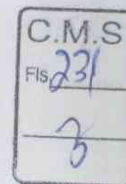




CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

ESTADO DE MATO GROSSO



ATA DE SORTEIO DA TOMADA DE PREÇO N.º 001/2020

Às 14 horas (quatorze), do dia 06 de abril do ano de dois mil e vinte e um 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 Valdir Kamchen e João Miguel Matos, nomeados através da Portaria nº 011/2021 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 10, nº 2155 do dia 23 de março de 2021, pág. 019 - através do Edital de Convocação nº 001/2021, sendo os que seguem: Servidores da Câmara Municipal de Sinop: Daiane Stela de Carvalho, Debora Lobo, Fabricia Viêro Wisniewski e Suzana Cabral Machado Batista. E Profissionais sem vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação: Andressa Pereira do Amaral e Sandra Regina Rodrigues Domingues. 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 a Senhora Andressa Pereira do Amaral. 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. Fabricia Viêro Wisniewski e Suzana Cabral Machado Batista. Portanto a subcomissão técnica foi formada pelos seguintes membros Senhora Andressa Pereira do Amaral, Fabricia Viêro Wisniewski e Suzana Cabral Machado Batista. 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.

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

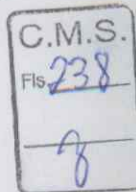
Valdir Kamchen
Sr. Valdir Kamchen
Secretário da C.P.L

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



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

ESTADO DE MATO GROSSO



ATA DA TOMADA DE PREÇO N.º 002/2021

Às 14h00 (quatorze horas) do dia oito de abril do ano de dois mil e vinte e um, 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. Marieli Rosangela Gomes, o Sr. André Carlos Gobbato e Delza Anschau, membros, nomeados através da Portaria nº 011/2021, 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 002/2021**, 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 10 nº 2140, página 25, no dia 02 de março de 2021, e no Diário Regional ano XV, página 05, do dia 03 de março de 2021 e publicado aviso de adiamento de abertura de licitação no Diário Oficial de Contas do Mato Grosso ano 10 nº 2162, página 33, no dia 31 de março de 2021, e no Diário Regional ano XV, página 05 do dia 31 de março de 2021. Realizaram o cadastramento prévio as empresas M. VITORINO DA SILVA – ME – CNPJ nº 06.851.416/0001-08, e AGÊNCIA DE PUBLICIDADE RF LTDA – CNPJ nº 14.895.672/0001-17. 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 e AGÊNCIA DE PUBLICIDADE RF LTDA. 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; e o Sr. Daniel Costa Garcia – CPF nº 323.019.478-07 representando a empresa AGÊNCIA DE PUBLICIDADE RF LTDA. Após a verificação das credenciais, passou-se a conferência do envelope nº 01 com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, momento em que restou constatado que a empresa AGÊNCIA DE PUBLICIDADE RF LTDA, não cumpriu o disposto no item 11.2, em especial quanto a existência de prendedor (grampo) em folhas, bem como a ausência de capa e contracapa em papel A4 branco. Desta forma, em observância ao item 19.2.1.1, a Comissão Permanente de Licitação entendeu por não receber o Envelope nº 01 e demais envelopes da empresa AGÊNCIA DE PUBLICIDADE RF LTDA, declarando-a desclassificada. Ato contínuo foi

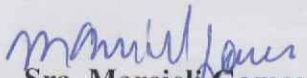


CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

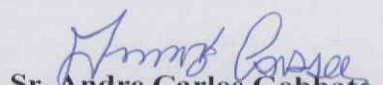
ESTADO DE MATO GROSSO

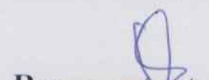


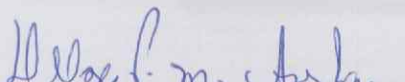
verificado o envelope nº 01 "Proposta Técnica - Plano de Comunicação - Via não Identificada", da empresa M. VITORINO DA SILVA - ME, sendo que não foi constatado nenhum sinal ou marca que pudesse identificar a licitante, foi oportunizado aos representantes das licitantes a verificação das vias não identificadas e foram rubricados pela comissão de licitação e demais presentes. 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 após o prazo recursal, 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. Registra-se que foram vistas duas folhas em branco constantes da documentação apresentada pela empresa M. VITORINO DA SILVA - ME. 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.


Representante
M. VITORINO DA SILVA - ME


Sr. Andre Carlos Gobbato
Membro substituto da C.P.L.
Secretário


Representante
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE RF LTDA


Sra. Delza Moraes Anschau
Membro Substituto da CPL


Dr. Bruno Budny
Assistente Jurídico

**ATA DE REUNIÃO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA REFERENTE A TOMADA
DE PREÇO Nº 002/2021**

C.M.S.
Fls. 303
Ab

Ao dia sete de maio de 2021, às sete horas e trinta minutos, na sala de licitações da Câmara Municipal de Sinop, localizada na Avenida das Figueiras, nº 1835, na cidade de Sinop, Estado de Mato Grosso, reuniu-se a **SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÕES**, nomeada pela portaria nº 077/2021, da Câmara Municipal de Sinop, composta pela Sra. Suzana Cabral Machado Batista, Sra. Fabrícia Viêro Wisnieswsky e a Sra. Andressa Pereira do Amaral – membros, para análise e julgamento das propostas técnicas referentes à **TOMADA DE PREÇO Nº 002/2021**, com o objetivo de contratar empresa prestadora de serviços de publicidade. Dando início aos trabalhos, os membros reuniram-se para que todos pegassem as suas planilhas e analisassem de forma individual a proposta técnica da empresa habilitada no certame sendo ela nomeada de Empresa A, avaliando e pontuando os critérios de Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia, Capacidade de Atendimento e Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação; dando as suas notas, observando os critérios estabelecidos em edital e colocando-as posteriormente na planilha de apuração, os membros da Subcomissão analisaram o envelope A. Na reunião foram debatidas considerações pertinentes à proposta apresentada. Assim cada componente da Subcomissão realizou suas análises, iniciando pelo item RACIOCÍNIO BÁSICO, seguido de ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO; IDEIA CRIATIVA; ESTRATÉGIA DE MÍDIA; CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e por fim RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO. Ao analisar cada item, os membros da Subcomissão também relacionaram as justificativas para cada nota. Ao fim das análises de todos os itens da empresa, os membros da Subcomissão realizaram a soma das notas apresentadas por todos e, posteriormente, divididas por três, por ser esta a quantidade de componentes da Subcomissão, atingindo assim a média. Após a realização das análises e somatória das notas a empresa recebeu as seguintes notas médias para cada item: **Empresa A**, RACIOCÍNIO BÁSICO 12,3 (doze vírgula três), ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO 14,8 (quatorze vírgula oito), IDEIA CRIATIVA 19,5 (dezenove vírgula cinco), ESTRATÉGIA DE MÍDIA 8,9 (oito vírgula nove), CAPACIDADE DE ATENDIMENTO 6,9 (seis vírgula nove), REPERTÓRIO 7,6 (sete vírgula seis) e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO 8,3 (oito vírgula três). Concluindo o trabalho de análise e julgamento e apresentadas as notas de cada membro da Subcomissão sobre cada item analisado, foi estabelecida a soma geral das notas, obtidas nos itens RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO, IDEIA CRIATIVA, ESTRATÉGIA DE MÍDIA, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO e RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO. Assim somadas todas as notas que cada item obteve, resultando a média final da seguinte empresa: **Empresa A**, nota final 78,3 (setenta e oito vírgula três). Encerrado o trabalho de soma de notas, o resultado do julgamento da Proposta Técnica foi encaminhado para a Comissão Permanente de Licitação para o prosseguimento do processo de Tomada de Preço nº 002/2021. Fica

*Andressa
Amaral*

*Fabrícia
Viêro*

anexada a esta, as planilhas contendo as notas de avaliação. 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.

C.M.S.
Fls. 304
18

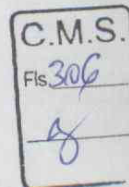
Suzana Cabral machado Batista
SUZANA CABRAL MACHADO BATISTA

Fabricia Viêro Wisniewski
FABRÍCIA VIÊRO WISNIESWSKY

Andressa Amaral
ANDRESSA PEREIRA DO AMARAL



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



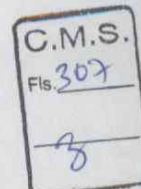
**ANEXO V - QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO - Texto de até 8 páginas em que o licitante explicate 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)	3,3
	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)	3
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	1
	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)		12,3
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)	4,6
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa do partido temático e do conceito propostos (0 a 2 pontos)	1,6
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 a 2 pontos)	1
	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)	2,3
	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)	1,3

Arduana



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		14,8
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3 pontos)	2,3
	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)	2
	e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem (0 a 2 pontos)	1,3
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta (0 a 3 pontos)	2,3
	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)	1,3
	h) A exequibilidade das peças e ou do material (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		2,3
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		19,5
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)	2,3
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos (0 a 2 pontos)	1,6
	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)		8,9



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra-estrutura 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)	1,6
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)	1,3
	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)	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
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		6,9
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 ponto)	3,3
	b) A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material (0 a 3 pontos)	2,3
	c) A clareza da exposição das informações prestadas (0 a 2 pontos)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7,6
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em 02 páginas.	a) A evidência de planejamento publicitário (0 a 4 pontos)	3
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	2,3
	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)		8,3

Suzana Cabral machado Batista

Isadora Silva

Andressa Amaral



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



**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 no contexto social, político e econômico (0 a 5 pontos)	4
	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)	1
	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)		13
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. Deverá conter no mínimo	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)	5
	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)	1
	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)	3

Arduana



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**

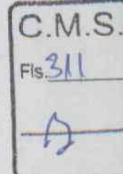
C.M.S.
Fls. 310
5

25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a	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)		17
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3 pontos)	3
	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)	2
	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)	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)	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)		23
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	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

Andressa



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



público definidos no briefing.	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)		2
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra-estrutura 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)	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
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		8
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 ponto)	4
	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)		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
	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



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO

C.M.S.
Fis. 312
8

SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)

9

Andressa Amaral



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**

C.M.S.
Fls. 313
2

**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 no 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)	3
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	1
	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. Deverá conter no mínimo	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 a 2 pontos)	1
	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

Técnica



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**

C.M.S.
Fls. 314
3

25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a	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)	1
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)		14
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	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)	2
	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)	1
	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)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)		18
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	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

assinado



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**

C.M.S.
Fis. 315
8

público definidos no briefing.	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
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra-estrutura 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)	1
	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)	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
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7
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 ponto)	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)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		7
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
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	2
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)	2
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)	1



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO

C.M.S.
Fis. 316
3

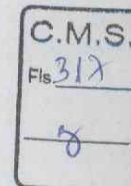
SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)

8

Fabiana Jairo



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**

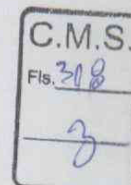


**ANEXO V - QUADRO DE NOTAS
JULGAMENTO PROPOSTA TÉCNICA - QUADRO DE NOTAS
SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

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 no 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)	3
	d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação (0 a 2 pontos)	1
	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	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)	5
	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
	c) A riqueza de desdobramentos positivos dos conceitos para a comunicação da Contratante com seus públicos (0 2 pontos)	1
	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



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



25 (vinte e cinco) linhas e não poderá exceder a	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)	1
	SUBTOTAL (MÁXIMO DE 20 PONTOS)	14
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
3 - IDEIA CRIATIVA Síntese de estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem. Limitado a 10 peças.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação apresentado no Briefing (0 a 3 pontos)	2
	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)	2
	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)	1
	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)	2
	SUBTOTAL (MÁXIMO DE 25 PONTOS)	18
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	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)	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



**CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO**



público definidos no briefing.	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)		09
QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
5 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para execução do contrato; infra-estrutura 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
	b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias (0 a 2 pontos)	1
	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)	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
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		06
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 ponto)	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)	2
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		07
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
	b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução (0 a 3 pontos)	2
	c) a relevância dos resultados apresentados (0 a 2 pontos)	2
	d) Concatenação lógica da exposição (0 a 1 ponto)	1



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP
ESTADO DE MATO GROSSO

70
C.M.S.
FIS. 32P
7

SUBTOTAL (MÁXIMO DE 10 PONTOS)

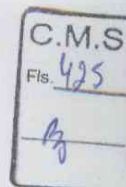
08

Suzane Aival machado Batista



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

ESTADO DE MATO GROSSO



ATA DA TOMADA DE PREÇO N.º 002/2021

Abertura de Via Identificada e Proposta de Preços

Às 14 horas, do dia 13 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 Substituta nomeados através da Portaria n.º 011/2021 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 002/2021**, 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 12 de maio de 2021, página 67, Edição 2191, Ano 10. 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 78,3 (setenta e oito virgula três). A Classificação das Propostas Técnicas é a seguinte: **1ª Colocada - Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME com 78,3 (setenta e oito virgula três) pontos**. Na sequencia, em comum acordo entre os participantes, deu-se inicio 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 80,64 pontos**. Neste norte sagrou-se **VENCEDORA** a Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME com **80,64 pontos**. Dando continuidade, não havendo intenção de recurso pela empresa licitante, ficou marcado para

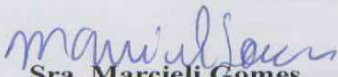


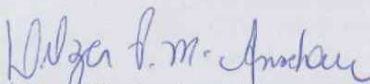
CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

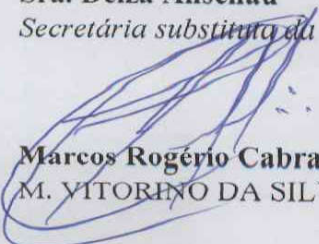
ESTADO DE MATO GROSSO



recebimento dos documentos de habilitação será dia 20 de maio de 2021. 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.

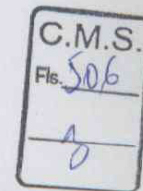

Sra. Delza Anschau
Secretária substituta da C.P.L.


Marcos Rogério Cabral
M. VITORINO DA SILVA – ME



CÂMARA MUNICIPAL DE SINOP

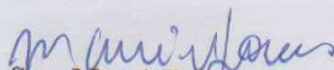
ESTADO DE MATO GROSSO



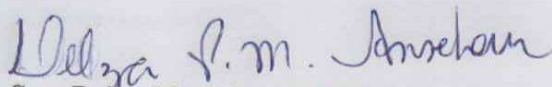
ATA DA TOMADA DE PREÇO N.º 002/2021

Abertura Habilitação

Às 14 horas, do dia vinte 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 Rosângela Gomes, a sra. Delza Moraes Anschau, nomeados através da Portaria n.º 011/2021, 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 Envelope n.º 5 – Documentos de Habilitação referente a **LICITAÇÃO MODALIDADE – TOMADA DE PREÇOS N.º 002/2021**, 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 abertura dos envelopes das Propostas de habilitação foi publicada no Diário Oficial de Contas do Mato Grosso ano 10 n.º 2194 página 41 no dia 17 de maio de 2021. 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 pública, recebendo o Envelope n.º 005 – Documentos de Habilitação da Empresa M. VITORINO DA SILVA – ME CNPJ n.º 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. 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 Moraes Anschau

Membro substituto da C.P.L


Sr. Marcos Rogério Cabral
M. VITORINO DA SILVA – ME