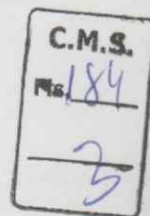




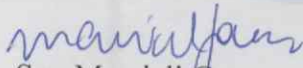
CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

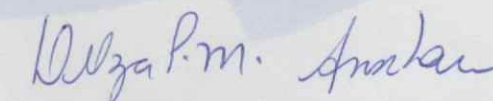
ESTADO DE MATO GROSSO

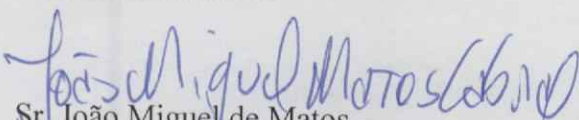


ATA DE SORTEIO DA TOMADA DE PREÇO N.º 001/2022

Às 14 horas (quatorze), do dia 25 de abril do ano de dois mil e vinte e dois na Sala de Licitações da Câmara Municipal de Sinop, localizada a Avenida das Figueiras nº 1835, na cidade de Sinop, Estado de Mato Grosso, reuniram-se os componentes da COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, sendo Presidente a Sra. Marcieli Gomes, e os membros Delza Anchau e João Miguel Matos, nomeados através da Portaria nº 001/2022 para nos termos da Lei 8.666 de 21 de Junho de 1993, atualizada pela Lei nº 8.883, para proceder sorteio da Subcomissão Técnica, de acordo com o artigo 10 e seus parágrafos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010. Os nomes constantes do sorteio foram publicados no Diário Oficial de Contas – Tribunal de Contas de Mato Grosso, ano 11, nº 2436 do dia 13 de abril de 2022, pág. 028 - através do Edital de Convocação nº 001/2022, sendo os que seguem: Servidores da Câmara Municipal de Sinop: Debora Lobo, José Roberto Gonçalves, Maria Helena Benedet Barbuio e Suzana Cabral Machado Batista. E Profissionais sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação: Andressa Amaral e Roneir Correa de Menezes. Dando início ao sorteio a Presidente da Comissão Permanente de Licitação, juntamente com os presentes, fez a conferência dos nomes das pessoas sem vínculo empregatício e realizou o sorteio, sendo sorteado para fazer parte da subcomissão técnica o Senhor Roneir Correa de Menezes. Prosseguindo com o certame o presidente, juntamente com os presentes, fez a conferência dos nomes dos quatro funcionários da Câmara Municipal, que são da área, assim os quatro são aptos a participarem do sorteio. Ato contínuo foram sorteados as Sras. Maria Helena Benedet Barbuio e Suzana Cabral Machado Batista. Portanto a subcomissão técnica foi formada pelos seguintes membros Maria Helena Benedet Barbuio, Suzana Cabral Machado Batista e Roneir Correa Menezes. Nada mais havendo, a Presidente da Comissão solicitou a mim, Secretário, que lavrasse a ata, a qual após lida e achada em conformidade, será assinada pelos presentes.


Sra. Marcieli Gomes
Presidente da C.P.L


Sr. Delza Pereira Moraes Anchau
Secretária da C.P.L


Sr. João Miguel de Matos
Membro da C.P.L



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

ESTADO DE MATO GROSSO

C.M.S.

Fis. 187

ATA DA TOMADA DE PREÇO N.º 001/2022

Às 14h00 (quatorze horas) do dia vinte e seis de abril do ano de dois mil e vinte e dois, na sala de Licitações da Câmara Municipal de Sinop, localizada a Avenida das Figueiras nº 1835, na Cidade de Sinop, Estado de Mato Grosso, reuniram-se os componentes da **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**, sendo presidente a Sra. Marcieli Rosangela Gomes, a Sra. Delza Anschau – Secretária, nomeados através da Portaria nº 001/2022, para nos termos da Lei 8.666 de 21 de Junho de 1993, atualizada pela Lei nº 8.883, e a Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, proceder abertura e julgamento da **LICITAÇÃO MODALIDADE – TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2022**, referente a Contratação de **EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES PARA ESTE PODER LEGISLATIVO**, publicado no Diário Oficial de Contas do Mato Grosso ano 11 nº 2418, página 40, no dia 24 de março de 2022, e no Diário do Estado ano III, Ed. 762, página 05, do dia 25 de março de 2022. Realizaram o cadastramento prévio as empresas M. VITORINO DA SILVA – ME – CNPJ nº 06.851.416/0001-08. A presidente da comissão de licitação declarou instalada a sessão de recebimento dos envelopes nº 01, 02, 03 e 04 e abertura dos envelopes nº 01 e 03, recebendo os envelopes das empresas: M. VITORINO DA SILVA – ME. Em seguida, conforme previsto no Edital, a comissão iniciou os trabalhos de verificação da credencial dos participantes, estando presente o Sr. Marcos Rogério Cabral - CPF nº 978.477.391-00, representando a empresa M. VITORINO DA SILVA – ME. Após a verificação das credenciais, passou-se a conferência do envelope nº 01 “Proposta Técnica – Plano de Comunicação - Via não Identificada”, da empresa M. VITORINO DA SILVA – ME, sendo que não foi constatado nenhum sinal ou marca que pudesse identificar a licitante, foi oportunizado a todos membros da comissão a verificação das vias não identificadas e foram rubricados pela comissão de licitação. Na sequência foi aberto o envelope nº 03 “Proposta Técnica” da empresa M. VITORINO DA SILVA – ME, que foi analisada e considerada válida, em seguida foram rubricados pela comissão e demais presentes. Ato contínuo a presidente da licitação informou aos presentes que os envelopes nº 01 e nº 03 da empresa M. VITORINO DA SILVA – ME seriam encaminhados a subcomissão técnica para avaliação, e que após essa seria publicado a data da segunda sessão para cotejo entre as vias não identificadas do envelope numero 01 e as vias identificadas do envelope numero 02. Nada mais havendo, a Presidente da Comissão solicitou a mim, Secretária, que lavrasse a ata, a qual após lida e achada em conformidade, será assinada pelos presentes.

Sra. Marcieli Gomes

Presidente da C.P.L.

Representante

M. VITORINO DA SILVA – ME

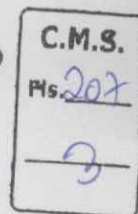
Sra. Delza Moraes Anschau

Secretária da C.P.L.



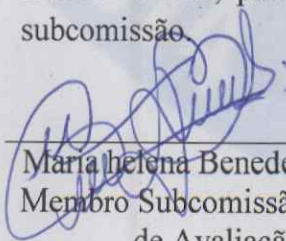
CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

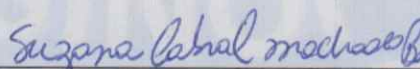
ESTADO DE MATO GROSSO

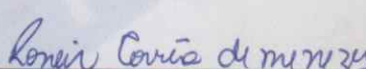


ATA DE REUNIÃO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA DA TOMADA DE PREÇO N. 001/2022

Aos vinte e oito dias do mês de abril do ano de dois mil e vinte e dois, às 14 horas, na sala de licitações da Câmara Municipal de Sinop, Estado de Mato Grosso, localizada na Av. das Figueiras, 1835, na cidade de Sinop. Estado de Mato Grosso, reuniu-se a SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÕES, nomeada pela portaria nº 068/2022, de 25 de abril de 2022, da Câmara Municipal de Sinop, composta pelos Senhores Maria helena Benedet Barbuio, Suzana Cabral Machado Batista e Roneir Correa Menezes. – Membros, para análise e julgamento das propostas técnicas referente à TOMADA DE PREÇOS 001/2022, com objetivo de contratar empresa prestadora de serviços de publicidade. Dando início aos trabalhos, os membros reuniram-se para que todos pegassem suas planilhas e analisassem de forma individual a proposta técnica da empresa habilitada no certame, sendo ela nomeada de Empresas A avaliando e pontuando os critérios de a) Plano de Comunicação Publicitária: 100 (cem) subdivididos em: a1) Raciocínio Básico: 15 (quinze); a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte); a3) Ideia Criativa: 25 (vinte e cinco); a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 10 (dez); b) Capacidade de Atendimento: 10 (dez); c) Repertório: 10 (dez) e d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez). Ao analisar cada item, os membros da subcomissão realizaram a soma das notas aplicadas por todos e posteriormente divididas por 3 (três), por ser esta a quantidade de membros da subcomissão, calculando assim a média conforme determina o edital. Após a realização das análises e somatória das notas das empresas, ficaram confirmadas as seguintes notas: a1) Raciocínio Básico: 13,5; a2) Estratégia de Comunicação Publicitária: 18,6; a3) Ideia Criativa: 19,8; a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 9,3; b) Capacidade de Atendimento: 9,43; c) Repertório: 8,63 e d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 9,5. Concluindo o trabalho de análise e julgamento e apresentadas as notas de cada membro da subcomissão, foi estabelecida a soma geral das notas obtidas nos itens avaliados conforme acima. Assim somadas as notas de cada item e após divisão para obtenção da média, foram apresentados os resultados finais: EMPRESA A com nota final 88,76 (oitenta e oito virgula setenta e seis). Encerrando o trabalho de soma de notas, o resultado do julgamento das propostas técnicas foi encaminhado para Comissão Permanente de Licitação, para prosseguimento ao processo da Tomada de Preços 001/2022. Fica anexada a esta, as planilhas manuais contendo as notas de avaliação e as fundamentações das notas. Sem, ter mais nada a discutir ou analisar, declaramos encerrada a reunião e dela, para constar, foi lavrada a presente Ata, assinada por todos os membros da subcomissão.


Maria Helena Benedet Barbuio
Membro Subcomissão Técnica
de Avaliação


Suzana Cabral Machado Batista
Membro Subcomissão Técnica
de Avaliação


Roneir Correa Menezes
Membro Subcomissão
Técnica de Avaliação

C.M.S.
Fls. 208
3

**ANEXO V - QUADRO DE NOTAS - MÉDIA
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 páginas em que o licitante explicita seu conhecimento sobre a CM de Sinop e entendimento.	a) Das funções e do papel da CONTRATANTE nos contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos)	
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos (0 a 2 pontos)	
	c) Das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (0 a 3 pontos)	
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	
	e) do(s) desafio (s) ou do(s) problema(S), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Contratante (0 a 1 ponto)	
	f) das necessidades de comunicação da Contratante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema (s) (0 a 2 pontos)	
SUBTOTAL MÉDIA		13,5
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Texto de até 8 páginas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Câmara Municipal de Sinop. Devera conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas.	a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Contratante e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação (0 a 6 pontos)	
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos)	
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 2 pontos)	
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Sinop (0 a 5 pontos)	
	e) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (0 a 3 pontos)	
	f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Contratante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e as metas por ele desejadas e a verba disponível (0 a 2 pontos)	
SUBTOTAL MÉDIA		18,6
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3	

Roniv

Suzane

A-

Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	pontos)	
	b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (0 a 2 pontos)	
	c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (0 a 3 pontos)	
	d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos)	
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos)	
	f) Sua pertinência às atividades da Contratante e a sua inserção nos contextos social, político e econômico (0 a 2 pontos)	
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados (0 a 2 pontos)	
	h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos)	
	i) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (0 a 3 pontos)	
SUBTOTAL MÉDIA		19,8
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até 4 páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários (0 a 3 pontos)	
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos)	
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (0 a 2 pontos)	
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Contratante (0 a 1 ponto)	
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material (0 a 1 ponto)	
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (0 a 1 pontos)	
SUBTOTAL MÉDIA		9,3

Mania Helena Benedit Barbuis

Juicy Ronin Cordeiro de Melo
Suzana Cabral Machado Barão

[Handwritten signature]

Total = 61,20

C.M.S.
 Pts 210
 8

QUADRO NOTAS MÉDIAS

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (0 a 2 pontos)	
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)	
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Contratante (0 a 3 pontos)	
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (0 a 1 ponto)	
	e) a operacionalidade do relacionamento entre a Contratante e a licitante, esquematizado na proposta (0 a 1 ponto)	
	f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (0 a 1 ponto)	
SUBTOTAL MÉDIA		9,43
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
6 REPERTÓRIO de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (0 a 5 pontos)	
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos)	
	c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos)	
SUBTOTAL MÉDIA		8,63
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 02 páginas.	a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos)	
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)	
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)	
SUBTOTAL MÉDIA		9,5

Jany Roniv Correio de menezes

[Handwritten signature]
 Age

Maria Helena B. Barbieri
 Suzane Cabral Machado Barreto

total = 27,56

C.M.S.
Fls. 211
3

**ANEXO V - QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

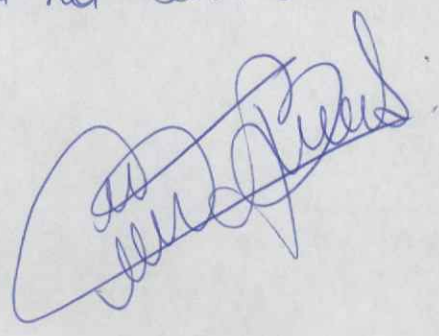
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 páginas em que o licitante explicita seu conhecimento sobre a CM de Sinop e entendimento.	a) Das funções e do papel da CONTRATANTE nos contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos)	5
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos (0 a 2 pontos)	2
	c) Das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (0 a 3 pontos)	3
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	2
	e) do(s) desafio (s) ou do(s) problema(S), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Contratante (0 a 1 ponto)	1
	f) das necessidades de comunicação da Contratante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema (s) (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		15
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Texto de até 8 páginas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Câmara Municipal de Sinop. Devera conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas.	a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Contratante e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação (0 a 6 pontos)	6
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos)	2
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 2 pontos)	2
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Sinop (0 a 5 pontos)	5
	e) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (0 a 3 pontos)	3
	f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Contratante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e as metas por ele desejadas e a verba disponível (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		20
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3	3

21

C. 193
Ms 212
B

Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	pontos)	
	b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (0 a 2 pontos)	2
	c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (0 a 3 pontos)	3
	d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	3
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos)	2
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos)	3
	f) Sua pertinência às atividades da Contratante e a sua inserção nos contextos social, político e econômico (0 a 2 pontos)	2
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados (0 a 2 pontos)	2
	h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos)	2
	i) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (0 a 3 pontos)	3
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		22
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até 4 páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários (0 a 3 pontos)	3
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos)	2
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (0 a 2 pontos)	2
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Contratante (0 a 1 ponto)	1
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material (0 a 1 ponto)	1
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (0 a 1 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		10

Maria Helena Benedit Barzui



10

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (0 a 2 pontos)	2
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)	2
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Contratante (0 a 3 pontos)	3
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (0 a 1 ponto)	1
	e) a operacionalidade do relacionamento entre a Contratante e a licitante, esquematizado na proposta (0 a 1 ponto)	1
	f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		10
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
6 REPERTÓRIO de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (0 a 5 pontos)	5
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos)	3
	c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		10
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas em Comunicação em 02 páginas.	a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos)	4
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	3
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)	2
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		10

Mania Helena Benedit Barbano

ANEXO V - QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS
SUBCOMISSÃO TÉCNICA

C.M.S.
 Fls 214
 3

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 páginas em que o licitante explicita seu conhecimento sobre a CM de Sinop e entendimento.	a) Das funções e do papel da CONTRATANTE nos contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos)	3
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos (0 a 2 pontos)	2
	c) Das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (0 a 3 pontos)	2
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	2
	e) do(s) desafio (s) ou do(s) problema(S), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Contratante (0 a 1 ponto)	1
	f) das necessidades de comunicação da Contratante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema (s) (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		12
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Texto de até 8 páginas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Câmara Municipal de Sinop. Devera conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas.	a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Contratante e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação (0 a 6 pontos)	4
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos)	2
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 2 pontos)	2
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Sinop (0 a 5 pontos)	4
	e) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (0 a 3 pontos)	2
	f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Contratante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e as metas por ele desejadas e a verba disponível (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		16
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3	2

Suzana

Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	pontos)	
	b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (0 a 2 pontos)	2
	c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (0 a 3 pontos)	2
	d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	3
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos)	1
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos)	2
	f) Sua pertinência às atividades da Contratante e a sua inserção nos contextos social, político e econômico (0 a 2 pontos)	1
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados (0 a 2 pontos)	2
	h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos)	1
	i) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (0 a 3 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		17
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até 4 páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários (0 a 3 pontos)	2
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos)	1
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (0 a 2 pontos)	2
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Contratante (0 a 1 ponto)	1
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material (0 a 1 ponto)	1
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (0 a 1 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		8


Suzane Cabral machado Barreto

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (0 a 2 pontos)	2
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)	2
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Contratante (0 a 3 pontos)	2
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (0 a 1 ponto)	1
	e) a operacionalidade do relacionamento entre a Contratante e a licitante, esquematizado na proposta (0 a 1 ponto)	1
	f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
6 REPERTÓRIO de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (0 a 5 pontos)	3
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos)	2
	c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		6
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 02 páginas.	a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos)	4
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	3
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)	1
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		9

Suzane Cabral Machado Barista

**ANEXO V - QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 páginas em que o licitante explicita seu conhecimento sobre a CM de Sinop e entendimento.	a) Das funções e do papel da CONTRATANTE nos contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos)	4,2
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CONTRATANTE com seus públicos (0 a 2 pontos)	1,5
	c) Das características da CONTRATANTE e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (0 a 3 pontos)	2,8
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	2,0
	e) do(s) desafio (s) ou do(s) problema(S), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Contratante (0 a 1 ponto)	1,0
	f) das necessidades de comunicação da Contratante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema (s) (0 a 2 pontos)	2,0
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 15 PONTOS)		13,5
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO - Texto de até 8 páginas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Câmara Municipal de Sinop. Devera conter no mínimo 25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a 50 (cinquenta) linhas.	a) A adequação do partido temático e do conceito proposto à natureza e à qualificação da Contratante e seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação (0 a 6 pontos)	6,0
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos)	1,9
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 2 pontos)	2,0
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Sinop (0 a 5 pontos)	4,9
	e) A consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (0 a 3 pontos)	3,0
	f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Contratante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e as metas por ele desejadas e a verba disponível (0 a 2 pontos)	2,0
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		19,8
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3	2,8


Renir

Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	pontos)	
	b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante (0 a 2 pontos)	1,9
	c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo (0 a 3 pontos)	3,0
	d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta (0 a 3 pontos)	2,8
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos)	1,9
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos)	3,0
	f) Sua pertinência às atividades da Contratante e a sua inserção nos contextos social, político e econômico (0 a 2 pontos)	2,0
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados (0 a 2 pontos)	2,0
	h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos)	1,7
	i) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos (0 a 3 pontos)	2,4
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		20,4
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até 4 páginas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários (0 a 3 pontos)	3,0
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos)	2,0
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores (0 a 2 pontos)	2,0
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Contratante (0 a 1 ponto)	1,0
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças e ou do material (0 a 1 ponto)	1,0
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa (0 a 1 pontos)	1,0
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		10,0

[Handwritten Signature]

Romeu Correia de Menezes

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infraestrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado (0 a 2 pontos)	1,8
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)	1,2
	c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Contratante (0 a 3 pontos)	2,9
	d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato (0 a 1 ponto)	0,9
	e) a operacionalidade do relacionamento entre a Contratante e a licitante, esquematizado na proposta (0 a 1 ponto)	1,0
	f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Contratante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato (0 a 1 ponto)	1,0
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9,3
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
6 REPERTÓRIO de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a solucionar	a) A ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver (0 a 5 pontos)	5,0
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos)	3,0
	c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos)	1,9
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		9,9
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 02 páginas.	a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos)	3,5
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	3,0
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)	2,0
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)	1,0
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)		9,5

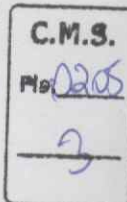
Roneri Correia de Menezes

2
H



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

ESTADO DE MATO GROSSO



ATA DA TOMADA DE PREÇO N.º 001/2022

Abertura de Via Identificada, Proposta de Preços e Documentos de Habilitação

Às 14 horas, do dia 03 de maio do ano de dois mil e vinte e um na sala de Licitações da Câmara Municipal de Sinop, localizada a Avenida das Figueiras n.º 1835, na cidade de Sinop, Estado de Mato Grosso, reuniram-se os componentes da **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**, sendo Presidente a Sra. Marcieli Rosangela Gomes, o Sra. Delza Anschau – Secretária nomeados através da Portaria n.º 001/2022 para nos termos da Lei 8.666 de 21 de Junho de 1993, atualizada pela Lei n.º 8.883, e a Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, para proceder abertura do Envelope n.º 1 e cotejo da via não identificada referente a **LICITAÇÃO MODALIDADE – TOMADA DE PREÇOS N.º 001/2022**, referente a Contratação de Empresa de Publicidade e Propaganda para Criação e Divulgação dos Trabalhos Institucionais e legislativos da Câmara Municipal. A convocação para a Sessão Pública de julgamento das Propostas Técnicas foi publicada no Diário Oficial dos Municípios do Estado de Mato Grosso do dia 02 de maio de 2022, página 20, Edição 2446, Ano 11. Registra-se a presença do Sr. Marcos Rogério Cabral, da empresa M. VITORINO DA SILVA – ME. A presidente da comissão de licitação declarou instalada a sessão sendo inicialmente aberto o Envelope da Subcomissão Técnica contendo as avaliações da Empresa licitante através da “Proposta Técnica – Plano de Comunicação - Via não Identificada”, que após o cotejo entre o envelope n.º 1 que é “Proposta Técnica – Plano de Comunicação – Via Identificada”, a qual foi identificada como **Empresa A**, a Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME, que recebeu a nota final 88,76 (oitenta e oito virgula setenta e seis). A Classificação das Propostas Técnicas é a seguinte: **1ª Colocada - Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME com 88,76 (oitenta e oito virgula setenta e seis) pontos**. Na sequência, em comum acordo com o participante, deu-se início a abertura do envelope de Proposta de Preços n.º 004, sendo aberto o Envelope da empresa M. VITORINO DA SILVA – ME, que ofertou percentual de 90% (noventa por cento) de desconto a ser aplicado sobre a tabela de Preços Referenciais de Serviços Internos da Agência de Publicidade, expedida pelo Sindicato das Agências de Publicidade de Mato Grosso, sendo que após aplicação da fórmula de Pontuação de Preços, resultou em **90 pontos**. Assim a classificação da licitante após a soma aritmética é a seguinte: 1ª Colocada – Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME com 89.008 **pontos**. Neste norte sagrou-se **VENCEDORA** a Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME com **89,008 pontos**. Dando continuidade, a presidente da comissão de licitação prosseguiu



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

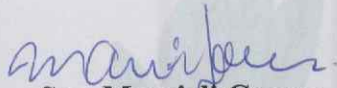
ESTADO DE MATO GROSSO

C.M.S.

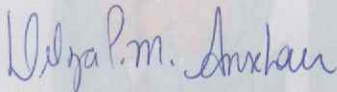
№. 206

3

recebendo o Envelope nº 005 – Documentos de Habilitação da Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME CNPJ nº 06.851.416/0001-08. Ato contínuo o envelope foi devidamente rubricado sendo em seguida aberto, e os documentos também rubricados, e após conferidos verificou-se que os documentos apresentados atendiam o disposto no edital e estavam todos validos. Não havendo intenção de recurso pela empresa licitante e nada mais havendo, a Presidente da Comissão solicitou a mim, Secretária, que lavrasse a ata, a qual após lida e achada em conformidade, será assinada pelos presentes.



Sra. Marcieli Gomes
Presidente da C.P.L.



Sra. Delza Anshau
Secretária da C.P.L.