



**ERRATA N° 001**

**CONCORRÊNCIA N° 001/2024 – CPL/ALEMA**

**PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 2676/2024-ALEMA**

A Comissão de Contratação, designada pela **Resolução Administrativa n° 100/2024**, no uso de suas atribuições legais, informa aos interessados em participar da licitação em referência, objetivando o **Contratação de 02 (duas) agências de publicidade para prestação de serviços publicitários, por demanda, consistentes no estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral**, e visando atender aos princípios da legalidade, autotutela, razoabilidade, bem como a ampliação da competitividade para a busca da proposta mais vantajosa para a Administração, além do interesse público, resolve adequar o texto do instrumento convocatório.

1. O **subitem 7.2.2, aliena a.3.2** do edital passa a ter a seguinte redação:

(...)

a.3.2) Como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária de acordo com o estabelecido no *Briefing* com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata o subitem a.3.1. Os exemplos das peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, *layout*, *storyboard* impresso ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados ao máximo de **10 (dez) peças** de divulgação proposto pela licitante.

2. O **subitem 7.2, aliena a.4.1** do edital passa a ter a seguinte redação:

**7.2 DA PROPOSTA – TÉCNICA**

[...]

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia – (10 pontos) constituída de:

a.4.1) Texto de no máximo **10 (dez) laudas** em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (permitida a inclusão de tabelas e gráficos).

3. O **subitem 7.2, aliena a.4.4** do edital passa a ter a seguinte redação:

a.4.4) Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a **40 (quarenta) laudas**, no **corpo 12 e fonte arial**, ressalvado que os roteiros das peças de que tratam a alínea a.3.2 e os textos, tabelas, gráficos e planilhas referentes às alíneas a.4.1 e a.4.2 não serão computados nesse limite de laudas.

4. O **item 13** do BRIEFING (Anexo I) do edital passa a ter a seguinte redação:

**13. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO**

A Comunicação da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão pode dispor dos seguintes veículos de divulgação:



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO  
Instalada em 16 de fevereiro de 1835  
Comissão Permanente de Licitação – CPL

- Portal da Assembleia (www.al.ma.leg.br);
- TV Assembleia Canal Aberto 9.2
- Maxx 17
- Sky 309.2
- Instagram: @assembleiama
- Facebook: /rtvalema, /assembleiama.
- Youtube: tvassembleiamaranhao
- X: /AssembleiaMA
- Rádio Assembleia – Frequência 96,9 (Senado)
- Jornal O Bequimão (site e impresso)

5. O **item 15** do BRIEFING (Anexo I) do edital passa a ter a seguinte redação:

### 15. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por tratar-se de simulação para o serviço específico de atendimento de agências, a campanha não terá valor orçado de criação e honorários, apenas serão apresentados valores de Plano de Mídia.

A marca oficial da Assembleia e mais informações estão disponíveis no site da Assembleia Legislativa do Estado do Maranhão – ALEMA: <https://www.al.ma.leg.br>.

6. O **item 7.2, alínea “c”** do Termo de Referência (Anexo III) do edital passa a ter a seguinte redação:

c) Repertório: (10 pontos) - apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados pela licitante, para anunciantes que não seja a ALEMA sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver. Poderão ser apresentadas até **10 (dez) peças**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas. Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção e período de veiculação. Os vídeos e os *spots e/ou jingles*, deverão ser fornecidos em *pendrive* ou cartão de memória. Se a licitante que apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida neste subitem, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 8.4.c

7. O **subitem 7.3.1** do Termo de Referência (Anexo III) do edital passa a ter a seguinte redação:

7.3.1. A **NOTA DA PROPOSTA DE PREÇOS** será calculada pela **Comissão de Contratação**, apurado os pontos de cada quesito a ser valorado conforme a tabela a seguir:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Item 1 - Percentual de desconto concedido 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 à criação, peças e ou material.	$P1 = 0,7 \times \text{desconto}$
Item 2 - Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços externos especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, realizados por terceiros/fornecedores, sob supervisão da licitante.	$P2 = 0,2 \times (15 - \text{honorários})$
Item 3 - Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à	$P3 = 0,06 \times (15 - \text{honorários})$



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO MARANHÃO  
Instalada em 16 de fevereiro de 1835  
Comissão Permanente de Licitação – CPL

produção e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias.	
Item 4 - Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, cuja responsabilidade limitar-se a contratação ou pagamento de serviços e suprimentos.	$P4 = 0,04 \times (15 - \text{honorários})$

- a) para o ITEM 1, o desconto a ser ofertado deverá ser de 20% (vinte por cento) até 50% (cinquenta por cento).
- b) para o ITEM 2, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento).
- c) para o ITEM 3, os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento).
- d) para o ITEM 4, deverão estar inclusos as mais diversas expressões de arte, englobando, inclusive, roteiristas; atores; modelos; músicos; fotógrafos; intérpretes; artistas plásticos, ilustradores e demais categorias artísticas. Os honorários a serem propostos não poderão ultrapassar o percentual de 15% (quinze por cento).
- (...)

Comunica, por fim, que a data da abertura da presente licitação fica ADIADA para o **dia 07/01/2025, às 09h30min**, horário de Brasília.

Demais informações disponíveis em [www.al.ma.leg.br](http://www.al.ma.leg.br) e [www.pncp.gov.br](http://www.pncp.gov.br).

Informações adicionais serão prestadas na **Comissão Permanente de Licitação - CPL** localizada, na *Palácio Manoel Bequimão, Av. Jerônimo de Albuquerque, s/n, Sítio Rangedor, Calhau, São Luís/MA*, no horário de 08h00min às 12h00min e das 14h00min às 18h00min de segunda a quinta-feira e nas sextas das 08h00min às 13h00min. ou pelo **cplalema@gmail.com**.

São Luís (MA), 05 de novembro de 2024.

---

**Wanessa Maria Santos Viana**  
Presidente da Comissão de Licitação