



TERMO DE REFERÊNCIA

1.0-OBJETO:

Contratação de empresa (Pessoa Jurídica) para prestação de serviço com disponibilização de espaço na mídia local e publicações oficiais de interesse da Municipalidade

2.0-JUSTIFICATIVA:

Considerando que a Câmara Municipal de Barra do Garças/MT necessita de serviços para a divulgação das atividades parlamentares dos vereadores, faz-se necessário a contratação dos serviços especificados. O trabalho realizado pelo Legislativo é de fundamental importância para o desenvolvimento da cidade de BARRA DO GARÇAS. Além das ações promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara possui comissões permanentes, que atuam em diversas áreas como Comissão de Educação, Cultura, Finanças, Saúde, Trânsito Transportes e Indústria. Nas sessões ordinárias e especiais, audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo, os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos.

A comunicação é fator fundamental nas relações humanas. Quando se trata de órgãos e instituições públicas, a comunicação assume um papel ainda maior. Informar ao cidadão as ações da Câmara Municipal e dar visibilidade ao trabalho dos parlamentares é primordial para que a população acompanhe as ações de cada vereador. Como pressupostos norteadores do trabalho da Mesa Diretora destacamos a ampliação das ações que incentivem a participação da população nos trabalhos da Câmara e a criação de projetos que fomentem a cultura local e regional. O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão as informações sobre o trabalho do Legislativo. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre população e Câmara Municipal de BARRA DO GARÇAS.

3.0-ESPECIFICAÇÕES DO OBJETO/VALOR ESTIMADO:

Contratação de empresa (Pessoa Jurídica) para prestação de serviço com disponibilização de espaço na mídia local e publicações oficiais de interesse da Municipalidade, sendo: publicações em jornais Diário Oficial do estado de Mato Grosso/IOMAT, Diário Oficial da União/Brasília/DF e jornais impressos de ampla circulação local, (Publicações de abertura de processos licitatórios; resultados de licitações; balancetes; Notificações; Portarias; Avisos; Decretos; comunicados; demonstrativos de receitas e despesas; extratos de contratos; relatórios; abandonos; revogações e demais atos administrativos. Orçamento Estimativo: R\$ 217.003,92 (duzentos e dezessete mil, três reais e noventa e dois centavos).

4.0-PERÍODO DE VEICULAÇÃO:
Até 31.12.2019.

5.0-ABRANGÊNCIA:

Local e sendo publicações oficiais a abrangência será nacional.

6.0-DOTAÇÃO:

01.001.01.031.0001.2001.339039

7.0-MÍDIAS:

IOMAT/DIÁRIO OFICIAL DO ESTADO, DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO, JORNAL LOCAL, RÁDIO E TV LOCAL, REVISTAS E SITES DE INTERNET.

8.0-RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS



27
[Handwritten signature]



8.1 - A Comissão receberá o envelope contendo os envelopes integrantes da "Proposta Técnica" e da "Proposta de Preços" e chamando à mesa o representante legal para apresentação do seu documento de identidade juntamente com o credenciamento.

8.2 -

ENVELOPE "C" - documentos contidos somente no envelope "C" serão rubricados pelos representantes das licitantes;

ENVELOPES "A" - "Proposta Técnica Apócrifa" não poderão receber qualquer tipo de marcas, sinais, dobraduras, etc, facultando-se os representantes o seu exame, registrando-se em ata as anotações solicitadas.

8.3 - ENVELOPES "B" E "D" - "PROPOSTA DE PREÇOS serão rubricados pela Comissão Municipal de Licitação e pelos representantes das licitantes e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da referida comissão.

8.4 - Após a abertura dos envelopes "A" e "C" de proposta técnica a abertura e os vistos da Comissão de Licitação e dos licitantes, a seção será suspensa para o julgamento destas propostas pela "Comissão Especial Técnica", e será lavrada ata da conteúdo os apontamentos dos licitantes, que houver:

8.5 - Em caso de ocorrer diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito a comissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a cada um dos quesitos com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postas no instrumento convocatório;

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

8.7 - O resultado do julgamento será divulgado no mural da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS, onde também será divulgada a data, hora e local de abertura do envelope "B" e conseqüente identificação das propostas contidas no envelope "A".

Efetuada a apuração da Nota Técnica dos envelopes "A" e "C" será lavrada ata da seção, abrindo-se prazo recursal, caso os licitantes não abram mão, por escrito registrado na ata deste direito.

8.8 - Caso se constate qualquer tipo de informação, marca ou sinal no material que compõe a via apócrifa do "Plano de Comunicação Publicitária" que permita a identificação de sua autoria, independente da fase do processo, a licitante será automaticamente desclassificada no certame e ficará impedida de participar das fases posteriores.

8.9 - Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente Edital e que apresentarem rasuras ou falhas que impossibilitem a sua compreensão.

8.10 - O não cumprimento de qualquer item referente à Proposta Técnica implicará na desclassificação da licitante.

8.11 - Não serão consideradas quaisquer informações ou declarações apresentadas na proposta de preços que deveriam constar na Proposta Técnica.



a) - Os Envelopes de Propostas Técnicas "B" e de Preços "D" das licitantes que não forem classificadas ficarão sob a guarda da Comissão até a assinatura do Contrato, quando então estarão à disposição das empresas para retirá-los no prazo de até 30 (trinta) dias corridos, após o qual serão dilacerados sem quaisquer formalidades;

b) - Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 80 (oitenta) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, conforme critérios constantes do item seguinte.

8.12 - Não serão aceitos pela Comissão quaisquer documentos ou envelopes que sejam encaminhados por e-mail, fax ou que cheguem à Comissão fora do horário estabelecido.

9.0-DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS:

9.1 - Serão levados em conta pela Comissão Especial de Licitação, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

I - Plano de Comunicação

II - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) - Das características da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) - Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS com seus públicos;

c) - Do papel da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS no atual contexto social, político e econômico.

II - Estratégia de Comunicação Publicitária

a) - Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;

b) - A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;

c) - A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS com seus públicos;

d) - A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS;

e) - Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

III - Idéia Criativa

a) - Sua adequação ao problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS;

b) - A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;



- c) - A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) - A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) - A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) - Sua pertinência às atividades CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e à sua inserção na sociedade;
- g) - Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) - A exeqüibilidade das peças;
- i) - A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) - O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) - A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) - A consistência do plano simulado de distribuição das peças;
- d) - A pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS;
- e) - A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de Distribuição de peças;
- f) - A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.1.3 - Capacidade de Atendimento

- I - A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;
- II - A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- III - 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 serão colocadas regularmente à disposição da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- IV - A operacionalidade do relacionamento entre a CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e a licitante, esquematizado na proposta.

10.0 - Repertório

- 10.1 - A ideia criativa e sua pertinência;



- II - A clareza da exposição do problema publicitário;
- III - A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - A relevância dos resultados apresentados;
- V - A qualidade da execução e do acabamento.

10.2 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- I - A concatenação lógica da exposição;
- II - A evidência de planejamento publicitário;
- III - A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- IV - A relevância dos resultados apresentados.

11.0 - A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 80 (oitenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

QUESTOS	ASPECTOS AVALIADOS	PONTUAÇÃO
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 4 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e entendimento	a) Das características da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	
	b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS com seus públicos.	
	c) Do papel da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS no atual contexto social, político e econômico.	
	SUBTOTAL (MÁXIMO 15 PONTOS)	
2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO Texto de até quatro laudas em que o licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS.	a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS, conforme briefing.	
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	
	c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS com seus públicos.	
	d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS.	
	e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária.	

31



	proposta	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
3) IDÉIA CRIATIVA Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.	a) Adequação do problema específico de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS.	
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS.	
	c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações.	
	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	
	f) Sua pertinência à atividade desenvolvida pela CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e sua inserção na sociedade.	
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	
	h) A exequibilidade das peças.	
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA Texto de até quatro laudas em que o licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing.	a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários.	
	b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	
	c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores.	
	d) Pertinência e oportunidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS.	
	e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	
	f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infraestrutura e recursos	a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros.	
	b) Adequação das instalações, da infra-	



32



materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato.	
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocadas regularmente a disposição da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS e a licitante, a segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na proposta. Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; Infra-estrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		
REPERTÓRIO		
Apresentado de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe a resolver.	a) Idéia criativa e sua pertinência.	
	b) Clareza da exposição do problema publicitário.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		
Cases histories formalmente referendados pelos respectivos clientes	a) Concatenação lógica da exposição.	
	b) Evidência de planejamento publicitário.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	
	d) Relevância dos resultados apresentados; Cases histories formalmente referendados pelos respectivos clientes.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		
TOTAL (MÁXIMO DE 80 PONTOS)		

11.1-A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão, obedecidos aos critérios dos itens 7.5 e 7.6 deste edital.

11.2- A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

11.3-Será desclassificada a Proposta que:

f- Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;



- II - Não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta)** pontos;
 - III - Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem os itens 8.1.2, 8.1.3, 8.1.4 e 8.1.5;
 - IV - Que incidir nas disposições no art. 48, da Lei nº 8.666/93;
- 11.4 - Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, o Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

11.5 - Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar o Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 8.1.2, 8.1.3, 8.1.4 e 8.1.5.

11.6 - Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão, cuja data será divulgada no mural da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS.

11.7 - A Comissão divulgará o resultado da avaliação das Propostas Técnicas no mural da CÂMARA MUNICIPAL de BARRA DO GARÇAS, abrindo-se o prazo de **5 (cinco) dias úteis** para interposição de recursos.

11.8 - Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima sessão para abertura do Envelope "D" - "Propostas de Preço" que será valorada segundo a tabela abaixo:

- proposta(s) de menor preço 20 pontos;
- proposta(s) com o 2.º preço 18 pontos;
- proposta(s) com o 3.º preço 16 pontos;
- proposta(s) com o 4.º preço 14 pontos;
- proposta(s) com o 5.º preço 12 pontos;
- proposta(s) com o 6.º preço 10 pontos;

E assim por diante (decrecente de 2 (pontos), utilizando o mesmo critério.

Será desclassificada a proposta de preços que não alcançar o mínimo de 10 (dez) pontos.

11.9 - Na sessão pública designada, serão abertos os Envelopes "D" - "Propostas de Preço", que serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos Licitantes presentes.

11.10 - Serão desclassificadas as Licitantes que não atenderem as exigências do ato convocatório.

11.11 - Não se considerará como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital.

11.12 - A Comissão adjudicará o objeto da Licitação à proponente que obtiver a maior pontuação na Nota Final, calculada através da soma simples das Notas Técnicas e de Preço, conforme a seguinte expressão:

NF = Nota Técnica Final + Nota de Preços Final

[assinatura]



a) - Após cada fase da licitação, os autos do processo ficarão automaticamente com vistas aos interessados, pelo prazo necessário à interposição de recursos, ressalvado a desistência expressa pela licitante a quem assiste o direito de recorrer ou o silêncio de quaisquer das licitantes no momento em que deveriam manifestar esse interesse.

11.13 - Do resultado da fase de julgamento das propostas e da habilitação, caberão recursos fundamentados dirigidos à Comissão de Licitação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação.

11.14 - Os recursos referentes ao julgamento das propostas serão recebidos com efeito suspensivo, não o sendo nos demais casos.

11.15 - O provimento de recursos pela autoridade competente importará na invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

11.16 - Recursos enviados por fax ou e-mail não serão considerados.

11.17 - Na seção de abertura do envelope "D" e apurada da Nota Final (NF) das licitantes, as 3 (três) concorrentes melhores classificadas, terão obrigatoriamente que apresentar os documentos constantes do item 3 deste Edital no 2º (segundo) dia útil após esta seção de apuração, ou o que a Comissão de Licitação designar caso haja recurso quanto a Nota Final, sob pena de desclassificação se não o fizerem.

11.18 - As demais licitantes poderão examinar a documentação da vencedora e impugná-la na falta ou inobservância de qualquer dos documentos exigidos. Havendo a impugnação, abre-se o prazo recursal de praxe.

12.0 - CÓDIGO TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE MATO GROSSO - TCE/MT:

SERVICO DE ASSESSORIA NA AREA DE PUBLICIDADE - DO TIPO PUBLICIDADE

Código:

219024-9

Exercício:

2017

Incluído em:

01/01/2017

Unidades de Fornecimento:

MÊS (cód.: 1092)

Grupo / Classe / Material ou Serviço:

SERVICOS TECNICOS PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS → SERVICOS NA AREA DE PUBLICIDADE → SERVICIO DE ASSESSORIA NA AREA DE PUBLICIDADE

BARRA DO GARÇAS/MT, 25 de JANEIRO de 2017.


JÉSSIKA FAUSTINA FRAIDES
 Presidente da CPL

