único – O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação ao sócio.

Cláusula Décima Primeira – O sócio administrador **FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA**, já qualificado, declara sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, *ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas* de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

Cláusula Décima Segunda– A sócia poderá nomear procuradores para exercer suas atividades em período integral ou parcial.

Cláusula Décima Terceira – Fica eleito o foro de São Luís – MA, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem assim justos e contratados assinam o presente instrumento em 03 (três) vias de igual teor e forma *na presença das testemunhas abaixo que a todo ato assistiram.*

São Luís – MA, 01/03/2024.

FÉLIX ALBERTO GOMES LIMA
Socio administrador

AUTENTICAÇÃO NO VERSO

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS – JULIANA PEREIRA SOARES

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:24:45 2793
Em Testemunho _____ da verdade
Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711VE8NE4DUGNRM6W98 Ato: 13.18
Emol: R$5,92 FERC: R$0,17 FADEP: R$0,23 FEMP: R$0,23 Total: R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 442

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa CLARA COMUNICAÇÃO LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
29256720353	FELIX ALBERTO GOMES LIMA

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 27/02/2025 12:55:30 23106
Em Testemunho _____ da verdade.

Kimberly Costa Silva Viegas - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711GE4QL846OFM8KU72 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.92 FERC: R$0.17 FADEP:R$0.23 FEMP:R$0.23 Total:R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:24:45 2793
Em Testemunho _____ da verdade.

Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711GTP0CNVGYLIC1094 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.92 FERC: R$0.17 FADEP:R$0.23 FEMP:R$0.23 Total:R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

JUCEMA

CERTIFICO O REGISTRO EM 13/05/2024 11:15 SOB Nº 20240436750.
PROTOCOLO: 240436750 DE 29/04/2024.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12406721435. CNPJ DA SEDE: 02876884000178.
NIRE: 21600153280. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 13/05/2024.
CLARA COMUNICAÇÃO LTDA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES FERREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0008873.110000950.2025 pg. 444

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

ESTADO DO MARANHÃO

SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA

POLÍCIA CIVIL DE POLÍCIA TÉCNICA

INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE

VALIDA EM TODO O TERRITORIO NACIONAL

REGISTRO GERAL 050416612013-2 DATA DE EXPEDIÇÃO 11/11/2013

NOME TATIANA FAGUNDES BASTOS MELO DE ANDRADE

FILIAÇÃO LUIZ CARLOS BASTOS E IVANIA MARIA FAGUNDES BASTOS

NATURALIDADE MANHUACU - MG

DATA DE NASCIMENTO 28/09/1978

DOC ORIGEM CASAM. N.03941 FLS.041 LIV.B 021

CPF 644846881-15

SAO LUIS-MA P-3

ASSINATURA DO DIRETOR

VIA-01

LEI Nº 7.116 DE 29/08/83

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 445

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS — JULIANA PEREIRA SOARES

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 11/10/2024 08:43:35 30502
Em Testemunho _____ da verdade.

Mariana Carneiro Martins Vieira Vitor - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT1567114QUJ8NVYCVCNQC94 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.65 FERC.:R$0.16 FADEP:R$0.22 FEMP:R$0.22 Total:R$6,25
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

5º TABELIONATO DE NOTAS E REGISTRO DE CONTRATOS MARÍTIMOS

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

ESTADO DO MARANHÃO
SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA
DELEGACIA GERAL DE POLÍCIA CIVIL
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO

MA1942124499

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL 058062082016-1 DATA DE EXPEDIÇÃO 27/01/2016

NOME FELIX ALBERTO GOMES LIMA

FILIAÇÃO
EURIPEDES CORREIA LIMA E SATURNINA GOMES LIMA

NATURALIDADE
PRESIDENTE DUTRA - MA

DATA DE NASCIMENTO
27/03/1967

DOC ORIGEM
NASC. N.11846 FLS.243V LIV.26

CPF
292567203-53

SAO LUIS-MA
P-3

LUCIO FLAVIO CAVALCANTE
ASSINATURA DO DIRETOR

VIA-01

LEI Nº 7.116 DE 29/08/83

5º TABELIONATO DE NOTAS DE SÃO LUÍS — JULIANA PEREIRA SOARES

AUTENTICAÇÃO
Conferido e achado conforme original apresentado
São Luís, 26/05/2025 16:14:34 10862
Em Testemunho _____ da verdade.

Râmila Ferreira Araújo - Escrevente
PODER JUDICIÁRIO - TJMA
Selo: AUTENT156711OU49DQ4111L8QU17 - Ato: 13.18
Emol.:R$5.92 FERC.:R$0.17 FADEP:R$0.23 FEMP:R$0.23 Total:R$6,55
Consulte a validade deste selo no site https://selo.tjma.jus.br

5º TABELIONATO DE NOTAS E REGISTRO DE CONTRATOS MARÍTIMOS - SÃO LUÍS / MA - SOMENTE

QUARTA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL

SOU COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ Nº 34.763.388/0001-02

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, EMPRESÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido em 07/08/1992, portador da Carteira de Identidade nº 0202887820021 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 054.505.833-38 residente e domiciliado na Rua João Damasceno, SN, Condomínio Unique Residence, Apto 308, CEP: 65.054-510, São Luis-MA.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 29/01/1989, portador da Carteira de Identidade nº 0169849320014 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 041.263.843-67, residente e domiciliado na Rua das Jaqueiras, sn, Condomínio Amaral de Matos, Casa 10, Quadra 15, Amaral de Matos, CEP: 65.130-000, Paço do Lumiar-MA.

Únicos sócios componente da sociedade empresarial limitada que gira sob o nome empresarial de **SOU COMUNICAÇÃO LTDA,** com sede no seguinte endereço: na Avenida 02 – Lot. Jaracaty, 3000 A, Ed. Empresarial Jaracaty, Sala 1112, Jaracaty, Cep: 65.075-720, São Luis – MA, com seu Contrato Social arquivado na Junta Comercial do Estado do Maranhão sob o nº 212.0104374-0, inscrita no CNPJ: 34.763.388/0001-02, **RESOLVE**, por este instrumento particular de alteração contratual, alterar o seu contrato social, mediante as cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA - A administração da sociedade passará a ser exercida pelos sócios **JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA** e **BRUNO CARDOSO DE SOUSA**, na forma isoladamente ou em conjunto, as quais receberão a denominação de sócios-administradores, cabendo a eles em comum acordo a fixação do valor da retirada mensal, assim como, a forma de distribuição dos resultados.

CLÁUSULA SEGUNDA – Os sócios administradores **JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA** e **BRUNO CARDOSO DE SOUSA** declaram, sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade. (artigo 1011, § 1º da Lei 10.406/02).

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 446

CLÁUSULA TERCEIRA - O capital social é R$ 100.000,00 (cem mil reais), totalmente integralizado em moeda corrente do país, a partir desta data passará a ser de R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) dividido em 600.000 (seiscentos mil) quotas no valor nominal de R$ 1,00 (um real) cada, sendo integralizado nesta data em moeda corrente do país, pelos sócios, ficando o capital social assim distribuído:

Nome	(%)	Quotas	Valor R$
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA	50%	300.000	300.000,00
BRUNO CARDOSO DE SOUSA	50%	300.000	300.000,00
TOTAL	**100%**	**600.000**	**600.000,00**

CLÁUSULA QUARTA - Nos termos do art. 1.052 do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas.

CLÁUSULA QUINTA – Em razão da modificação contratual, os sócios resolvem consolidar o contrato social tornando sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo e a alterações anteriores, passando a ter a seguinte redação.

CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE LIMITADA

SOU COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ Nº 34.763.388/0001-02

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, EMPRESÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido em 07/08/1992, portador da Carteira de Identidade nº 0202887820021 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 054.505.833-38 residente e domiciliado na Rua João Damasceno, SN, Condomínio Unique Residence, Apto 308, CEP: 65.054-510, São Luis-MA.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido em 29/01/1989, portador da Carteira de Identidade nº 0169849320014 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 041.263.843-67, residente e domiciliado na Rua das Jaqueiras, sn, Condomínio Amaral de Matos, Casa 10, Quadra 15, Amaral de Matos, CEP: 65.130-000, Paço do Lumiar-MA.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO NOME EMPRESARIAL E ENDEREÇO

A sociedade tem o nome empresarial de **SOU COMUNICAÇÃO LTDA,** com sede em São Luis, na Avenida 02 – Lot. Jaracaty, 3000 A, Ed. Empresarial Jaracaty, Sala 1112, Jaracaty, Cep: 65.075-720, São Luis – MA.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 447

CLÁUSULA SEGUNDA – FILIAIS E OUTRAS DEPENDÊNCIAS

A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, no país ou no exterior, mediante alteração contratual assinada pelas sócias.

CLÁUSULA TERCEIRA – INÍCIO DAS ATIVIDADES E PRAZO DE DURAÇÃO DA SOCIEDADE

A sociedade iniciou suas atividades em 30/08/2019 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUARTA – DO OBJETO SOCIAL

A sociedade tem como objetivo desenvolver atividade principal de Agência de Publicidade e atividades secundárias de Consultoria em Publicidade e Marketing Direto.

CNAE	DESCRIÇÃO
73.11-4/00	Agências de publicidade
73.19-0/04	Consultoria em publicidade
73.19-0/03	Marketing direto

CLÁUSULA QUINTA – DO CAPITAL SOCIAL

O capital social no valor de R$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), totalmente integralizado em moeda corrente do país, correspondente a 600.000 (cem mil) quotas de R$ 1,00 (um real) cada uma, ficando o capital social assim distribuído:

Nome	(%)	Quotas	Valor R$
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA	50%	300.000	300.000,00
BRUNO CARDOSO DE SOUSA	50%	300.000	300.000,00
TOTAL	**100%**	**600.000**	**600.000,00**

Parágrafo Primeiro: A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, mas responderá solidariamente pela integralização do capital social.

Parágrafo Segundo: A administração da sociedade será exercida pelos Sócios Administradores **JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA** e **BRUNO CARDOSO DE SOUSA**, podendo os sócios assinarem de forma isolada e/ou em conjunto, autorizado o uso do nome empresarial, praticar todo e qualquer ato de gestão pertinente ao objeto social. Vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

CLÁUSULA SEXTA – DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO

Os administradores declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

CLÁUSULA SÉTIMA – RETIRADA PRÓ-LABORE

Os sócios poderão fixar uma retirada mensal, a título de "pró-labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA OITAVA – DO BALANÇO PATRIMONIAL

Ao término de cada exercício, em 31/12, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo os sócios, os lucros ou perdas apuradas.

CLÁUSULA NONA – DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA

Os sócios declaram que:

a) A sociedade se enquadra na situação de microempresa;

b) O valor da receita bruta anual da sociedade, não excedeu no exercício anterior o limite fixado no inciso I do art. 3° da Lei Complementar n°.123/2006, observado o disposto no § 2° do mesmo artigo;

c) A sociedade não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4° do art. 3° da mesma Lei.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA RETIRADA OU FALECIMENTO DE SÓCIO

Retirando-se, falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz, desde que autorizado legalmente. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s) na continuidade da sociedade, esta será liquidada após a apuração do Balanço Patrimonial na data do evento. O resultado positivo ou negativo será distribuído ou suportado pelos sócios na proporção de suas quotas.

Parágrafo único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA CESSÃO DE QUOTAS

As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – FORO

Fica eleito o foro da comarca de São Luis/MA, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato, com expressa renuncia a qualquer outro, por mais especial ou privilegiado que seja ou venha a ser.

E por estar assim justos e contratados, lavra data e assina o presente instrumento, elaborado em via única, de igual teor e forma, para que valha na melhor forma do direito, obrigando-se fielmente por si e seus herdeiros a cumpri-lo em todos os seus termos.

São Luis/MA, 11 de outubro de 2024.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA
CPF: 041.263.843-67

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA
CPF: 054.505.833-38

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa SOU COMUNICACAO LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
04126384367	BRUNO CARDOSO DE SOUSA
05450583338	JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA

JUCEMA

CERTIFICO O REGISTRO EM 22/10/2024 14:41 SOB Nº 20241327725.
PROTOCOLO: 241327725 DE 22/10/2024.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12415029000. CNPJ DA SEDE: 34763388000102.
NIRE: 21201043740. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 11/10/2024.
SOU COMUNICACAO LTDA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES PEREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

TERCEIRA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL

SOU COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ Nº 34.763.388/0001-02

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, EMPRESÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido em 07/08/1992, portador da Carteira de Identidade nº 0202887820021 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 054.505.833-38 residente e domiciliado na Rua João Damasceno, SN, Condomínio Unique Residence, Apto 308, CEP: 65.054-510, São Luis-MA.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 29/01/1989, portador da Carteira de Identidade nº 0169849320014 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 041.263.843-67, residente e domiciliado na Rua das Jaqueiras, sn, Condomínio Amaral de Matos, Casa 10, Quadra 15, Amaral de Matos, CEP: 65.130-000, Paço do Lumiar-MA.

Únicos sócios componente da sociedade empresarial limitada que gira sob o nome empresarial de **SOU COMUNICAÇÃO LTDA,** com sede no seguinte endereço: na Avenida 02 – Lot. Jaracaty, 3000 A, Ed. Empresarial Jaracaty, Sala 1112, Jaracaty, Cep: 65.075-720, São Luis – MA, com seu Contrato Social arquivado na Junta Comercial do Estado do Maranhão sob o n° 212.0104374-0 em sessão de despacho do dia 30/08/2019, inscrita no CNPJ: 34.763.388/0001-02, **RESOLVE**, por este instrumento particular de alteração contratual, alterar o seu contrato social, mediante as cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA - Os sócios decidem entre si realizar alteração nas atividades exercidas, passando a ter o seguinte objeto social: A sociedade tem como objetivo desenvolver atividade principal de Agência de Publicidade e atividades secundárias de Consultoria em Publicidade e Marketing Direto.
E exercerá as seguintes atividades:

- 73.11-4/00 – Agências de publicidade
- 73.19-0/04 – Consultoria em publicidade
- 73.19-0/03 - Marketing direto

CLÁUSULA SEGUNDA – O capital social é R$ 20.000,00 (vinte mil reais), totalmente integralizado em moeda corrente do país, a partir desta data passará a ser de R$ 100.000,00 (cem mil reais) dividido em 100.000 (cem mil) quotas no valor nominal de R$ 1,00 (um real)

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 452

cada, sendo integralizado nesta data em moeda corrente do país, pelos sócios, ficando o capital social assim distribuído:

Nome	(%)	Quotas	Valor R$
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA	50%	50.000	50.000,00
BRUNO CARDOSO DE SOUSA	50%	50.000	50.000,00
TOTAL	**100%**	**100.000**	**100.000,00**

CLÁUSULA TERCEIRA - Nos termos do art. 1.052 do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas.

CLÁUSULA QUARTA – Em razão da modificação contratual, os sócios resolvem consolidar o contrato social tornando sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo e a alterações anteriores, passando a ter a seguinte redação.

CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE LIMITADA

SOU COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ Nº 34.763.388/0001-02

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, EMPRESÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido em 07/08/1992, portador da Carteira de Identidade nº 0202887820021 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 054.505.833-38 residente e domiciliado na Rua João Damasceno, SN, Condomínio Unique Residence, Apto 308, CEP: 65.054-510, São Luis-MA.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido em 29/01/1989, portador da Carteira de Identidade nº 0169849320014 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 041.263.843-67, residente e domiciliado na Rua das Jaqueiras, sn, Condomínio Amaral de Matos, Casa 10, Quadra 15, Amaral de Matos, CEP: 65.130-000, Paço do Lumiar-MA.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO NOME EMPRESARIAL E ENDEREÇO

A sociedade tem o nome empresarial de **SOU COMUNICAÇÃO LTDA,** com sede em São Luis, na Avenida 02 – Lot. Jaracaty, 3000 A, Ed. Empresarial Jaracaty, Sala 1112, Jaracaty, Cep: 65.075-720, São Luis – MA.

CLÁUSULA SEGUNDA – FILIAIS E OUTRAS DEPENDÊNCIAS

A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, no país ou no exterior, mediante alteração contratual assinada pelas sócias.

CLÁUSULA TERCEIRA – INÍCIO DAS ATIVIDADES E PRAZO DE DURAÇÃO DA SOCIEDADE

A sociedade iniciou suas atividades em 30/08/2019 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUARTA – DO OBJETO SOCIAL

A sociedade tem como objetivo desenvolver atividade principal de Agência de Publicidade e atividades secundárias de Consultoria em Publicidade e Marketing Direto.

CNAE	DESCRIÇÃO
73.11-4/00	Agências de publicidade
73.19-0/04	Consultoria em publicidade
73.19-0/03	Marketing direto

CLÁUSULA QUINTA – DO CAPITAL SOCIAL

O capital social no valor de R$ 100.000,00 (cem mil reais), totalmente integralizado em moeda corrente do país, correspondente a 100.000 (cem mil) quotas de R$ 1,00 (um real) cada uma, ficando o capital social assim distribuído:

Nome	(%)	Quotas	Valor R$
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA	50%	50.000	50.000,00
BRUNO CARDOSO DE SOUSA	50%	50.000	50.000,00
TOTAL	**100%**	**100.000**	**100.000,00**

Parágrafo Primeiro: A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, mas responderá solidariamente pela integralização do capital social.

Parágrafo Segundo: A administração da sociedade será exercida pelo Sócio Administrador **JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA**, podendo o sócio assinar de forma isolada, autorizado o uso do nome empresarial, praticar todo e qualquer ato de gestão pertinente ao objeto social. Vedado, no entanto, em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

CLÁUSULA SEXTA – DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO

O administrador declara, sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se

encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

CLÁUSULA SÉTIMA – RETIRADA PRÓ-LABORE

Os sócios poderão fixar uma retirada mensal, a título de "pró-labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA OITAVA – DO BALANÇO PATRIMONIAL

Ao término de cada exercício, em 31/12, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo os sócios, os lucros ou perdas apuradas.

CLÁUSULA NONA – DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA

Os sócios declaram que:

a) A sociedade se enquadra na situação de microempresa;
b) O valor da receita bruta anual da sociedade, não excedeu no exercício anterior o limite fixado no inciso I do art. 3° da Lei Complementar n°.123/2006, observado o disposto no § 2° do mesmo artigo;
c) A sociedade não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4° do art. 3° da mesma Lei.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA RETIRADA OU FALECIMENTO DE SÓCIO

Retirando-se, falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz, desde que autorizado legalmente. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s) na continuidade da sociedade, esta será liquidada após a apuração do Balanço Patrimonial na data do evento. O resultado positivo ou negativo será distribuído ou suportado pelos sócios na proporção de suas quotas.

Parágrafo único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA CESSÃO DE QUOTAS

As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço

direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – FORO

Fica eleito o foro da comarca de São Luis/MA, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato, com expressa renuncia a qualquer outro, por mais especial ou privilegiado que seja ou venha a ser.

E por estar assim justos e contratados, lavra data e assina o presente instrumento, elaborado em via única, de igual teor e forma, para que valha na melhor forma do direito, obrigando-se fielmente por si e seus herdeiros a cumpri-lo em todos os seus termos.

São Luis/MA, 01 de setembro de 2023.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA
CPF: 041.263.843-67

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA
CPF: 054.505.833-38

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa SOU COMUNICACAO LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
04126384367	BRUNO CARDOSO DE SOUSA
05450583338	JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA

JUCEMA

CERTIFICO O REGISTRO EM 04/09/2023 12:50 SOB Nº 20231119887.
PROTOCOLO: 231119887 DE 04/09/2023.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12313105698. CNPJ DA SEDE: 34763388000102.
NIRE: 21201043740. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 01/09/2023.
SOU COMUNICACAO LTDA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES PEREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO Nº 02 DO CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA HASHTAG PROPAGANDA LTDA – CNPJ: 34.763.388/0001-02

Pelo presente instrumento particular de alteração contratual de sociedade empresária limitada, os abaixo assinados:

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 07/08/1992, portador da Carteira de Identidade nº 0202887820021 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 054.505.833-38 residente e domiciliado na (o) Rua Dois, nº 42, Cohatrac IV, CEP: 65.054-510, São Luis-MA.

MATEUS MARK CALDAS GUIMARAES SANDES, BRASILEIRO, SOLTEIRO, EMPRESÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 18/10/1993, portador da Carteira de Identidade nº 0308548220060 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 044.662.471-37, residente e domiciliado na (o) Rua General Artur Carvalho, nº 15, Turu, CEP: 65.066-320, São Luis-MA.

Únicos sócios da sociedade empresária limitada denominada **HASHTAG PROPAGANDA LTDA**, com sede na Rua Dois, nº 42, Cohatrac IV, CEP: 65.054-510, São Luis-MA, inscrita no CNPJ sob nº 34.763.388/0001-02, registrada na Junta Comercial do Estado do Maranhão – JUCEMA sob NIRE nº 21201043740, em 04/09/2019, resolvem em comum acordo alterar o contrato social e a referida alteração conforme as cláusulas e condições a seguir:

CLÁUSULA I
Altera-se o nome empresarial da sociedade para **SOU COMUNICAÇÃO LTDA**.

CLÁUSULA II
Fica admitido na sociedade **BRUNO CARDOSO DE SOUSA**, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 29/01/1989, portador da Carteira de Identidade nº 0169849320014 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 041.263.843-67, residente e domiciliado na (o) Rua das Jaqueiras, sn, Condomínio Amaral de Matos, Casa 10, Quadra 15, Amaral de Matos, CEP: 65.130-000, Paço do Lumiar - MA.

CLÁUSULA III
Retira-se da Sociedade o sócio **MATEUS MARK CALDAS GUIMARÃES SANDES**, já acima qualificado, cedendo e transferindo a totalidade de suas quotas do capital social da empresa, de forma irrevogável e irretratável, mediante venda pelo valor certo e ajustado de R$ 25.000,00 (vinte cinco mil reais), para o sócio **BRUNO CARDOSO DE SOUSA**, com pagamento efetuado da seguinte forma: pagamento da quantia de R$ 12.500,00 (doze mil e quinhentos reais) no dia 25/10/2022, e mais R$ 12.500,00 (doze mil e quinhentos reais) a serem pagos na data de 24/11/2022.

CLÁUSULA VI
O capital social é de R$ 20.000,00 (Vinte mil reais), dividido em 200 quotas de valor nominal R$ 100,00 (Cem reais) cada, totalmente integralizadas, neste ato em moeda corrente do país pelos sócios e distribuídos entre eles da seguinte forma:

Nome dos Sócios	Qtd Quotas	Valor Em R$	%
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA	100	10.000,00	50
BRUNO CARDOSO DE SOUSA	100	10.000,00	50
TOTAL:	**200**	**20.000,00**	**100**

CLÁUSULA II
À vista da modificação ora ajustada consolida-se o contrato social, com a seguinte redação.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 458

CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA
SOU COMUNICACAO LTDA – CNPJ: 34.763.388/0001-02

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, EMPRESÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 07/08/1992, portador da Carteira de Identidade nº 0202887820021 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 054.505.833-38 residente e domiciliado na (o) Rua Dois, nº 42, Cohatrac IV, CEP: 65.054-510, São Luis-MA.

BRUNO CARDOSO DE SOUSA, BRASILEIRO, SOLTEIRO, PUBLICITÁRIO, natural de São Luis-MA, nascido (a) em 29/01/1989, portador da Carteira de Identidade nº 0169849320014 SSP-MA e inscrito sob o CPF nº 041.263.843-67, residente e domiciliado na (o) Rua das Jaqueiras, sn, Condomínio Amaral de Matos, Casa 10, Quadra 15, Amaral de Matos, CEP: 65.130-000, Paço do Lumiar-MA.

CLÁUSULA I - DO NOME EMPRESARIAL (art. 997, II, CC)
A sociedade gira sob o nome empresarial de **SOU COMUNICAÇÃO LTDA.**

CLÁUSULA II - DA SEDE (art. 997, II, CC)
A empresa tem sede e domicílio fiscal na Avenida 02 – Lot. Jaracaty, 3000 A, Ed. Empresarial Jaracaty, Sala 1112, Jaracaty, Cep: 65.075-720, São Luis – MA

CLÁUSULA III - DAS FILIAIS
A empresa pode estabelecer filiais, agências ou sucursais em qualquer ponto do território nacional ou fora dele, mediante alteração assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA IV - DO OBJETO SOCIAL (art. 997, II, CC)
A sociedade terá o seguinte objeto social: MARKETING DIRETO; WEB DESIGN; AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; CONSULTORIA EM PUBLICIDADE; ATIVIDADES DE PRODUÇÃO DE FOTOGRAFIAS, EXCETO AÉREA E SUBMARINA;

E exercerá as seguintes atividades:

- 73.19-0/03 - Marketing direto
- 73.11-4/00 – Agências de publicidade
- 73.19-0/04 – Consultoria em publicidade
- 74.20-0/01 – Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina
- 62.01-5/02 – Web design

CLÁUSULA V - DO INÍCIO DAS ATIVIDADES E PRAZO DE DURAÇÃO (art. 53, III, F, Decreto n° 1.800/96)
A sociedade iniciou suas atividades no dia 30/08/2019 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA VI - DO CAPITAL SOCIAL
O capital social é de R$ 20.000,00 (Vinte mil reais), dividido em 200 quotas de valor nominal R$ 100,00 (Cem reais) cada, totalmente integralizadas, neste ato em moeda corrente do país pelos sócios e distribuídos entre eles da seguinte forma:

Nome dos Sócios	Qtd Quotas	Valor Em R$	%
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA	100	10.000,00	50
BRUNO CARDOSO DE SOUSA	100	10.000,00	50
TOTAL:	**200**	**20.000,00**	**100**

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 459

CLÁUSULA VII - DA ADMINISTRAÇÃO (art. 997, VI; 1.013, 1.015; 1.064, CC)
A administração da sociedade será exercida pelo sócio **JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA** que representará legalmente a sociedade e poderá praticar todo e qualquer ato de gestão pertinente ao objeto social.

Parágrafo Único. Não constituindo o objeto social, a alienação ou a oneração de bens imóveis depende de autorização da maioria.

CLÁUSULA VIII - DO BALANÇO PATRIMONIAL (art. 1.065, CC)
Ao término de cada exercício, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo ao(s) sócio(s), os lucros ou perdas apuradas.

CLÁUSULA IX - DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO DE ADMINISTRADOR (art. 1.011, § 1° CC e art. 37, II da Lei n° 8.934 de 1994)
O Administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da empresa, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

CLÁUSULA X - DO PRÓ-LABORE
Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de pró-labore para os sócios administradores, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA XI - DISTRIBUIÇÃO DE LUCROS
A sociedade poderá levantar balanços intermediários ou intercalares e distribuir os lucros evidenciados nos mesmos.

PARÁGRAFO PRIMEIRO. A sociedade deliberará em reunião dos sócios, devidamente convocada, a respeito da distribuição dos resultados, desproporcional aos percentuais de participação do quadro societário, segundo autoriza o artigo 1.007 da Lei nº 10.406/2002.

CLÁUSULA XII - DA RETIRADA OU FALECIMENTO DE SÓCIO
Retirando-se, falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz, desde que autorizado legalmente. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou do(s) sócio(s) remanescente(s) na continuidade da sociedade, esta será liquidada após a apuração do Balanço Patrimonial na data do evento. O resultado positivo ou negativo será distribuído ou suportado pelos sócios na proporção de suas quotas.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a seu sócio.

CLÁUSULA XIII - DA CESSÃO DE QUOTAS
As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA XIV - DA RESPONSABILIDADE
A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor das suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

CLÁUSULA XV - PORTE EMPRESARIAL
Os sócios declaram que a sociedade se enquadra como Microempresa - ME, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e que não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4º do art. 3º da mencionada lei. (art. 3º, I, LC nº 123, de 2006)

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 460

CLÁUSULA XVI - DO FORO

Fica eleito o Foro da Comarca de São Luís - MA, para qualquer ação fundada neste contrato, renunciando-se a qualquer outro por muito especial que seja.

E por estarem em perfeito acordo, em tudo que neste instrumento particular foi lavrado, obrigam-se a cumprir o presente ato constitutivo, e assinam o presente instrumento em uma única via que será destinada ao registro e arquivamento na Junta Comercial do Estado do Maranhão.

São Luís - MA, 07 de novembro de 2022.

_____

JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA
Sócio/Administrador

_____

MATEUS MARK CALDAS GUIMARAES SANDES
Sócio Retirante

_____

BRUNO CARDOSO DE SOUSA
Sócio

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 461

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa SOU COMUNICACAO LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
04126384367	BRUNO CARDOSO DE SOUSA
04466247137	MATEUS MARK CALDAS GUIMARAES SANDES
05450583338	JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA

JUCEMA

CERTIFICO O REGISTRO EM 09/11/2022 10:52 SOB Nº 20221317490.
PROTOCOLO: 221317490 DE 09/11/2022.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12214561166. CNPJ DA SEDE: 34763388000102.
NIRE: 21201043740. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 07/11/2022.
SOU COMUNICACAO LTDA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES PEREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO

CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

2734814464

2 e 1 NOME E SOBRENOME
JOUBERT HENRIQUE RIBEIRO SOUZA

7ª HABILITAÇÃO
27/12/2010

3 DATA, LOCAL E UF DE NASCIMENTO
07/08/1992, PACO DO LUMIAR, MA

4a DATA EMISSÃO
12/01/2024

4b VALIDADE
11/01/2034

4c ACC

D

4d DOC IDENTIDADE / ÓRG EMISSOR / UF
0202887820021 SESP MA

4e CPF
054.505.833-38

5 Nº REGISTRO
05310582796

5a CAT HAB
B

NACIONALIDADE
BRASILEIRO

FILIAÇÃO
CLAUDIO HENRIQUE BEZERRA SOUZA

EDITE DA CONCEICAO RIBEIRO SOUZA

8 ASSINATURA DO PORTADOR

9	10	11	12
ACC			
A			
A1			
B		11/01/2034	
B1			
C			
C1			

9	10	11	12
D			
D1			
BE			
CE			
CE			
DE			
DE			

12 OBSERVAÇÕES
A

ASSINADO DIGITALMENTE
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO
44193827826
MA0516999101

LOCAL
SAO LUIS, MA

2734814464

MARANHÃO

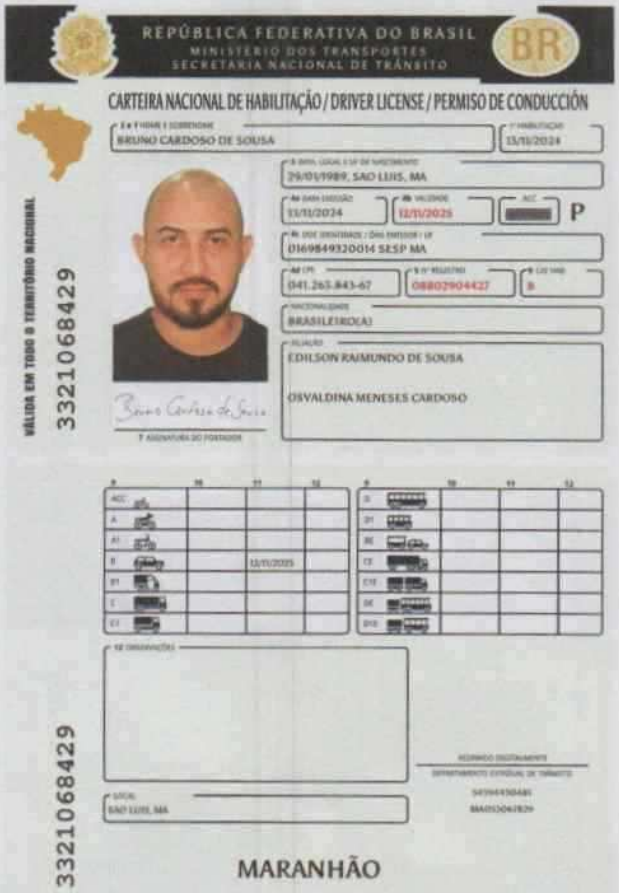
I<BRA051105827<968<<<<<<<<<<<<
9208072M3401114BRA<<<<<<<<<<<8
JOUBERT<<HENRIQU<RIBEIRO<SOUZA

QR-CODE

Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: https://www.serpro.gov.br/assinador-digital.

SERPRO / SENATRAN



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO

CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN

BRUNO CARDOSO DE SOUSA

1ª HABILITAÇÃO: 13/11/2024

29/01/1989, SAO LUIS, MA

DATA EMISSÃO: 13/11/2024

VALIDADE: 12/11/2025

ACC: P

Nº DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF: 0169849320014 SESP MA

CPF: 041.263.843-67

Nº REGISTRO: 08802904427

CAT. HAB.: B

NACIONALIDADE: BRASILEIRO(A)

FILIAÇÃO:
EDILSON RAIMUNDO DE SOUSA
OSVALDINA MENESES CARDOSO

Bruno Cardoso de Sousa

ASSINATURA DO PORTADOR

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

3321068429

	9	10	11	12
ACC				
A				
A1				
B			13/11/2025	
B1				
C				
C1				

	9	10	11	12
D				
D1				
BE				
CE				
C1E				
DE				
D1E				

OBSERVAÇÕES

LOCAL: SAO LUIS, MA

ASSINATURA DIGITALIZADA
DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO
541944504B1
MA0500478J9

3321068429

MARANHÃO

I<BRA08802904<278<<<<<<<<<<<
8901295M2511122BRA<<<<<<<<<<<8
BRUNO<<CARDOSO<DE<SOUSA<<<<<<<

QR-CODE

Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: https://www.serpro.gov.br/assinador-digital.

SERPRO / SENATRAN

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA "CASA DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA"

Pelo presente instrumento particular de Contrato Social:

MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU, brasileiro, solteiro, empresário, natural da cidade de Fortaleza - CE, no município do estado do Ceará, nascido no dia 09 de agosto de 1972, portadora da Carteira de Identidade (RG) n° 055632096-4, expedida por SSP/MA e CPF: n° 431.669.893-15, residente e domiciliado na Rua Barão de Rio Branco, nº 10 – Quadra O – Sitio Leal, bairro Filipinho, São Luís – MA, CEP 65.040-790.

EMILIO RIBEIRO MARTINS DOS SANTOS, brasileiro, casado sob regime de comunhão parcial de bens, Designer Gráfico, natural da cidade de São Luis –MA, nascido no dia 15 de outubro de 1966, portadora da Carteira de Identidade (RG) n° 344762, expedida por SSP/MA e CPF: n° 304.190.933-20 residente e domiciliado na Alameda E, s/n, Condomínio Brisas, Torre Campos, Apto. 202, bairro Alto do Calhau, São Luis – MA, CEP 65070-628.

Únicos sócios da sociedade empresária limitada sob o a denominação social **CASA DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA-EPP**, com sede na Avenida Colares Moreira, nº 444, Sala 550B, 5º Andar, Edifício Monumental, Renascença, CEP: 65.075-441, na cidade de São Luis – MA. A sociedade empresaria limitada está devidamente registrada na Junta Comercial do Estado do Maranhão, sob o NIRE de nº 21200388093 por despacho de 02/04/1996 e inscrita no CNPJ de nº 02.550.956/0001-92, resolvem de comum acordo alterar o seu contrato social mediante as condições e cláusulas seguintes:

DA SEDE

CLÁUSULA PRIMEIRA - A sociedade tem sua sede no endereço: Avenida Colares Moreira, nº 444, Sala 550B, 5º Andar, Edifício Monumental, Renascença, São Luis – MA, CEP: 65.075-441, e neste ato terá sua sede no endereço: Avenida Daniel de La Touche, nº 987, Cond. Res. da Ilha, Sala 208, Maranhão Novo, São Luis – MA, CEP: 65061-021.

DO QSA

CLÁUSULA SEGUNDA - Ingressa na sociedade o sócio **FELIPE CORDEIRO MOREIRA** brasileiro, Divorciado, empresário, natural da cidade de São Luís - MA portador da Carteira de Identidade (RG) n°2315117202-2 expedida por SSP/MA e CPF 027.233.073-60 residente e domiciliado na Avenida Mário Andreazza, s/n, Condomínio Village da Palmeiras III, Bloco 3, Apto 108, bairro Turu, São Luís – MA, CEP: 65068-500.

CAPITAL SOCIAL

CLÁUSULA TERCEIRA - O capital social que era de R$ 300.000,00 (trezentos mil reais), dividido em 300.000 (trezentas mil) quotas, no valor nominal de R$ 1,00 (um real) cada, e passa para R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), dividido em 500.000 (quinhentas mil) quotas, no valor nominal de R$ 1,00 (um real) cada, cujo aumento verificado de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais), neste ato integralizado em moeda corrente do País pelos sócios.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 465

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA "CASA DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA"

Parágrafo único: O capital encontra-se subscrito e integralizado pelos sócios da seguinte forma:

Nome dos Sócios	Qtd Quotas	Valor Em R$	%
MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU	175.000	175.000,00	35
EMILIO RIBEIRO MARTINS DOS SANTOS	175.000	175.000,00	35
FELIPE CORDEIRO MOREIRA	150.000	150.000,00	30
TOTAL	**500.000**	**500.000,00**	**100%**

DA ADMINISTRAÇÃO

CLÁUSULA QUARTA - A administração será exercida pelos sócios **Marcelo Jereissati Hage Nicolau, Emilio Ribeiro Martins dos Santos** e **Felipe Cordeiro Moreira,** acima identificados, que assinarão, em conjunto ou isoladamente, e que se incumbirão de todas as operações e representarão a sociedade ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente, em órgãos públicos e privados, ficando dispensado da prestação de caução.

DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO DE ADMINISTRADOR

CLÁUSULA QUINTA - Os Administradores declaram sob as penas da lei, de que não estão impedidos de exercerem a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

À vista da modificação, consolida-se o contrato social, com a seguinte redação:

MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU, brasileiro, solteiro, empresário, natural da cidade de Fortaleza - CE, no município do Estado do Ceará, nascido no dia 09 de agosto de 1972, portadora da Carteira de Identidade (RG) n° 0556232096-4, expedida por SSP/MA e CPF: n° 431.669.893-15, residente e domiciliado na Rua Barão de Rio Branco, n° 10 – Quadra O – Sitio Leal, bairro Filipinho, São Luís - MA CEP 65.040-790.

EMILIO RIBEIRO MARTINS DOS SANTOS, brasileiro, casado sob regime de comunhão parcial de bens, Designer Gráfico, natural da cidade de São Luis –MA, nascido no dia 15 de outubro de 1966, portadora da Carteira de Identidade (RG) n° 344762, expedida por SSP/MA e CPF: n° 304.190.933-20 residente e domiciliado na Alameda E, s/n, Condomínio Brisas, Torre Campos, Apto. 202, bairro Alto do Calhau, São Luis - MA CEP 65070-628.

FELIPE CORDEIRO MOREIRA brasileiro, Divorciado, empresário, natural da cidade de São Luís - MA portador da Carteira de Identidade (RG) n°2315117202-2 expedida por SSP/MA e CPF 027.233.073-60 residente e domiciliado na Avenida Mário Andreazza, s/n, Condomínio Village da Palmeiras III, Bloco 3, Apto 108, bairro Turu, São Luís – MA CEP: 65068-500.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 466

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA "CASA DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA"

DO NOME EMPRESARIAL

CLÁUSULA PRIMEIRA - A sociedade tem como nome empresarial: **CASA DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA -EPP** e usará a expressão **CASA DE IDEIAS COMUNICACAO** como nome fantasia.

DA SEDE

CLÁUSULA SEGUNDA - A sociedade tem sua sede no seguinte endereço: Avenida Daniel de La Touche, nº 987, Cond. Res. da Ilha, Sala 208, Maranhão Novo, São Luis – MA, CEP: 65061-021.

Parágrafo único: A sociedade poderá manter escritórios, filiais em qualquer parte do território nacional.

DO OBJETO SOCIAL

CLÁUSULA TERCEIRA - A sociedade tem por objeto o exercício das seguintes atividades econômicas: 73.11-4-00 - Agências de publicidade; 73.19-0-04 - Consultoria em publicidade.

DO INÍCIO DAS ATIVIDADES E PRAZO DE DURAÇÃO

CLÁUSULA QUARTA - A sociedade iniciou suas atividades em 02/04/1996 e seu prazo de duração será por tempo indeterminado.

DO CAPITAL SOCIAL

CLÁUSULA QUINTA - O capital social é R$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), dividido em 500.000 (quinhentas mil) quotas, no valor nominal de R$ 1,00 (um real) cada, em moeda corrente do País.

Parágrafo Único: O capital encontra-se subscrito e integralizado pelos sócios da seguinte forma:

Nome dos Sócios	Qtd Quotas	Valor Em R$	%
MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU	175.000	175.000,00	35
EMILIO RIBEIRO MARTINS DOS SANTOS	175.000	175.000,00	35
FELIPE CORDEIRO MOREIRA	150.000	150.000,00	30
TOTAL	**500.000**	**500.000,00**	**100%**

Parágrafo Primeiro - A responsabilidade dos sócios é restrita à importância total de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

Parágrafo Segundo - As quotas representativas do capital social são alienáveis, incalcináveis diretamente e indiretamente.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 467

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA "CASA DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA"

DA ADMINISTRAÇÃO

CLÁUSULA SEXTA - A administração da sociedade será exercida pelos sócios **Marcelo Jereissati Hage Nicola, Emilio Ribeiro Martins dos Santos** e **Felipe Cordeiro Moreira,** acima identificados, que assinarão, em conjunto ou isoladamente, e que se incumbirão de todas as operações e representarão a sociedade ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente,e órgãos públicos e privados, ficando dispensado da prestação de caução.

DECLARAÇÃO DE DESIMPEDIMENTO DE ADMINISTRADOR

CLÁUSULA SETIMA - Os Administradores declaram sob as penas da lei, de que não estão impedido de exercerem a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrarem sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

DO PRÓ LABORE

CLÁUSULA OITAVA - Os sócios terão direito de uma retirada mensal, a título de pró labore, em valor a ser fixado a cada mês de janeiro de cada novo ano e vigente por todo o exercício.

DO BALANÇO PATRIMONIAL

CLÁUSULA NOVA - Ao término de cada exercício, em 31 de dezembro, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - Nos quatro meses seguintes do termino de exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador(es) quanto for o caso.

DA CESSÃO DE QUOTAS

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outros sócios, a quem fica assegurado, em igualdade de preço direito e condições de preferência aos sócios que adquiri-las, no caso de algum quotista pretender ceder as que possuírem.

DA RETIRADA OU FALECIMENTO DE SÓCIO

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - no caso de um dos sócios desejarem retira-se da sociedade, deverá notificar o outro, por escrito, com antecedência de 60(sessenta) dias e seus haveres lhe serão reembolsados na modalidade que se estabelece na clausula seguinte deste instrumento.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 468

SEXTA ALTERAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA "CASA DE IDEIAS COMUNICACAO LTDA"

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - No falecimento de um dos sócios, a sociedade não será dissolvida ou extinta, cabendo ao outros sócios remanescentes determinar o levantamento de um balanço especial na data do falecimento ocorrido. Os herdeiros do pré-morto deverão em 90 (noventa) dias da data do balanço especial, manifestar a sua vontade de serem integrados ou não a mesma sociedade, recebendo os direitos e as obrigações contratuais do pré-morto ou então receberão todos os seus haveres apurados até o balanço especial em 10 (dez) prestações iguais e sucessivas, vencendo-se a primeira após 90 (noventa) dias da data do balanço especial.

DO FORO

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - Fica eleito o Foro da Comarca de São Luis - MA, para qualquer ação fundada neste contrato, renunciando-se a qualquer outro por muito especial que seja.

E por estarem em perfeito acordo, em tudo que neste instrumento particular foi lavrado, obrigam-se a cumprir o presente ato constitutivo, e assinam o presente instrumento em uma única via que será destinada ao registro e arquivamento na Junta Comercial do Estado do Maranhão.

São Luis - MA, 27 de junho de 2023.

MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU
Sócio/Administrador

EMILIO RIBEIRO MARTINS DOS SANTOS
Sócio/Administrador

FELIPE CORDEIRO MOREIRA
Sócio/Administrador

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 469

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa CASA DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA-EPP consta assinado digitalmente por:

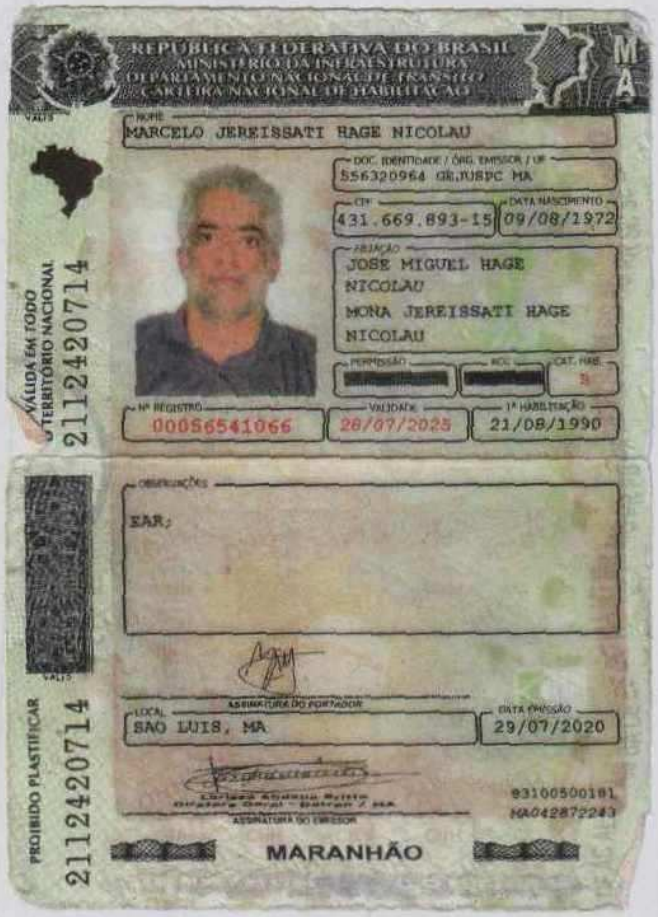
IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
02723307360	FELIPE CORDEIRO MOREIRA
30419093320	EMILIO RIBEIRO MARTINS DOS SANTOS
43166989315	MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU

CERTIFICO O REGISTRO EM 03/07/2023 08:40 SOB Nº 20230848923.
PROTOCOLO: 230848923 DE 30/06/2023.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12309782443. CNPJ DA SEDE: 02550956000192.
NIRE: 21200388093. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 27/06/2023.
CASA DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA-EPP

JUCEMA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES PEREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação.


REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO
MA
NOME
MARCELO JEREISSATI HAGE NICOLAU
DOC. IDENTIDADE / ÓRG. EMISSOR / UF
556320964 GEJUSPC MA
CPF
431.669.893-15
DATA NASCIMENTO
09/08/1972
FILIAÇÃO
JOSE MIGUEL HAGE
NICOLAU
MONA JEREISSATI HAGE
NICOLAU
PERMISSÃO
ACC
CAT. HAB.
B
Nº REGISTRO
00056541066
VALIDADE
28/07/2025
1ª HABILITAÇÃO
21/08/1990
OBSERVAÇÕES
EAR;
ASSINATURA DO PORTADOR
LOCAL
SAO LUIS, MA
DATA EMISSÃO
29/07/2020
Larissa Andreia Reis
Diretora Geral - Detran / MA
ASSINATURA DO EMISSOR
03100500181
MA042872243
MARANHÃO
VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
2112420714
PROIBIDO PLASTIFICAR
2112420714

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2025

PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

MODELO DE TERMO DE CREDENCIAMENTO

REF: Concorrência n° 90001/2025

A empresa **TV3 Assessoria, Comunicação e Marketing Ltda**, sediada na Quadra ACSU SO 20, Conj. 01, Lt 15, Andar 22ª, Sala 2205, Ed. Urban Futuro, Plano Diretor Sul, CEP: 77015-200, Palmas/TO, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 38.136.008/0001-52, por intermédio de seu representante legal (a) Sr.(a) Lincoln Junior de Morais (Sócio Diretor), titular do R.G. n.º 129804 e do CPF nº 576.006.001-53, CREDENCIA o(a) n Sr.(a), Mauro Jorge Silva Praseres, titular do R.G. n.º 0026147920 GEJUSPC - MA e do CPF n.º 779.088.213-91, para em seu nome, e, perante à Comissão de Contratação, participar do certame em epígrafe, conferindo-lhe poderes, para a formulação das propostas, e prática de todos os demais atos inerentes a licitação, assinar documentos, inclusive interpor e desistir de recursos em todas as fases licitatórias.

Palmas-TO, 16 de maio de 2025.

LINCOLN JUNIOR DE MORAIS:57600600153

Assinado de forma digital por LINCOLN JUNIOR DE MORAIS:57600600153
Dados: 2025.05.19 12:51:45 -03'00'

TV3 Assessoria, Comunicação & Marketing Ltda.

Lincoln Junior de Morais

CPF: 576.006.001-53

Sócio Diretor

Agência Tv3
ASSESSORIA, COMUNICAÇÃO E MARKETING ILTDA

Outorgante

TV3 Assessoria, Comunicação e Marketing Ltda, inscrita no CNPJ: 38.136.008/0001-52, localizada na Quadra ACSU SO 20, Conj. 01, Lt 15, Andar 22ª, Sala 2205, Ed. Urban Futuro, Plano Diretor Sul, CEP: 77015-200, Palmas/TO.

Outorgado

Mauro Jorge Silva Praseres, inscrito no CPF: 779.088.213-91 e Cédula de Identidade: 0026147920 GEJUSPC - MA.

Objetivo

Representar a outorgante na Concorrência nº 90001/2025. PROCESSO SEI Nº 0000873.110000950.0.2025

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Palmas/TO, 16 de maio de 2025.

LINCOLN JUNIOR DE MORAIS:57600600153

Assinado de forma digital por LINCOLN JUNIOR DE MORAIS:57600600153
Dados: 2025.05.19 12:52:13 -03'00'

TV3 Assessoria, Comunicação & Marketing Ltda.

Lincoln Junior de Morais

CPF: 576.006.001-53

Sócio Diretor

15° ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA CNPJ: 38.136.008/0001-52

LINCOLN JUNIOR DE MORAIS, brasileiro, jornalista, divorciado, nascido em 09/06/1961, natural de Rio Verde - GO, filho de Maria de Morais, portador da Carteira de Identidade n.º 129.804 2ª Via SSP/TO e do CPF: 576.006.001-53, residente e domiciliado na Quadra ARSE 22, Alameda 12, s/n.º, Lote 08 Apartamento 902, Condomínio Parque dos Ipês, Plano Diretor Sul, Palmas - TO, CEP: 77.020-528.

O ÚNICO SÓCIO DA EMPRESA **TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, com sede **na Quadra ACSU SO 20, Avenida Joaquim Teotônio Segurado, s/n. º, Conj. 01, Lote 15, Sala 2205, 22º andar, Edifício Urban Futuro, Plano Diretor Sul, CEP. 77015-200, Palmas – TO** registrada na Junta Comercial do Estado do Tocantins sob o nº 17200122988 e inscrita no CNPJ nº 38.136.008/0001-52, resolve assim, alterar o contrato social e posteriores alterações:

CLÁUSULA 1ª – Altera-se o estado civil do sócio único, passando de casado sob o regime de comunhão parcial de bens para divorciado.

CLÁUSULA 2ª - O capital social que era de R$ 700.000,00 (setecentos mil reais) totalmente integralizado em moeda corrente do país, fica elevado para R$ 950.000,00 (novecentos e cinquenta mil reais) dividido em 950.000 (novecentas e cinquenta mil) quotas de valor nominal de R$ 1,00 (um real) cada uma. O presente aumento no valor de R$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais) será integralizado neste ato pelos sócios, mediante a aproveitamento de Lucros Acumulados do exercício 2023, ficando distribuído da seguinte forma:

Sócio	%	Quotas	Valor R$
LINCOLN JUNIOR DE MORAIS	100	950.000	R$950.000,00
TOTAL	**100**	**950.000**	**R$950.000,00**

Em razão das modificações contratuais, o sócio único resolve consolidar o contrato social tornando sem efeito, a partir desta data, as cláusulas e condições contidas no contrato primitivo e alterações anteriores, passando a ter a seguinte redação

CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA CNPJ: 38.136.008/0001-52

LINCOLN JUNIOR DE MORAIS, brasileiro, jornalista, divorciado, nascido em 09/06/1961, natural de Rio Verde - GO, filho de Maria de Morais, portador da Carteira de Identidade n.º 129.804 2ª Via SSP/TO e do CPF: 576.006.001-53, residente e domiciliado na Quadra ARSE 22, Alameda 12, s/n.º, Lote 08 Apartamento 902, Condomínio Parque dos Ipês, Plano Diretor Sul, Palmas - TO, CEP: 77.020-528.

CLÁUSULA 1ª - A Sociedade Limitada Empresária Unipessoal gira sob o nome empresarial de **TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA** e nome de Fantasia **"TV3"** e será regida por este instrumento e considerando a disposição constante do parágrafo único do art.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 474

1.052 do Código Civil e em obediência ao contido na **INSTRUÇÃO NORMATIVA DREI Nº 81, DE 10 DE JUNHO DE 2020.**

CLÁUSULA 2ª - A Sociedade Limitada Empresária Unipessoal tem sua sede na **Quadra ACSU SO 20, Avenida Joaquim Teotônio Segurado, s/n. º, Conj. 01, Lote 15, Sala 2205, 22º andar, Edifício Urban Futuro, Plano Diretor Sul, CEP. 77015-200, Palmas - TO** (art. 997, II, CC/2002).

CLÁUSULA 3ª - A Sociedade Limitada Empresária Unipessoal tem como objeto social o ramo de atividades a seguir: **Agências de Publicidade; Atividades de publicidade e propaganda.**

Parágrafo único. Em estabelecimento eleito como Sede (Matriz) será(ão) exercida(s) a(s) atividade(s) de **Agências de Publicidade; Atividades de publicidade e propaganda.**

CNAE Nº:
7311-4/00 - Agências de Publicidade;
7319-0/99 - Atividades de publicidade e propaganda

CLÁUSULA 4ª – O capital social é no valor de R$ 950.000,00 (novecentos e ciquenta mil reais), totalmente integralizado em moeda corrente do país.

Sócio	%	Quotas	Valor R$
LINCOLN JUNIOR DE MORAIS	100	950.000	R$950.000,00
TOTAL	**100**	**950.000**	**R$950.000,00**

Parágrafo Primeiro – A responsabilidade do sócio único é solidária e limitada à importância total do capital social integralizado, nos termos do artigo 1.052, da Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002, respondendo solidariamente pela integralização do capital social da Sociedade Limitada Empresária Unipessoal.

Parágrafo Segundo – Sobre as quotas acima, pesa a cláusula restritiva de incomunicabilidade e impenhorabilidade.

CLÁUSULA 5ª - O prazo de duração da Sociedade Limitada Empresária Unipessoal é por tempo indeterminado, iniciou suas atividades em **01 de julho de 1993.**

CLÁUSULA 6ª - A Sociedade Limitada Empresária Unipessoal poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filiais ou outra dependência, no país ou no exterior, mediante alteração contratual assinada pelo sócio único.

CLÁUSULA 7ª - Fica investido na função de administrador da Sociedade Limitada Empresária Unipessoal ao sócio único **LINCOLN JUNIOR DE MORAIS**, com os poderes e atribuições de gerir e administrar os negócios da Sociedade Limitada Empresária Unipessoal, representá-la ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente, perante órgãos públicos, instituições financeiras, entidades privadas e terceiros em geral, bem como praticar todos os demais atos necessários à consecução dos objetivos ou à defesa dos interesses e direitos da sociedade, sendo-lhe autorizado o uso do nome empresarial individualmente, vedado, no entanto, em atividades estranhas ao objeto social como fiança, aval, endosso.

Parágrafo Primeiro – Faculta-se ao sócio único administrador, nos limites de seus poderes, constituir procuradores em nome da sociedade, devendo ser especificados no instrumento de mandato, os atos e operações que poderão praticar e a duração do mandato, que, no caso de mandato judicial, poderá ser por prazo indeterminado.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 475

Parágrafo Segundo – Poderão ser designados administradores não sócios, na forma prevista no artigo 1.061 da lei nº 10.406/2002.

Parágrafo Terceiro – O uso da nome empresarial é privativo do administrador, o qual responde solidária e ilimitadamente por culpa ou dolo, pelos atos praticados contra este instrumento ou determinações da Lei.

CLÁUSULA 8ª - O sócio único declara, sob as penas da lei, que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública ou a propriedade.

CLÁUSULA 9ª - O sócio único, fixará uma retirada mensal, a título de "pró-labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA 10ª - Designação de administradores não sócios:

I. Poderão ser designados administradores não sócios, em cláusula específica ou em ato separado.

II. A investidura de administrador designado em ato separado deverá obedecer às formalidades da legislação vigente.

CLÁUSULA 11ª - Falecendo ou interditado o sócio único da Sociedade Limitada Empresária Unipessoal, a empresa continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e/ou sucessores do incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes, o valor de seus haveres será apurado liquidado com base na situação patrimonial da empresa, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo Único: O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação ao sócio único.

CLÁUSULA 12ª - Ficam dispensadas reuniões de sócios e a lavratura de ata de prestação de contas assim como a publicação e registro da mesma, conforme preceitua o artigo 70 da Lei Complementar nº 123/2006.

CLÁUSULA 13ª - A Sociedade poderá ser dissolvida por iniciativa do sócio único, que, nessa hipótese, realizará diretamente a liquidação ou indicará um liquidante, ditando-lhe a forma de liquidação. Solvidas as dívidas e extintas as obrigações da Sociedade, o patrimônio remanescente será integralmente incorporado ao patrimônio do titular.

CLÁUSULA 14ª - Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, será procedido à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo ao sócio único, os lucros ou perdas apuradas.

Parágrafo Único – Fica a sociedade autorizada a distribuir antecipadamente lucros do exercício, com base em levantamento de balanço intermediário, observada a reposição de lucros quando a distribuição afetar o capital social, conforme estabelece o artigo 1.059 da Lei nº 10.406/2002.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 476

CLÁUSULA 15ª - O sócio único da sociedade declara, sob as penas da Lei, que:
a) Se enquadra na condição de **EMPRESA DE PEQUENO PORTE**;
b) O valor da receita bruta total da sociedade não excederá o limite fixado no inciso II do artigo 3º da Lei Complementar nº 123 de 14/12/2006;
c) Não se enquadra em qualquer das hipóteses de exclusão relacionadas no § 4º do artigo 3º da mesma lei.

CLÁUSULA 16ª - Fica eleito o foro da Palmas - TO, para qualquer ação fundada neste contrato, renunciando-se a qualquer outro por muito especial que seja.

CLÁUSULA 17ª - As omissões ou dúvidas que possam ser suscitadas sobre o presente contrato, serão supridas ou resolvidas com base na Lei nº 10.406 de 10 de janeiro de 2002, novo Código Civil Brasileiro e outras disposições legais que lhe forem aplicáveis.

E assim, por estar justo e contratado, assina o presente instrumento em 01 (Uma) única via.

Palmas - TO, 15 de abril de 2024.

LINCOLN JUNIOR DE MORAIS
Assinado digitalmente

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
57600600153	LINCOLN JUNIOR DE MORAIS

CERTIFICO O REGISTRO EM 18/04/2024 10:54 SOB Nº 20240262140.
PROTOCOLO: 240262140 DE 17/04/2024.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12405439426. CNPJ DA SEDE: 38136008000152.
NIRE: 17200122988. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 15/04/2024.
TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

JUCETINS

ERLAN SOUZA MILHOMEM
SECRETÁRIO-GERAL
www.simplifica.to.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação.

JUCETINS

Governo do Estado do Tocantins
Secretaria da Indústria, Comércio e Serviços
Junta Comercial do Estado do Tocantins

Simplifica

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Sistema Nacional de Registro de Empresas Mercantis - SINREM

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial: TV3 ASSESSORIA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

NIRE : 17200122988
Natureza Jurídica: Sociedade Empresária Limitada

Protocolo: TOC2500130988

NIRE (Sede)	CNPJ	Data de Ato Constitutivo	Início de Atividade
17200122988	38.136.008/0001-52	29/06/1993	01/07/1993

Endereço Completo
Quadra ACSU SO 20 AVENIDA JOAQUIM TEOTONIO SEGURADO, Nº S/N, CONJ 01 LOTE 15 ANDAR 22 SALA 2205 EDIF URBAN FUTU, PLANO DIRETOR SUL - Palmas/TO - CEP 77015-200

Objeto Social
AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE; ATIVIDADES DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

Capital Social	Porte	Prazo de Duração
R$ 950.000,00 (novecentos e cinquenta mil reais) **Capital Integralizado** R$ 950.000,00 (novecentos e cinquenta mil reais)	EPP (Empresa de Pequeno Porte)	Indeterminado

Dados do Sócio

Nome	CPF/CNPJ	Participação no capital	Espécie de sócio	Administrador	Término do mandato
LINCOLN JUNIOR DE MORAIS	576.006.001-53	R$ 950.000,00	Sócio	S	Indeterminado

Dados do Administrador

Nome	CPF	Término do mandato
LINCOLN JUNIOR DE MORAIS	576.006.001-53	Indeterminado

Último Arquivamento

Data	Número	Ato/eventos	Situação / Status
18/04/2024	20240262140	002 / 051 - CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO/ESTATUTO	ATIVA / SEM STATUS

Esta certidão foi emitida automaticamente em 24/04/2025, às 08:00:19 (horário de Brasília).
Se impressa, verificar sua autenticidade no **https://www.simplifica.to.gov.br**, com o código **XPVCQPTS**.

Erlan Souza Milhomem
Secretário-Geral

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 479

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO

CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

2769179546

LINCOLN JUNIOR DE MORAIS

10/08/1983

09/06/1961, RIO VERDE, GO

06/02/2024

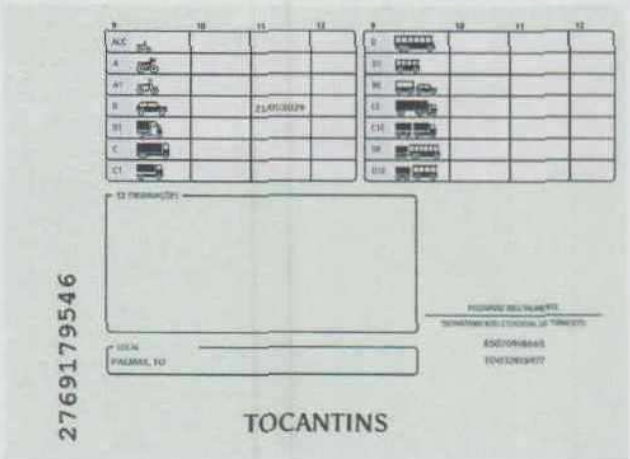
21/01/2029

D

576.006.001-53

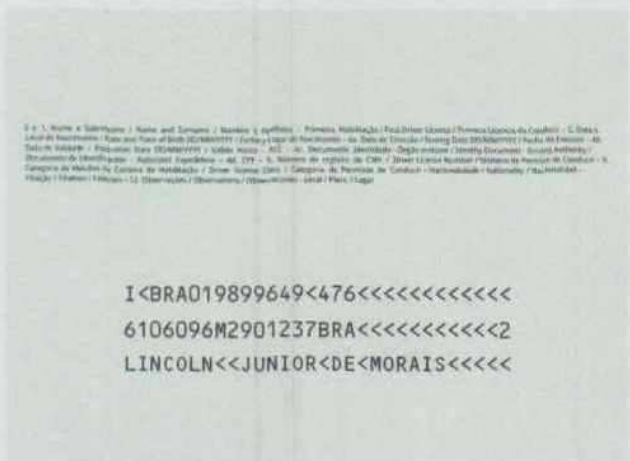
BRASILEIRO

MARIA DE MORAIS


2769179546

PALMAS, TO

TOCANTINS


I<BRA019899649<476<<<<<<<<<<<<<
6106096M2901237BRA<<<<<<<<<<<2
LINCOLN<<JUNIOR<DE<MORAIS<<<<<

QR-CODE

Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: https://www.serpro.gov.br/assinador-digital.

SERPRO / SENATRAN

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO

CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN

MAURO JORGE SILVA PRASERES

12/04/2002

23/08/1977, ARARI, MA

19/04/2023

D

00226447920 GEJUSPC MA

729.088.233-91

BRASILEIRO

ALMIR DOMINGUES PRASERES

MARIA DE JESUS SILVA PRASERES

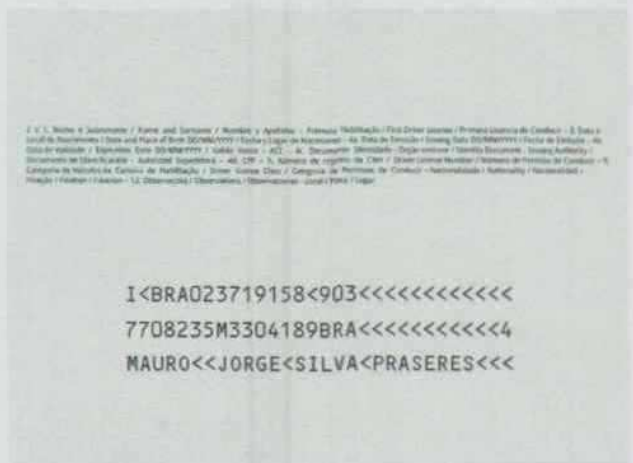
VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

2580253940

2580253940

SÃO LUÍS, MA

MARANHÃO


I<BRA023719158<903<<<<<<<<<<<<
7708235M3304189BRA<<<<<<<<<<<4
MAURO<<JORGE<SILVA<PRASERES<<<

QR-CODE

Documento assinado com certificado digital em conformidade com a Medida Provisória nº 2200-2/2001. Sua validade poderá ser confirmada por meio do programa Assinador Serpro.

As orientações para instalar o Assinador Serpro e realizar a validação do documento digital estão disponíveis em: https://www.serpro.gov.br/assinador-digital.

SERPRO / SENATRAN

EDITAL DE CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025 ANEXO

PROCURAÇÃO

Outorgante: Helinhovaldo Moreira Garcia,casado, inscrito no CPF:911.215.583-72,RG:012646181999-8 SSP/Ma, residente na rua melquiades borges s/n bairro poeirão na cidade de Pastos Bons-Ma

Outorgado : Benildy Morais de Sousa Garcia, casada inscrito no CPF:669.594.622-15, residente na rua melquiades borges s/n bairro poeirão na cidade de Pastos Bons-Ma

Objeto Representar a outorgante na Concorrência nº 01/2025.

Poderes Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Pastos Bons,Ma 27 de Maio de 2025

H M Garcia Ltda

Helinhovaldo Moreira Garcia

Empresa H M do Nascimento Ltda CNPJ. 31.278.786/0001-37
Rua Frederico bulhão nº 2196 Bairro: Goiabal, CEP: 65725-000 Pedreiras-Ma,
Email: premier.propaganda@hotmail.com
Contato: (99) 98517-4411

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 482

INSTRUMENTO DE ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE EMP LIMITADA H M DO NASCIMENTO LTDA CNPJ: 31.278.786/0001-37

Pelo presente instrumento de Ato de Alteração:

HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA, BRASILEIRO, CASADO, sob o regime COMUNHÃO PARCIAL DE BENS, EMPRESÁRIO, natural da cidade de São Luis – Maranhão, data de nascimento 02/12/1979, portadora da Carteira Nacional de Habilitação/CNH: nº 012646181999-8, expedida em 12/01/2023 por DETRAN-MA e CPF: 911.215.583-72, residente e domiciliado na cidade de PASTOS BONS - MA, RUA MELQUIDES BORGES, 3 - Bairro: SAO JOSE, CEP. 65.870.000, único titular componente da empresa individual sob o nome de H M DO NASCIMENTO LTDA, registrada na Junta Comercial do Estado do Maranhão, sob o nº de NIRE 21201192508, com a data de cadastro no dia 28/12/2021 e nº do CNPJ: 31.278.786/0001-37, sediada na RUA FREDRICO BULHAO, 2196 - Bairro: GOIABAL, – PEDREIRAS- MA CEP: 65.725-000, resolve promover a segunda alteração da empresa, como de fato o faz mediante as seguintes cláusulas e condições (art. 968, I, CC):

CLÁUSULA I – Fica alterado o nome empresarial para: **H M GARCIA LTDA** e nome fantasia **PREMIER PUBLICIDADE & PROPAGANDA.** Com sub-rogação de todos os direitos e obrigações pertinentes.

CLÁUSULA II – DO ENDEREÇO

Altera-se o endereço da empresa que é localizada no Rua Frederico Bulhão, nº 2196, Bairro: Goiabal, no Município de Pedreiras, Estado de Maranhão, CEP.:65.725-000, que passará a partir desta data a ter o seguinte endereço: **Rua Melquides Borges, nº 3 Sala 04 , Bairro: São José,** na cidade de **Pastos Bons, Maranhão, CEP:65.870-000.**

CLÁUSULA III – DO OBJETO

Fica alterada as atividades da sociedade para:

Atividade Principal:

CNAE Nº 73.11-4/00 - Agências de publicidade

Atividades Secundárias:

CNAE Nº 7319-0/02 - Promoção de vendas
CNAE Nº 7319-0/03 - Marketing direto
CNAE Nº 7319-0/04 - Consultoria em publicidade
CNAE Nº 6201-5/02 - Web design

CLÁUSULA IV – DA ADMINISTRAÇAO

A empresa será administrada pelo seu titular o Sr. **HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA,** com os poderes e atribuições de representar a empresa ativa e passivamente, judicial ou extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto, autorizado o uso do nome empresarial, sempre no interesse da empresa, ficando vedado, entretanto, em negócios estranhos aos fins sociais em assuntos de interesse da empresa, podendo assinar quaisquer documentos de comum acordo em todos os órgãos públicos, contrair empréstimos em estabelecimento bancário.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Fica autorizado assinar quaisquer documentos de comum acordo em todos os órgãos públicos, contrair empréstimos em estabelecimento bancário, não podendo alienar bens da sociedade sem consentimento de outro sócio.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Fica facultado a nomeação de administradores não pertencentes ao quadro societário, desde que aprovada pelos sócios, nos termos do art. 1061 da Lei nº 10.406/2002.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 483

CLÁUSULA V - O administrador declara, sob as penas da Lei, que não está impedida de exercer a administração da empresa, por Lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade (art. 1.011, Lei 10.406 de 10/01/2.002).

INSTRUMENTO DE CONSOLIDAÇÃO DA SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA H M GARCIA LTDA CNPJ: 31.278.786/0001-37

HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA, BRASILEIRO, CASADO, sob o regime COMUNHÃO PARCIAL DE BENS, EMPRESÁRIO, natural da cidade de São Luis – Maranhão, data de nascimento 02/12/1979, portadora da Carteira Nacional de Habilitação/CNH: nº 012646181999-8, expedida em 12/01/2023 por DETRAN-MA e CPF: 911.215.583-72, residente e domiciliado na cidade de PASTOS BONS - MA, RUA MELQUIDES BORGES, 3 - Bairro: SAO JOSE, CEP. 65.870.000, com fundamento no artigo 968, I, CC, da Lei nº 10.406/02, de natureza empresária, a qual se regerá pelas cláusulas e condições seguintes, observando-se, nas omissões, as regras previstas.

CLÁUSULA I – A Sociedade empresária regida pela **LEI Nº 13874/2019,** outorga o direito ao uso do nome empresarial: **H M GARCIA LTDA,** que utilizará como título do estabelecimento a designação: **PREMIER PUBLICIDADE & PROPAGANDA**, sendo regida por este contrato social nos termos da Lei nº 10.406/2002 CC.

CLÁUSULA II – O Capital Social da sociedade é inteiramente subscrito na forma prevista neste ato com valor fixado em R$ 352,100,00 (trezentos cinquenta dois mil e cem reais) dividido em 352.100 (trezentos e cinquenta mil e cem) quotas a valor nominal de R$ 1,00 (um real) cada, devidamente integralizadas em moeda corrente do País e distribuídas da seguinte forma:

SÓCIO	QUOTAS	%	CAPITAL R$
HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA	352.100	100	352.100,00
TOTAL	352.100	100	352.100,00

CLÁUSULA III – As quotas sociais são indivisíveis em relação à sociedade, e não poderão ser cedidas ou transferidas sem o consentimento do sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço, direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente, de acordo com o que estipulam os artigos 1056 e 1057 da Lei nº 10.406 de 2002 que institui o código civil.

CLÁUSULA IV – A sociedade empresária tem sede no endereço: RUA MELQUIDES BORGES, Nº 3 SALA 04, Bairro: SÃO JOSE, PASTOS BONS – MA, CEP. 65.870.000, podendo, a qualquer tempo, a critério de seus sócios, abrir ou fechar filiais ou outras dependências em qualquer parte do território nacional.

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 484

CLÁUSULA V – A Sociedade empresária, tem por objeto o exercício das seguintes atividades econômicas: - Atividade Principal: AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, PROMOÇÃO DE VENDAS, MARKETING DIRETO, CONSULTORIA EM PUBLICIDADE, WEB DESIG

E exercerá as seguintes atividades:

CNAE N° 73.11-4/00 - Agências de publicidade
CNAE N° 7319-0/02 - Promoção de vendas
CNAE N° 7319-0/03 - Marketing direto
CNAE N° 7319-0/04 - Consultoria em publicidade
CNAE N° 6201-5/02 - Web design

CLÁUSULA VI – O sócio declara, sob as penas da lei, inclusive, que são verídicas todas as informações prestadas neste instrumento e quanto ao disposto no artigo 299 do Código Penal, não estarem impedidos de exercer atividade empresária.

CLÁUSULA VII – A empresa iniciou suas atividades na data de 20/08/2018, sendo que seu prazo de duração é indeterminado.

CLÁUSULA VIII – O sócio poderá fixar uma retirada mensal, a título de pró labore, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA IX – A empresa será administrada pelo sócio, o Sr. **HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA**, com os poderes e atribuições de representar a empresa ativa e passivamente, judicial ou extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto, autorizado o uso do nome empresarial sempre no interesse da empresa, ficando vedado, entretanto, para negócios estranhos aos fins sociais em assuntos de interesse da empresa.

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Fica autorizado assinar quaisquer documentos de comum acordo em todos os órgãos públicos, contrair empréstimos em estabelecimento bancário, não podendo alienar bens da sociedade sem consentimento de outro sócio.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Fica facultado a nomeação de administradores não pertencentes ao quadro societário, desde que aprovada pelos sócios, nos termos do art. 1061 da Lei nº 10.406/2002

CLÁUSULA X - O administrador declara, sob as penas da Lei, que não está impedido de exercer a administração da empresa, por Lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos, ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa de concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade (art. 1.011, Lei 10.406 de 10/01/2.002).

CLÁUSULA XI – As decisões dos sócios serão refletidas em instrumento particular ou público, subscrito por eles ou por seus legítimos procuradores com poderes específicos. Somente necessitam de publicação as decisões dos sócios da sociedade empresária no caso de redução de capital, quando considerado excessivo em relação ao objeto da sociedade (§ 1° do art. 1.084 do Código Civil)

CLÁUSULA XII – Retirando-se, falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores, mesmo o incapaz, desde que autorizado legalmente. Não sendo

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 485

possível ou inexistindo interesse desta ou do(s) sócio(s) remanescente(s) na continuidade da sociedade, esta será liquidada após a apuração do Balanço Patrimonial na data do evento. O resultado positivo ou negativo será distribuído ou suportado pelos sócios na proporção de suas quotas.

CLÁUSULA XIII – Declara o sócio que a sociedade é enquadrada no porte de EPP, de acordo com a Lei nº 123 de 14/12/2006.

CLÁUSULA XIV – O exercício social será encerrado em 31 de dezembro de cada ano.

CLÁUSULA XV - As partes de comum acordo elegem o foro da Comarca de Pastos Bons /MA com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E por estarem em perfeito acordo, em tudo que neste instrumento particular foi lavrado, obrigam-se a cumprir o presente ato constitutivo, e o assinam em uma única via que será destinada ao registro e *arquivamento na Junta Comercial do Estado do Maranhão.*

Pedreiras - MA, 13 de Novembro de 2023.

HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA
Sócio/Administrador
CPF: 911.215.583-72

ASSINATURA ELETRÔNICA

Certificamos que o ato da empresa H M GARCIA LTDA consta assinado digitalmente por:

IDENTIFICAÇÃO DO(S) ASSINANTE(S)	
CPF/CNPJ	Nome
91121558372	HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA

CERTIFICO O REGISTRO EM 14/11/2023 08:05 SOB Nº 20231089740.
PROTOCOLO: 231089740 DE 13/11/2023.
CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO: 12316359780. CNPJ DA SEDE: 31278786000137.
NIRE: 21201192508. COM EFEITOS DO REGISTRO EM: 13/11/2023.
H M GARCIA LTDA

JUCEMA

CARLOS ANDRÉ DE MORAES PEREIRA
SECRETÁRIO-GERAL
www.empresafacil.ma.gov.br

A validade deste documento, se impresso, fica sujeito à comprovação de sua autenticidade nos respectivos portais, informando seus respectivos códigos de verificação.

Anexo - Credenciamento das Empresas (0292074) SEI 060008/3.110000950.0.2025 / pg. 487

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA

NÚMERO DE INSCRIÇÃO	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA
31.278.786/0001-37 MATRIZ		20/08/2018

NOME EMPRESARIAL
H M GARCIA LTDA

TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA)	PORTE
PREMIER PUBLICIDADE & PROPAGANDA	**ME**

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL
73.11-4-00 - Agências de publicidade

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS
62.01-5-02 - Web design
73.19-0-02 - Promoção de vendas
73.19-0-03 - Marketing direto
73.19-0-04 - Consultoria em publicidade

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA
206-2 - Sociedade Empresária Limitada

LOGRADOURO	NÚMERO	COMPLEMENTO
R MELQUIDES BORGES	**3**	**SALA 04**

CEP	BAIRRO/DISTRITO	MUNICÍPIO	UF
65.870-000	**SAO JOSE**	**PASTOS BONS**	**MA**

ENDEREÇO ELETRÔNICO	TELEFONE
BENILDYMORAIS@GMAIL.COM	**(99) 8517-4411**

ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR)
*****

SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL
ATIVA	**20/08/2018**

MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL

SITUAÇÃO ESPECIAL	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL
********	********

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 2.119, de 06 de dezembro de 2022.

Emitido no dia **26/05/2025** às **15:05:45** (data e hora de Brasília). Página: **1/1**

Anexo - Credenciamento das empresas (0202874) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 488

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
ESTADO DO MARANHÃO
SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PUBLICA
PERICIA OFICIAL DE NATUREZA CRIMINAL
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO
NOME HELINHOVALDO MOREIRA GARCIA
FILIAÇÃO
MANOEL CLEMENTE GARCIA E LUISA MOREIRA DO NASCIMENTO
DATA NASCIMENTO 02/12/1979
ORGÃO EXPEDIDOR SSP/MA
FATOR RH **
NATURALIDADE
SAO LUIS - MA
OBSERVAÇÃO
ASSINATURA DO TITULAR
CARTEIRA DE IDENTIDADE

LEI Nº 7.116, DE 29 DE AGOSTO DE 1983
CPF 91121558372
ONT
P-018
VIA-02
REGISTRO GERAL 012646181999-8
DATA DE EXPEDIÇÃO 12/01/2023
REGISTRO CIVIL
CASAM. N.15471 FLS. 035 LIV. 89 PEDREIRAS MA 2 OFIC
T. ELEITOR / ZONA / SEC
CTPS / SERIE / UF
NIS / PIS / PASEP
IDENTIDADE PROFISSIONAL
POLEGAR DIREITO
CERT. MILITAR
CNH
CNS
MAIR29761527
FABIO SERGIO VIEGAS CASTRO
VALIDA EM TODO O TERRITORIO NACIONAL

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA
SECRETARIA NACIONAL DE TRÂNSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO / DRIVER LICENSE / PERMISO DE CONDUCCIÓN
BENILDY MORAIS DE SOUSA
1ª HABILITAÇÃO 31/08/2006
27/11/1978 BACABALMA
11/08/2023
D
07279856202 SSP MA
689.594.922-15
AB
BRASILEIRO
BENEVAL PACIFE DE SOUSA
MARIA FRANCISCA DE MORAIS DE SOUSA
2664019252
ACC
A
A1
B
B1
C
C1
D
D1
DE
C1E
D1E
10/08/2033
LOCAL
TERESINA, PI
LIANA MARIA MACHADO BARRADAS
DIRETORA GERAL - DETRAN/PI
44410088272
PI321473919
PIAUÍ
SENATRAN CONTRAN

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

CONCORRÊNCIA PÚBLICA PRESENCIAL Nº 90001/2025
Processo Administrativo Sei nº 0000873.110000950.0.2025

ATA DA 1ª SESSÃO PÚBLICA DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 90001/2025

Às 09:00 horas (horário de Brasília) do dia 27 de maio de 2025, na sala de Reunião do Conselho, reuniu-se na Defensoria Pública do Estado do Maranhão a Comissão de Contratação Especial da DPE/MA, constituída pela Portaria nº 0260/2025-DPGE/MA, de 18 de março de 2025, publicada no DOE, publicação de terceiros no dia 20/03/2025, para realização da primeira sessão pública da Concorrência 90001/2025, tendo por objeto a contratação de serviços de publicidade institucional prestados por intermédio de agência de propaganda, conforme comandos das Lei nº 12.232/2010, 14.133/2021 e do Edital da Concorrência nº 90001/2025-DPEMA. A sessão teve como pauta: 1) Credenciamento dos representantes das licitantes; 2) Verificação das condições de participação e 3) Recebimento dos envelopes nº 01, 02, 03 e 04 e conferência da conformidade dos invólucros as regras estabelecidas no Edital, subitem 23.2, alínea d. Sendo declarada aberta a 1ª sessão e informado que a mesma estava sendo gravada em vídeo. Houve a retirada do invólucro padronizado pelas seguintes agências:

1. SA COMUNICAÇÕES LTDA - CNPJ: 24.011.796/0001-46
2. LA MARKA INT. DE MERCADO LTDA - CNPJ: 17.974.161/0001-89
3. CLARA COMUNICAÇÃO LTDA - CNPJ: 02.876.884/0001-78
4. SOU COMUNICAÇÃO - CNPJ: 34.763.388/0001-02
5. CASA DE IDEIAS COM. LTDA - CNPJ: 02.550.956/0001-92
6. TV3 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - CNPJ: 38.136.008/0001-52
7. H M GARCIA LTDA - CNPJ: 31.278.786/000137
8. SACADA MARTE - CNPJ: 21.498.517/000180

Abertos os trabalhos, foi solicitado o credenciamento das empresas, conforme item 8 do Edital, das seguintes Agências:

REPRESENTANTES CREDENCIADOS	
LICITANTE	REPRESENTANTE
1. SA COMUNICAÇÕES LTDA.	Nome: Glauco dos Santos Lobato CPF: 024.093.913-11
2. LA MARKA INT. DE MERCADO LTDA.	Nome: Felipe de Souza Ladeira CPF: 521.657.793-91
3. CLARA COMUNICAÇÃO LTDA.	Nome: Tatiana Fagundes Bastos Melo de Andrade CPF: 644.846.881-15
4. SOU COMUNICAÇÃO LTDA	Nome: Bruno Cardoso de Sousa CPF: 041.263.843-67
5. CASA DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA	Nome: Marcelo Jereissati Hage Nicolau CPF: 431.669.893-15
6. TV3 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	Nome: Mauro Jorge Silva Praseres CPF: 779.088.213-91
7. H M GARCIA LTDA	Nome: Benildy Morais de Sousa Garcia CPF: 669.594.622-15

Após a conclusão do recebimento dos credenciamentos das empresas, a Comissão a analisou e os rubricou. Em seguida, o Sr. Marcelo Jereissati Hage Nicolau, representante da empresa CASA DE IDEIAS COM. LTDA, foi escolhido pelos demais presentes para também rubricar os credenciamentos, visando à celeridade dos atos. Posteriormente, os documentos de credenciamento foram disponibilizados para vista dos demais licitantes presentes. Em continuidade, foi comunicado aos presentes que, caso alguma empresa interessada no certame chegasse, esta poderia acompanhar os atos subsequentes da

sessão exclusivamente na condição de ouvinte, sem direito à participação ativa. Em ato contínuo, os envelopes nºs 01, 02, 03 e 04 foram recebidos pela Comissão. Simultaneamente a isso, verificou-se que nenhum envelope de nº 01 continha marca ou sinal que permitisse a identificação dos licitantes, sendo todos informados de não haver marca ou sinal que pudessem identificá-los. Os envelopes nºs 02 e 04 foram rubricados no fecho pela Comissão e pelo Sr. Marcelo, separados e mantidos fechados e ficará sob a guarda e responsabilidade da Comissão Especial. Os envelopes nº 03 foram abertos pela Comissão, e seus documentos rubricados, sendo colocados à disposição do Sr. Felipe de Souza Ladeira, representante da LA MARKA INT. DE MERCADO LTDA, para rubrica e, em seguida, para conferência pelos demais licitantes. A Comissão informou a todos que, juntamente com os envelopes nº 03, foram apresentados cinco (05) pendrives devidamente identificados, os quais permanecerão sob a guarda da Comissão. Procedeu-se à abertura dos envelopes nº 01 pela Comissão, sendo constatado que havia um invólucro com o fecho colado, o que foi comunicado a todos. Registra-se que o representante Sr. Marcelo Jereissati Hage Nicolau solicitou a desclassificação da licitante, ainda não identificada, sendo informado pela Comissão que o mérito da questão seria julgado pela Comissão Técnica com base no formalismo moderado, e que a decisão seria comunicada na sessão posterior. Registra-se também que as propostas foram numeradas de 01 a 07, e apenas a proposta nº 01 continha um pendrive não identificado, cujo conteúdo era um single (conteúdo em áudio), o qual foi reproduzido para todos os presentes. Ficou a cargo do Sr. Felipe o trabalho de rubricar os conteúdos dos envelopes nº 01, ficando os demais presentes com vista aos documentos contidos nos referidos envelopes. Foi informado a todos que o prazo de recursos seria apartir da 2ª sessão, no entanto as licitantes LA MARKA INT. DE MERCADO LTDA e TV3 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO registram que as proposta nº 06 e 07 vieram com capa plastica, entendendo ser um fator de identificação. Já a licitante CASA DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA manifestou intenção em recorrer alegando que algumas foram presentadas em disconformidade com o edital, no sentido que algmas foram dobradas, evelopadas em eva, com mais de 2 laudas. A Comissão solicitou as licitantes que informassem e-mail para cominucações futuras no sentido de contarrazões, ficando consignado em ata, a saber: felipe.ladeira@lamarkabrasil.com.br; marcelo@casadeideias.com.br; tv3adm@gmai.com; tatiana.fagundes@claraonline.com.br; financeiro@piruetaideias.com.br; benildymorais@gmail.com e jorbeth@soucomunicacao.com. As demais comunicações serão via site da Defensoria Pública. Não havendo mais nada a declarar ou a registrar, a Presidente da Comissão Especial de Contratação, Lílian Ribeiro de Santana Goulart deu por encerrada a sessão pública, sendo as licitantes informadas de que serão convocadas para a próxima sessão, na forma do item 21 do Edital, e eu, Lia Valéria da Silva Gracez, lavrei a presente ata que segue assinada pelos membros presentes da Comissão e representantes das licitantes que participaram da sessão até o seu término.

Anunciação de M C Barbosa
Presidente da Comissão

Lilian Ribeiro de S. Goulart
Membro da Comissão

João Marcelo Medeiros Moreira
Membro da Comissão

Lucienne Santos da Silva
Membro da Comissão

Lia Valéria da Silva Garcez
Apoio da Comissão

SA COMUNICAÇÕES LTDA.

LA MARKA INT. DE MERCADO LTDA.

DEFENSORIA PÚBLICA
do Estado do Maranhão

CLARA COMUNICAÇÕES

SOU COMUICAÇÃO

CASA DE IDEIAS COM. LTDA.

TV3 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Benildes Morais de S. Garcia
7H M GARCIA LTDA

Proposta 01

PROPOSTA ESTRATÉGICA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

Slogan da Campanha: Acolher, atender, defender.

---

1. RACIOCÍNIO BÁSICO

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão (DPE/MA) desempenha um papel crucial no acesso à justiça para a população vulnerável, num estado marcado por profundas desigualdades socioeconômicas. No entanto, o desconhecimento sobre os seus serviços, a percepção de dificuldade de acesso e a falta de clareza sobre a gratuidade e a abrangência do seu atendimento representam barreiras significativas para que a instituição cumpra plenamente a sua missão.

Este plano de comunicação foi concebido para enfrentar esses desafios, partindo de um entendimento aprofundado da realidade maranhense e da necessidade de humanizar a imagem da DPE/MA, aproximando-a do cidadão. A estratégia central baseia-se na premissa de que, **quem precisa da Defensoria, precisa conhecer e confiar na Defensoria**.

Imagine o impacto na vida de uma mulher vítima de violência doméstica que descobre um porto seguro para denúncia e amparo; de um pai que consegue lutar pela guarda dos filhos sem custos advocatícios; de um jovem transgênero que retifica seu nome com dignidade; ou de um idoso que obtém o medicamento essencial à sua sobrevivência. Estas são realidades palpáveis no Maranhão, e a DPE/MA é o instrumento fundamental para garantir que esses direitos sejam efetivados.

O presente plano busca, portanto, não apenas divulgar serviços, mas transformar a percepção pública sobre a Defensoria, consolidando-a como um espaço de acolhimento, escuta qualificada e orientação jurídica gratuita e eficaz. Propomos uma comunicação que conte histórias, mostre rostos e utilize uma linguagem simples, autêntica e próxima, capaz de gerar identificação e engajamento emocional, fundamental para superar o estigma e a desinformação que ainda cercam o acesso à justiça.

2. OBJETIVOS E METAS DA COMUNICAÇÃO

2.1 Objetivo geral:

Consolidar a imagem da Defensoria Pública do Estado do Maranhão como uma instituição fundamental, acessível, gratuita e humana, ampliando o conhecimento público sobre os seus serviços e fomentando a confiança e o sentimento de pertencimento junto à população maranhense, com foco nos segmentos mais vulnerabilizados.

2.2 Objetivos específicos e metas quantificáveis (período da campanha – 30 dias):

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 494

1. **Ampliar o reconhecimento da DPE/MA:** aumentar o nível de conhecimento espontâneo sobre a existência e gratuidade dos serviços da Defensoria entre a população-alvo.
2. **Fortalecer a percepção de acessibilidade e acolhimento:** melhorar a percepção positiva da DPE/MA como uma instituição acessível e acolhedora, medido através de pesquisas de opinião pré e pós-campanha.
3. **Reduzir a distância simbólica com o sistema de justiça:** aumentar o entendimento sobre como e quando procurar a Defensoria, refletido num aumento nas buscas por informações nos canais oficiais da DPE/MA (site, redes sociais).
4. **Estimular a procura ativa por direitos:** contribuir para um aumento no volume de novos atendimentos qualificados nos núcleos da Defensoria, especialmente em áreas temáticas prioritárias.
5. **Valorizar a atuação institucional:** aumentar a visibilidade e o reconhecimento do trabalho dos defensores e defensoras públicas, gerando um aumento em menções positivas na mídia espontânea e redes sociais.
6. **Gerar engajamento emocional e identificação:** alcançar um mínimo de interações (curtidas, comentários, compartilhamentos) nas publicações da campanha nas redes sociais, com um sentimento predominantemente positivo.

3. IDEIA CRIATIVA: "Acolher, atender, defender"

O conceito "Acolher, atender, defender" transcende a função de um mero slogan para se estabelecer como o pilar estratégico e filosófico desta campanha. Ele redefine a percepção comum de justiça – frequentemente associada a processos formais e sentenças – para enfatizar a dimensão humana essencial: a escuta atenta, a orientação empática, a dignidade no tratamento e o respeito à individualidade de quem busca auxílio.

Esta abordagem criativa foi escolhida por sua capacidade de:

- **Humanizar a instituição:** desloca o foco da burocracia para o cuidado, tornando a Defensoria mais próxima e menos intimidante.
- **Gerar identificação imediata:** o conceito de acolhimento é universal e ressoa profundamente com as necessidades emocionais do público-alvo, que muitas vezes se sente desamparado.
- **Diferenciar a DPE/MA:** posiciona a Defensoria não apenas como um provedor de serviços jurídicos, mas como um espaço de amparo e empoderamento.
- **Ser educativa e inspiradora:** ao mesmo tempo que informa sobre o direito ao acesso à justiça, inspira confiança e encoraja a busca por esses direitos.

Utilizaremos uma estética documental e sensível, que priorize a verdade e a emoção, sem sensacionalismo. O objetivo é que cada peça publicitária não apenas informe, mas também toque o espectador, fazendo-o sentir que a Defensoria é um direito seu e um espaço seguro ao qual pode recorrer.

3.1 Peças publicitárias

Todo o material criado para a campanha nasce a partir daquilo que chamamos de um manifesto institucional. Nele está contido a essência de nossa proposta. E dele foram

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 495

geradas todas as peças que integram a campanha. Esse manifesto resume tudo aquilo que queremos apresentar.

MANIFESTO INSTITUCIONAL – DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO MARANHÃO

Campanha: "Acolher, atender, defender"

Nem todo mundo nasce com os mesmos caminhos. Alguns vêm de onde falta o básico. Falta a luz, o pão, a segurança. Muitas vezes, falta até voz. Quando o direito é negado, a vida para. Mas é nesse momento que surge uma porta. Uma porta aberta de escuta, de cuidado, de justiça.

A Defensoria Pública do Estado do Maranhão existe pra isso: para garantir que ninguém fique pra trás. Para que a justiça não seja privilégio, mas presença. Para que a lei abrace e não, afaste.

Acolher, atender, defender. Esse é o nosso jeito de fazer justiça. É assim que começamos: com o acolhimento. Porque antes de qualquer papel, vem a escuta. Antes de qualquer processo, vem o olhar humano. Antes de defender, é preciso entender. Nós acolhemos porque sabemos que, muitas vezes, quem mais precisa é quem menos tem vez. Atendemos com o coração aberto, porque cada história importa. E defendemos com coragem, porque acreditamos que justiça de verdade é aquela que alcança todos.

Acolher, atender, defender. É mais que um slogan. É o compromisso de fazer a justiça chegar onde ela é mais urgente. É o que move cada defensor, cada servidor, cada ação. Porque justiça só é justiça quando é pra todos. E no Maranhão, a justiça não começa com burocracia. Começa com acolhimento.

Peças a serem apresentadas

1) **Vídeo Manifesto (TV/Web) – 60"**
Conceito: Mostrar histórias reais de pessoas acolhidas pela Defensoria, com narração sensível e linguagem cinematográfica. Termina com a assinatura da campanha.

2) **Spot de Rádio – 30"**
Conceito: O spot de rádio pretende ser curto, forte, emocional e, ao mesmo tempo, pedagógico, demonstrando acolhimento recebido pela DPE/MA.

3) **Outdoor - 9x3 m**
Conceito: Frases curtas e impactantes com rostos reais e o slogan em destaque. Exemplo: *"Ninguém me escutou. Até chegar aqui. A justiça começa com o acolhimento."*

4) **Logo da campanha**
Conceito: Mais que um símbolo visual, essa marca é uma declaração de propósito: aqui ninguém está só; nós lutamos por você. Um símbolo que representa proteção,

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 496

mas que não afasta — aproxima. Um escudo que nasce da própria missão da Defensoria: ACOLHER, ATENDER, DEFENDER.

5) **Jingle – 30"**
Conceito: música com ritmo maranhense que aproxima o público do conceito da campanha de uma forma simples e direta.

6) **Post para redes sociais**
Conceito: "Antes e depois" de pessoas acolhidas, depoimentos curtos, trechos do vídeo-manifesto, frases inspiradoras, perguntas e respostas sobre a atuação da DPE.

7) **Banner de anúncio para internet**
Conceito: Cada banner traz o rosto de uma pessoa impactada pela Defensoria, representando sua história

8) **Folder ilustrado (impresso e digital)**
Conceito: Explica os principais serviços da DPE/MA, como acessar, e reforça que todas as pessoas têm direito à justiça. Ilustrações humanizadas e linguagem direta significando *ACOLHER, ATENDER, DEFENDER.*

9) **Cartazes para o público externo (pontos de ônibus, shoppings, ferries)**
Conceito: Mensagens claras, diretas e impactantes que busquem mostrar ao cidadão e à cidadã que eles podem contar com a Defensoria Pública pela busca de seus direitos.

10) **Anúncio de jornal impresso: dois jornais de grande circulação no estado**
Conceito: O anúncio, que deve ser de ¼ de página, procura chegar a todos que consomem essa mídia, como formadores de opinião, a fim de mostrar o conceito com o qual a Defensoria trabalha.

4. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Para assegurar que a mensagem da campanha atinja os públicos prioritários de forma eficaz e otimizada, dentro do orçamento de R$ 200.000,00 (duzentos mil reais), propomos uma estratégia integrada que combina mídia paga (Outreach) e ações de engajamento direto e parcerias (Não Mídia).

A seleção de veículos e formatos considerará a penetração nos diversos segmentos da população maranhense, os hábitos de consumo de mídia e a capacidade de transmitir a mensagem de forma clara e emotiva.

Rádio (comunitárias e regionais):

- **Justificativa:** Elevada penetração em comunidades do interior e entre públicos com menor acesso a outras mídias. Custo-benefício atrativo para ampla cobertura.

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 497

- **Formatos:** Spots de 30" com linguagem popular e regionalizada, vinhetas e testemunhais curtos. Programetes informativos (drops) sobre direitos.
- **Alcance estimado:** Cobertura em municípios prioritários, com frequência média de inserções/dia/emissora.

Televisão (Emissoras Locais/Regionais com Programação Popular):

- **Justificativa:** Alto impacto visual e emocional, ideal para contar histórias e gerar reconhecimento rápido da marca DPE/MA.
- **Formatos:** Vídeo institucional (60") com depoimentos reais, inserções em programas de grande audiência local (merchandising social, entrevistas).
- **Alcance estimado:** Veiculação em horários estratégicos para atingir o público-alvo em áreas urbanas e semiurbanas.

Mídia Exterior (Out-of-Home - OOH):

- **Justificativa:** Reforço da mensagem em pontos de grande circulação, especialmente em áreas periféricas, terminais de transporte, mercados públicos e proximidades de serviços essenciais.
- **Formatos:** Outdoors sociais, cartazes (A3) em pontos de ônibus, painéis em terminais.
- **Alcance estimado:** Cobertura em pontos estratégicos nas principais cidades.

Mídia Digital (Redes Sociais – Instagram, Facebook, YouTube e WhatsApp):

- **Justificativa:** Alta capacidade de segmentação (geográfica, demográfica, por interesse), interação direta com o público e potencial de viralização. Redes sociais do próprio órgão.
- **Formatos:** Vídeos curtos (reels, stories), cards informativos, carrosséis com passo a passo, campanhas de impulsionamento para públicos específicos, desenvolvimento de filtros/figurinhas para WhatsApp com a identidade da campanha.

5. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA (FOCO EM PROXIMIDADE E CREDIBILIDADE)

Estas ações visam construir relacionamentos duradouros, promover o diálogo e utilizar a credibilidade de atores locais para disseminar a mensagem.

Mutirões itinerantes de atendimento "Defensoria perto de você":

- **Descrição:** Ações concentradas de atendimento em locais de difícil acesso, utilizando veículos adaptados e identificados com a campanha, oferecendo orientação jurídica e triagem de casos.

Parcerias estratégicas:

- **Descrição:** Colaboração com igrejas de diferentes credos, escolas públicas, ONGs, sindicatos, conselhos tutelares e rádios comunitárias para divulgação espontânea da campanha, distribuição de materiais e organização conjunta de eventos.

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 498

Produção e distribuição de materiais informativos:

- **Descrição:** Material com linguagem simples sobre direitos, folders, cartazes para afixação em unidades de saúde, CRAS, CREAS, balsas, ônibus e outros pontos de acesso da população vulnerável.

Programa de embaixadores comunitários:

- **Descrição:** Identificação e capacitação de lideranças comunitárias para atuarem como multiplicadores de informação sobre a DPE/MA e a campanha.

Integração mídia e não mídia:

- **Descrição:** Às ações de mídia paga direcionarão o público para os eventos e mutirões. O conteúdo gerado nas ações de não mídia (depoimentos, fotos) retroalimentará as campanhas digitais, gerando autenticidade e prova social.

6. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO (PROPOSTA PARA 30 DIAS)

Fase 1 – Planejamento e produção (Semana 1)

- Reunião de alinhamento estratégico com a DPE/MA. Definição final de KPIs. Aprovação do plano de trabalho detalhado.
- Desenvolvimento e aprovação dos roteiros e layouts das peças publicitárias (vídeos, spots, posts, materiais gráficos). Criação e homologação da identidade visual da campanha.

Fase 2 – Lançamento e intensificação (Semana 2)

- Evento de lançamento da campanha (presencial/on-line) com presença da imprensa, autoridades e lideranças sociais. Início da veiculação em rádio e TV. Primeiras postagens orgânicas e impulsionadas nas redes sociais.
- Instalação da mídia exterior. Distribuição dos primeiros lotes de material gráfico. Envio de kits de divulgação para parceiros estratégicos e defensores(as).
- Início das rodas de conversa e primeiro mutirão itinerante. Intensificação da campanha digital com vídeos curtos e testemunhais. Engajamento de influenciadores locais.

Fase 3 – Engajamento contínuo e cobertura (Semana 3)

- Manutenção da veiculação em rádio e TV (foco em sustentação). Novas ondas de impulsionamento digital com segmentação otimizada. Realização de mais mutirões e rodas de conversa em diferentes localidades.
- Produção de conteúdo derivado das ações de engajamento (histórias de sucesso, melhores momentos dos eventos). Reforço de mídia em áreas com menor impacto inicial. Coleta de depoimentos espontâneos.

Fase 4 – Avaliação e encerramento (Semana 4)

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 499

- Últimas ações de mídia e engajamento. Início da compilação de dados para o relatório final. Realização de pesquisa de avaliação de impacto (qualitativa/quantitativa).
- Apresentação do relatório final de resultados, com análises de impacto, aprendizados e recomendações para futuras ações de comunicação.

7. SISTEMA DE MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

O sucesso desta campanha será aferido por meio de um sistema robusto de monitoramento e avaliação, combinando indicadores quantitativos e qualitativos, com foco na transformação social, fortalecimento da confiança e ampliação do acesso à justiça.

7.1 Indicadores quantitativos (KPIs):

Mídia digital:

- Alcance total e segmentado das publicações;
- Taxa de engajamento por posts;
- Número de visualizações dos vídeos;
- Crescimento da base de seguidores nas redes sociais da DPE/MA;
- Cliques em links direcionando para o site da DPE/MA;
- Volume de mensagens e menções à campanha via WhatsApp (monitoramento por amostragem e relatos de parceiros).

Mídia tradicional e OOH:

- Estimativa de GRP (Gross Rating Points) para TV e Rádio (a ser fornecida pelos veículos);
- Estimativa de impactos visuais para mídia exterior.

Ações de engajamento:

- Número de participantes nos mutirões de atendimento (estabelecer meta);
- Número de participantes nas rodas de conversa e oficinas (estabelecer meta);
- Quantidade de material informativo distribuído (estabelecer meta).

Impacto institucional:

- Aumento no volume de buscas online pelo termo "Defensoria Pública Maranhão" (Google Trends);
- Aumento percentual no número de primeiros atendimentos registrados pela DPE/MA durante e imediatamente após a campanha, comparado a período homólogo anterior (estabelecer meta).

7.2 Indicadores qualitativos:

- **Análise de sentimento:** Monitoramento de comentários e menções nas redes sociais e mídia online para avaliar a percepção pública sobre a campanha e a DPE/MA (ferramentas de social listening).

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 500

- **Pesquisas de percepção:** Realização de enquete simplificada pré e pós-campanha *junto ao público-alvo para medir mudanças no conhecimento e na imagem da* DPE/MA.
- **Depoimentos espontâneos:** Coleta de testemunhos de cidadãos atendidos durante os mutirões e rodas de conversa sobre o impacto da campanha e do acolhimento da Defensoria.
- **Feedback interno:** Percepções dos defensores(as) públicos(as) e servidores(as) sobre o impacto da campanha no seu trabalho e na relação com o público.
- **Análise de mídia espontânea:** Monitoramento da cobertura da imprensa sobre a campanha e as ações da DPE/MA, avaliando o tom e o alcance das matérias.

7.3 Relatório final consolidado: Documento completo apresentando:

- Descrição detalhada de todas as fases e ações implementadas;
- Análise comparativa dos KPIs em relação às metas estabelecidas;
- Resultados da avaliação qualitativa (análise de sentimento, depoimentos, feedback);
- Registro fotográfico e em vídeo das principais ações;
- Análise do retorno sobre o investimento (ROI social e institucional);
- Aprendizados, desafios enfrentados e recomendações estratégicas para a comunicação contínua da DPE/MA.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS E PRÓXIMOS PASSOS

Este Plano Estratégico de Comunicação foi elaborado com o intuito de, não apenas atender a uma demanda por divulgação, mas de propor uma transformação na maneira como a Defensoria Pública do Estado do Maranhão se conecta com a população. Acreditamos que a comunicação, quando pautada pela verdade, empatia e estratégia, é uma ferramenta poderosa para a promoção da cidadania e o fortalecimento das instituições democráticas.

A campanha "Acolher, atender, defender" é mais do que um conjunto de ações publicitárias; é um convite à construção de pontes de confiança, à desmistificação do sistema de justiça e à valorização do trabalho essencial realizado pelos defensores e defensoras públicas maranhenses.

Estamos convictos de que a implementação deste plano trará resultados significativos, não apenas em termos de visibilidade, mas, fundamentalmente, no aumento do acesso à justiça para aqueles que mais precisam. Colocamo-nos à disposição para discutir detalhadamente cada aspecto desta proposta e, para juntos, darmos o próximo passo na consolidação de uma Defensoria Pública cada vez mais forte, próxima e acolhedora para o povo do Maranhão.

Que este seja o início de uma jornada em que cada cidadão maranhense saiba que, na busca por seus direitos, a justiça, de fato, começa com acolhimento.

9. ORÇAMENTO DETALHADO E JUSTIFICATIVAS

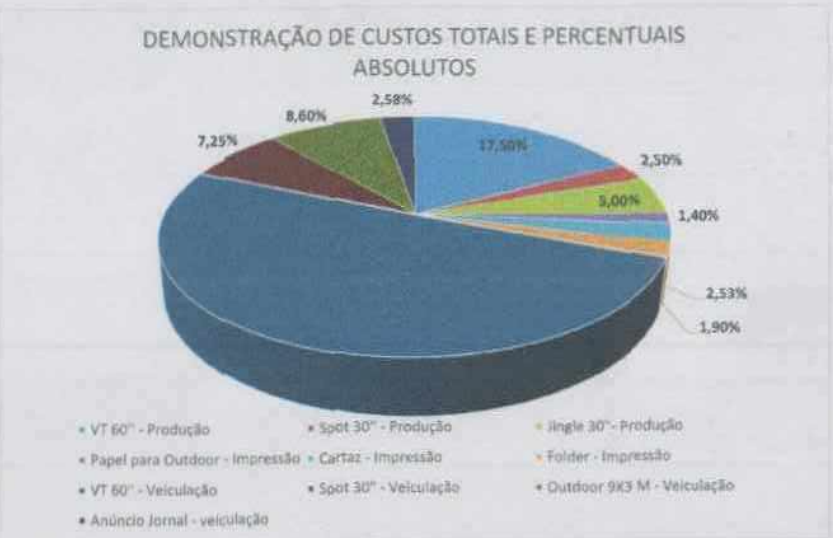
Orçamento global da campanha: R$ 200.000,00

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 501

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 502

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA
DEMONSTRAÇÃO DE CUSTOS TOTAIS E PERCENTUAIS ABSOLUTOS
PRODUÇÃO/ VEICULAÇÃO

CRIAÇÃO/PRODUÇÃO/VEICULAÇÃO - PEÇAS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	QUANT.	CUSTO TOTAL (R$)	% DO TOTAL GERAL
VT 60" - Produção	1	R$ 35.000,00	17,50%
Spot 30" - Produção	1	R$ 5.000,00	2,50%
Jingle 30"- Produção	1	R$ 10.000,00	5,00%
Papel para Outdoor - Impressão	8	R$ 2.800,00	1,40%
Cartaz - Impressão	500	R$ 5.065,00	2,53%
Folder - Impressão	1.000	R$ 3.800,00	1,90%
VT 60" - Veiculação	16	R$ 101.480,00	50,74%
Spot 30" - Veiculação	126	R$ 14.490,00	7,25%
Outdoor 9X3 M - Veiculação	8	R$ 17.201,00	8,60%
Anúncio Jornal - veiculação	2	R$ 5.160,00	2,58%
TOTAL	1661	R$ 199.996,00	100%



Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 503

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

EMISSORAS DE TELEVISÃO

VEÍCULO/ EMISSORA	PROGRAMAS	DIAS DE VEICULAÇÃO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
		VT 60"	INSERÇÕES VT 60"	VT 60"	VT 60"
TV MIRANTE - SÃO LUÍS	Bom dia Mirante	02 - 11 - 19 - 26/06/2025	4	R$ 1.762,00	R$ 7.048,00
	Jornal 1ª edição	03 - 09 - 25/06/2025	3	R$ 4.668,00	R$ 14.004,00
	Novela das 18h	04 - 12 - 17/06/2025	3	R$ 5.906,00	R$ 17.718,00
	Jornal 2ª edição	05 - 10 - 30/06/2025	3	R$ 9.864,00	R$ 29.592,00
	Jornal 2ª edição - Sáb.	21/06/2025	1	R$ 7.446,00	R$ 7.446,00
	Fantástico	08 E 22/06/2026	2	R$ 12.836,00	R$ 25.672,00
			16	TOTAL	R$ 101.480,00

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

EMISSORAS DE RÁDIO - veiculação durante os dias da semana

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO / PERÍODO	QUANT. INS. / DIA	TOTAL INS.	DURAÇÃO	VALOR UNITARIO	TOTAL
Rádio Mirante Fm	(HORÁRIO INDETERMINADO Data das Veiculações 02/06 A 30/06	2	42	30"	113,00	R$ 4.746,00
Rádio Difusora Fm	(HORÁRIO INDETERMINADO Data das Veiculações 02/06 A 30/07	2	42	30"	132,00	R$ 5.544,00
Rádio Universidade Fm	(HORÁRIO INDETERMINADO Data das Veiculações 02/06 A 30/08	2	42	30"	100,00	R$ 4.200,00
	TOTAL INSERÇÕES		126		TOTAL RÁDIOS	R$ 14.490,00

Proposta 01 - Não identificada - (Invólucro 01) (0203187) SEI 0000873.110000950.0.2025 / pg. 504

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

OUTDOOR - VEÍCULO - COMPASSO

ABRANGÊNCIA	TIPO	PERÍODO	QUANTIDADE OUTDOOR	VALOR LONA	TOTAL LONA	VALOR BISEMANA	VALOR VEICULAÇÃO	VALOR TOTAL
AV. DOS HOLANDESES - AO LADO DO SHOPPING GOLDEN	NOBRE	02 A 15/06	2	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 2.200,00	R$ 4.400,00	R$ 5.100,00
AV. COLARES MOREIRA - PROX. RESTAURANTE COCO BAMBU	PADRÃO	02 A 15/06	1	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 2.000,00	R$ 2.000,00	R$ 2.350,00
AV. CONSELHEIRO HILTON RODRIGUES, ROTATÓRIO DO OLHO D'ÁGUA, ACESSO PARA RAPOSA E ARAÇAGY	PADRÃO	02 A 15/06	1	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 2.001,00	R$ 2.001,00	R$ 2.351,00
AV. COLARES MOREIRA - SUBIDA MARCOS CENTER	NOBRE	02 A 15/06	2	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 2.200,00	R$ 4.400,00	R$ 5.100,00
JERONIMO DE ALBUQUERQUE - ENTRADA VINHAIS	NOBRE	02 A 15/06	2	R$ 350,00	R$ 700,00	R$ 2.200,00	R$ 4.400,00	R$ 5.100,00
			8		**R$ 2.800,00**		**R$ 17.201,00**	**R$ 20.001,00**

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

SIMULAÇÃO DO PLANO DE DISTRIBUIÇÃO

JORNAL IMPRESSO

VEÍCULO	DIA DE VEICULAÇÃO	QUANT. INS. / DIA	TOTAL INS.	FORMATO	VALOR UNITARIO	TOTAL
Jornal Imparcial	18 E 25/06/2025	1	2	1/4	2.580,00	R$ 5.160,00
	TOTAL INSERÇÕES		**2**	**TOTAL**		**R$ 5.160,00**