



**ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA
ATO CONVOCATÓRIO Nº 005/2020
CONTRATO DE GESTÃO Nº 014/ANA/2010.**

“CONTRATAÇÃO DE PESSOA JURÍDICA PARA REALIZAÇÃO DE AÇÕES RELACIONADAS AO DIA NACIONAL EM DEFESA DO RIO SÃO FRANCISCO – ANO 2020, EM APOIO AO COMITÊ DA BACIA HIDROGRÁFICA DO RIO SÃO FRANCISCO”

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 - INTRODUÇÃO | 16 |
| 2 - CONTEXTO | 16 |
| 3 – BRIEFING | 17 |
| 4 - JUSTIFICATIVA | 20 |
| 5 - OBJETIVO | 21 |
| 6 - ESCOPO DOS SERVIÇOS | 21 |
| 7 - ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DOS SERVIÇOS | 22 |
| 8 - PRODUTOS E PRAZOS | 26 |
| 9 - PRAZO DE EXECUÇÃO | 28 |
| 10 - CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO..... | 28 |
| 11 - CRONOGRAMA DE PAGAMENTO..... | 29 |
| 12 - LOCAIS PARA ENTREGA DOS PRODUTOS | 29 |
| 13 - CONTRATAÇÃO | 30 |
| 14 - ACOMPANHAMENTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS | 30 |
| 15 – FORMA DE PAGAMENTO..... | 30 |
| 16 - CRITÉRIOS DE SELEÇÃO | 30 |





1 - INTRODUÇÃO

As águas brasileiras, tornadas bens de domínio público com a promulgação da Constituição de 1988 e das Constituições Estaduais, têm seus usos disciplinados pela Lei Federal nº 9.433, de 08 de janeiro de 1997.

A lei que institui a Política Nacional de Recursos Hídricos e cria o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos trouxe aperfeiçoamentos e modernidade no modelo de gerenciamento das águas no País.

A Lei Federal nº 9.433/97 baseia-se no fundamento de que a gestão dos recursos hídricos deva ser descentralizada e contar com a participação do Poder Público, dos usuários e das comunidades. Integram o Sistema Nacional de Gerenciamento de Recursos Hídricos:

- i) o Conselho Nacional de Recursos Hídricos;
- ii) a Agência Nacional de Águas;
- iii) os Conselhos de Recursos Hídricos dos Estados e do Distrito Federal;
- iv) os Comitês de Bacia Hidrográfica;
- v) os órgãos dos poderes públicos federal, estaduais, do Distrito Federal e municipais cujas competências se relacionem com a gestão de recursos hídricos; e
- vi) as Agências de Água.

Compete aos Comitês de Bacia Hidrográfica, no âmbito de sua área de atuação, dentre outras funções, promover o debate de questões relacionadas a recursos hídricos e articular a atuação de entidades intervenientes; aprovar e acompanhar a execução do Plano de recursos hídricos da bacia e sugerir as providências necessárias ao cumprimento de suas metas; e estabelecer os mecanismos de cobrança pelo uso de recursos hídricos.

As Agências de Água, consideradas “*braço executivo do comitê*” deverão exercer a função de secretaria executiva e de implementar as decisões de um ou mais comitês de bacia hidrográfica, em suas respectivas áreas de atuação, de acordo com as competências que lhe são designadas no Art. 44 da Lei Federal nº 9.433/97.

Para operacionalização das Agências de Água, visando o cumprimento das atribuições estabelecidas na Política Nacional de Recursos Hídricos, foi publicada a Lei Federal nº 10.881, de 09 de junho de 2004, que dispõe sobre os contratos de gestão entre a Agência Nacional de Águas e entidades delegatárias das funções de Agência de Águas relativas à gestão de recursos hídricos de domínio da União e dá outras providências.

2 - CONTEXTO

A Agência de Bacia Hidrográfica Peixe Vivo/Agência Peixe Vivo é uma associação civil, pessoa jurídica de direito privado, composta por empresas usuárias de recursos hídricos e organizações da sociedade civil, tendo como objetivo a execução da Política de Recursos Hídricos deliberada pelos Comitês de Bacia Hidrográfica.

A Agência Peixe Vivo, criada em 15 de setembro de 2006 e equiparada à Agência de Bacia Hidrográfica (denominação das Agências de Água no Estado de Minas Gerais, de acordo com a Lei Estadual nº 13.199, de 29 de janeiro de 1999) por solicitação do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio das Velhas é composta por Assembleia Geral, Conselho de Administração, Conselho Fiscal e Diretoria Executiva.





No ano de 2010, a Agência Peixe Vivo participou do processo de seleção para escolha da Agência de Águas do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, sendo a vencedora do processo.

A Deliberação CBHSF nº 47, de 13 de maio de 2010, aprovou a indicação da Agência de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo - Agência Peixe Vivo para desempenhar funções de Agência de Água do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco.

A Deliberação CBHSF nº 49, de 13 de maio de 2010, aprovou a minuta do Contrato de Gestão entre a Agência Nacional de Águas - ANA e a Agência de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo - Agência Peixe Vivo, indicada para Entidade Delegatária de funções de Agência de Água na Bacia do Rio São Francisco.

Após aprovação do CBH São Francisco, o tema foi discutido e a delegação da Agência Peixe Vivo foi aprovada pelo CNRH - Conselho Nacional de Recursos Hídricos, por meio da Resolução CNRH nº 114, de 10 de junho de 2010, publicada no Diário Oficial da União em 30 de junho de 2010.

Neste contexto, foi firmado o Contrato de Gestão nº 014/ANA/2010 celebrado entre a Agência Nacional de Águas - ANA e a Agência de Bacias Hidrográficas Peixe Vivo - Agência Peixe Vivo, entidade delegatária, com a anuência do Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, para o exercício de funções de Agência de água.

No ano de 2017, na XXXIII Reunião Plenária do CBHSF, realizada em Paulo Afonso/BA, foi aprovado o 6º Termo Aditivo ao Contrato de Gestão nº 014/ANA/2010, além do Plano de Aplicação Plurianual 2018-2020, onde constam as ações a serem implementadas pelo CBHSF

3 – BRIEFING

Datas comemorativas são conhecidas porque trazem a lembrança de um fato histórico, algumas são comemoradas mundialmente, outras despertam a curiosidade. Em geral, as datas comemorativas reconhecem a importância histórica, homenageiam uma profissão, registram uma conquista social ou política e buscam mobilizar a sociedade em torno de uma causa.

O fato de existir uma data gera uma mobilização significativa por parte da sociedade civil e do governo e tem um ganho fundamental na inserção nos meios de comunicação. Ter um dia específico é importante para atrair a atenção e colocar em discussão uma temática, assim como também uma oportunidade para provocar reflexão e estimular que seja um primeiro passo para gerar comprometimento da sociedade com o tema proposto.

Em 2014, o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco idealizou a Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico”, que marca o Dia Nacional de Mobilização em Defesa do Rio São Francisco – dia 3 de junho – e tem como objetivo principal mostrar a indignação diante dos problemas e do alto grau de degradação desse rio tão importante para o povo brasileiro. Os problemas que impedem o Velho Chico de cumprir funções históricas básicas, como abastecimento público de água, pesca e navegação, enfrentando uma degradação ambiental sem precedentes, fruto das mais diversas causas. O símbolo da campanha é a Carranca, relacionada com as esculturas típicas das embarcações que navegam pelo rio São Francisco. Eram utilizadas nas proas das embarcações que percorriam o rio São Francisco, pois os navegadores acreditavam que esta figura ajudava a afastar os maus espíritos e protegia a tripulação do ataque de monstros do rio.

Segue abaixo breve histórico das campanhas anteriores.





2014

Mote: “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico”

A primeira edição da Campanha foi realizada em quatro cidades da bacia, cada uma representando uma região fisiográfica da bacia do Rio São Francisco. No Alto São Francisco, foi realizada em Três Marias/MG e contou com ações como repovoamento de peixes, visita à estação limnológica da CODEVASF, shows musicais, barqueatas além de palestras e debates. No Médio São Francisco, a realização foi em Bom Jesus da Lapa/BA, também com grande participação da comunidade e autoridades locais. No Submédio São Francisco, foi realizada uma caminhada e atos simbólicos em defesa do rio, sendo as ações concentradas na orla de Juazeiro/BA e Petrolina/PE. Já no Baixo São Francisco a campanha foi realizada em Pendo/AL e foi marcada por palestras, caminhadas, peixamento e rituais indígenas.

As estratégias principais foram a realização de coletiva de imprensa, criação de site, atuação nas redes sociais e spots para divulgação em rádios.

2015

Mote: “Somos Todos Chico”

No Alto São Francisco, a Campanha concentrou no município de Lagoa da Prata/MG. As ações principais foram visitas técnicas, palestras, caminhada entrega de mudas e exposição de imagens que simbolizavam o povo são-franciscano. No Médio São Francisco, a campanha novamente ficou concentrada em Bom Jesus da Lapa/BA e contou com caminhadas, palestras, soltura de peixes e plantio de mudas. No Submédio São Francisco as ações foram marcadas pela presença de grupos de estudantes e das comunidades indígenas pernambucanas nos municípios de Juazeiro/BA e Petrolina/PE. No Baixo São Francisco, a campanha se desenvolveu também em duas cidades, Penedo/AL e Propriá/SE. Muitos estudantes participaram da mobilização.

As estratégias principais foram a realização de coletiva de imprensa, site, redes sociais, spots para divulgação em rádios e inserção na TV.

2016

Mote: “Esgoto Zero”

O terceiro ano da Campanha, diferentemente das edições anteriores, as ações da campanha no dia 03 de junho, foram realizadas apenas no Submédio São Francisco, nos municípios de Juazeiro e Petrolina. Além da Campanha, o Comitê realizou concomitante o I Simpósio da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. Esse ano, em especial, houve forte engajamento através de produção de vídeos artísticos lançados na página do CBHSF no Youtube.

As estratégias principais foram a realização de coletiva de imprensa, site, redes sociais e produções de vídeos artísticos.

2017

Mote: “Preservação do Cerrado e da Caatinga”

A quarta edição do Dia Nacional em Defesa do Velho Chico, teve como tema principal a preservação do Cerrado e da Caatinga. O CBHSF defende a declaração desses dois biomas pelo Congresso Nacional como patrimônios nacionais. Por isso, o Comitê concentrou esforços na coleta de assinaturas para viabilizar uma proposta que institua a Caatinga e o Cerrado como patrimônios nacionais, como já ocorre com a Mata Atlântica e Floresta Amazônica. As assinaturas foram recolhidas em eventos da Campanha “Eu viro carranca para defender o Velho Chico” que aconteceram, no dia 03 de junho, nos seguintes municípios: Pirapora/MG, Ibotirama/BA, Paulo Afonso/BA, Traipú/AL e Propriá/SE.

As estratégias principais foram a realização de coletiva de imprensa, site, redes sociais e





produções de totens.

2018

Mote: “Eu Amo o Velho Chico”

Em 2018, a Campanha foi realizada nos municípios de Aracaju/SE e Januária/MG. As ações de Aracaju/SE foram conjuntas com a realização do II Simpósio da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. Houveram exposições sobre informações da Bacia do Rio São Francisco e contou com visita de escolas, universidades, e sociedade em geral.

As estratégias principais foram a realização de coletiva de imprensa, site, redes sociais e produção de grande letrero “Eu amo Velho Chico”.

2019

Mote: “Sou mais Velho Chico”

Por fim, as ações realizadas na edição do ano de 2019 abrangeram as quatro regiões fisiografias: Três Marias/MG – Alto SF, Bom Jesus da Lapa/BA – Médio SF, Petrolina/PE – Submédio SF e Propriá/AL no Baixo SF. Além das atividades usuais, como caminhadas, pedaladas, peixamentos houveram exposições sobre bacia do Rio São Francisco nas praças públicas. Houve engajamento voluntário de vários outros municípios da bacia.

As estratégias principais foram a realização de coletiva de imprensa, site, redes sociais e produção de exposição sobre a bacia.

Todas as campanhas contaram com parcerias com órgãos governamentais e sociedade civil, produção de material como camisetas, bonés, máscaras, dentre outros. Houve grande participação popular em todas as edições, com destaque para o público infanto-juvenil, principalmente pela pegada lúdica que a campanha desenvolveu.

A Campanha tem atingido êxito, comprovado pelo resultado obtido na mídia no período que antecedeu ao Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e na cobertura e repercussão da Campanha nos veículos de comunicação de todo o país, de onde se pode concluir que o CBHSF passou a ser visto e entendido como entidade efetivamente preocupada com a problemática que aflige a bacia do Velho Chico.

Porém, como pode-se observar através do disposto acima e experiências vivenciadas durante esses 6 anos percebeu-se que o foco principal tem tendenciado a ser ações da Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico”, sendo que o Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco tem ficado em segundo plano. A ideia para a edição de 2020 é valorizar o Dia Nacional, chamando atenção da imprensa, órgãos governamentais e sociedade para a importância de defender o Rio São Francisco. Além disso, um mote deverá ser estabelecido e as ações que forem elencadas deverão considerar o mesmo em toda sua essência. Não um mote para campanha em si, mas algo maior que traga ações e resultados reais para bacia (como por exemplo o mote relacionado a preservação do Cerrado e Caatinga, que houve ações efetivas - coleta de assinaturas para viabilizar uma proposta que institua a Caatinga e o Cerrado como patrimônios nacionais). É levar para a sociedade e órgãos governamentais a realidade atual da bacia, fortalecer o engajamento e propor soluções para melhoria de qualidade e quantidade de suas águas. Tornar esta data de alta significação, uma caracterização da importância da data não apenas para certos segmentos da sociedade, mas sim, para o seu conjunto. A sociedade como um todo deve sentir que a data reflete seus anseios, realizações e desejos para com o Rio São Francisco, reconhecendo, valorizando e defendendo-o.

As atividades da Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico” devem continuar, por ser a principal atividade de mobilização, porém vale lembrar que Campanha deve ser uma das ações do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco.





Ações de mobilização e comunicação são de extrema importância neste processo, pois irão projetar, divulgar, propagar e aprimorar ideias relacionadas às atividades relacionadas ao Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco. Quando relacionada ao dia, entende-se também todo o trabalho anterior e posterior à data, 3 de junho.

As atividades e serviços a serem fornecidos pela Contratada permitirão um melhor entendimento e engajamento do público interno e externo à Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco. Para trazer eficiência as ações precisam ser amplas, tanto do ponto de vista dos meios para difundi-la quanto da qualificação do público. Por isso, é importante que sejam propostas ações de atuação e apontar caminhos que façam com que o Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco seja amplamente divulgado e sua importância reconhecida.

Alguns desafios são colocados:

- Conhecimento e engajamento da sociedade interna e externa à bacia (considera-se também órgãos governamentais) do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco
- Identificação com a causa
- Sentimento de pertencimento
- Desenvolver ações e parcerias para um trabalho conjunto com os órgãos de governo

Neste sentido a Campanha Social em Defesa do Rio São Francisco deverá:

1. Realizar ações de mobilização social na Bacia do Rio São Francisco
2. Promover e difundir a o Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco

Ressaltamos os seguintes objetivos:

- Promover a sensibilização para mudanças de valores e atitudes em comunidades do entorno, da calha da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco e público externo à bacia, buscando integrar de forma participativa e co-responsável o governo, sociedade e usuários de água.
- Promover ações educativas e mobilização social, nas comunidades da Bacia do Rio São Francisco, na difusão de informações específicas sobre a Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco e divulgar o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, bem como suas ações.
- Divulgar através de diversos meios de comunicação, de modo a convocar/provocar a população interna e externa à bacia para se engajarem na causa de Defesa do Rio São Francisco.
- Divulgar através de diversos meios de comunicação, de modo a convocar a comunidade da bacia para participar das atividades presenciais que serão desenvolvidas pelo Comitê, durante a campanha.
- Abrir novos caminhos, ideias e estratégias
- Medir resultados da campanha – estruturar indicadores de avaliação

4 - JUSTIFICATIVA

Considerando a importância do **Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e sua principal ação a Campanha de Mobilização Social em Defesa do Rio São Francisco** para dar continuidade às ações em defesa do rio e fortalecer a causa, além de consolidar a imagem do CBHSF como instituição que representa legitimamente os interesses da população da bacia em prol de políticas sérias e compromissadas com o meio ambiente e a





preservação das águas e ecossistemas do rio São Francisco, justifica-se a realização de ações de comunicação e mobilização relacionadas ao Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e sua principal ação a **Campanha “Eu Viro Carranca para defender o Velho Chico”, edição 2020.**

5 - OBJETIVO

O objetivo deste Termo de Referência é a contratação de serviços à realização de ações relacionadas ao **Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e sua principal ação a Campanha Mobilização de Social em Defesa do Rio São Francisco “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico” – Ano 2020.**

6 - ESCOPO DOS SERVIÇOS

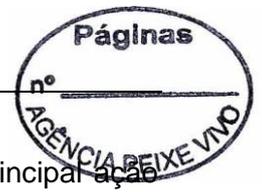
O presente Termo de Referência dispõe sobre os serviços a serem prestados por empresa especializada para a realização de ações relacionadas ao **Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e sua principal ação a Campanha Mobilização de Social em Defesa do Rio São Francisco - Ano 2020.**

A empresa contratada deverá produzir o material promocional nas quantidades previstas neste TDR, distribuir pelas regiões indicadas, produzir áudio, vídeo e realizar a compra da plataforma de mídias em tv, rádio e internet, veiculação em carros de som bem como realização dos trabalhos de mobilização social visando garantir o alcance do maior número de pessoas, em especial, inseridas na Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, para a participação nas diversas manifestações em Defesa do Velho Chico. Para a edição de 2020, o CBHSF irá abraçar também os estados receptores da transposição: Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba (veiculação em carros de som e *outdoor*).

Os serviços a serem prestados são de planejamento, organização, execução, finalização e avaliação, conforme metodologia a seguir:

- **Planejamento:** levantamento, criação e roteirização das atividades, serviços e etapas necessárias à realização das ações, com qualidade e eficiência. Preparação do cronograma de atividades. O CBHSF e a Agência Peixe Vivo darão apoio repassando todas as informações necessárias.
- **Organização:** operacionalização das demandas necessárias conforme planejamento e programação oficial.
- **Execução:** preparação dos locais, incluindo limpeza e montagens necessárias, contratação de mão-de-obra, preparação, confecção dos materiais institucionais, instalação e montagem dos equipamentos e toda infraestrutura logística para operacionalização das ações. Execução das ações de comunicação e mobilização para divulgação do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco.
- **Finalização:** desmontagem dos equipamentos e de toda a infraestrutura logística, regularização de eventuais pendências, devolução dos espaços utilizados em perfeitas condições e condizente com o estado em que foram entregues, limpeza, etc.
- **Comunicação:** prestação de serviços de comunicação para divulgação das ações





específicas do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e sua principal ação Campanha, tais como: Criação de identidade Visual, manutenção do Site, Peças Gráficas, Outdoors, Áudio, Vídeos, Conteúdo *on-line*, produção fotográfica para atualização de site, redes sociais e relacionamento com instituições parceiras da Campanha. A Comunicação específica para ações do Dia em Defesa do Rio São Francisco deverá estar em sintonia com a Comunicação do CBHSF.

- **Avaliação:** avaliação das atividades e entrega dos relatórios parciais e final, contendo fotos dos ambientes montados, programação visual, banco de dados gerados, cópia de todas as Notas Fiscais relativas aos serviços subcontratados para efeito de fechamento do valor final dos eventos. Além disso a CONTRATADA deverá apresentar no relatório final estatísticas de engajamento e demais dados que possam subsidiar ações futuras do CBHSF, apresentar através de indicadores os resultado das ações.

7 - ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DOS SERVIÇOS

7.1 - Plataforma de mídia

A empresa contratada deverá apresentar uma **Estratégia de Mídia e Não Mídia** com a plataforma (meios) das mídias e com a tática de utilização dos espaços comerciais, a fim de atender as práticas e procedimentos adotados pela Agência Peixe Vivo.

7.1.1 Especificações mínimas da plataforma de mídia e produção áudio visual

Todo o material deverá ser enviado à contratante para aprovação, antes da finalização e produção. O período, os meios, formato e inserções de comunicação serão:

A - Meio Rádio

Peça: 03 Jingle e 03 spot

Período: Maio e Junho (20 dias)

Secundagem Jingle: 30" com 40 inserções nas emissoras de rádio de acordo com o Plano de Ação da Campanha.

Secundagem Spot: 30" spot Spot 30" com 50 inserções nas emissoras de rádio de acordo com o Plano de Trabalho (Ação) da Campanha. Estas inserções serão veiculadas nos dias de semana.

Os jingles e spots deverão estar de acordo com a causa/mote das ações do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco e seu texto e roteiro deverão ser apresentados no Plano de Trabalho.

É de responsabilidade da Contratada o custeio de divulgação das inserções nas emissoras de rádio, nas praças de veiculação apresentadas a seguir. Não é exigido quantitativo mínimo de emissoras de rádio a serem selecionadas em cada uma das praças, porém a contratada deverá propor emissoras de rádio de grande abrangência regional e audiência.

As praças sugeridas na tabela a seguir, poderão ser modificadas, desde que haja justificativa e esteja de acordo com o Plano de Ação da Campanha.

O conteúdo de rádio no formato de spot e jingle deverá ser veiculado nas seguintes praças:



**Tabela 1:** Praças para veiculação de spot e jingle na rádio

| |
|----------------------------|
| Praça - Alto SF |
| Montes Claros |
| Januária |
| Pirapora |
| Paracatu |
| Curvelo |
| Belo Horizonte |
| Praça - Médio SF |
| Irecê |
| Bom Jesus da Lapa |
| Barreiras |
| Ibotirama |
| Xique Xique |
| Paramirim |
| Salvador |
| Praça - Submédio SF |
| Petrolina |
| Salgueiro |
| Pesqueira |
| Jacobina |
| Recife |
| Praça - Baixo SF |
| Paulo Afonso |
| Propriá |
| Penedo |
| Aracaju |
| Maceió |

B - Mídias e redes sociais**Período:** De 01/05/2020 a 06/06/2020

Conteúdo para redes sociais produção de: mínimo 30 (trinta) artes para as redes sociais. Os temas para produção das artes de redes sociais deverão estar de acordo com a causa/mote das ações do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco.

C - Site da Campanha**Período:** A partir de 01/05/2020

O Site da Campanha já existe, a contratada deverá aprimorar, gerenciar e fazer a manutenção do mesmo no período da campanha.

D – Meio TV**Peça:** VT (Vídeo)**Período de veiculação:** 03/06 (1 dia)**Secundagem:** 30”



Inserções: 04 inserções no dia em cada veículo

Veiculação: 02 (duas) emissoras de grande abrangência regional e audiência dos estados de MG, BA, PE, AL e SE e DF (02 emissoras por Estado e Distrito Federal).

É de responsabilidade da Contratada o custeio de divulgação das inserções nas emissoras. O texto e roteiro deverão ser apresentados no Plano de Trabalho para aprovação.

E – Meio Carro de som

Período: De 03/05 a 03/06/2020

Local: Em cidades estratégicas da Bacia selecionadas nos 05 estados (Minas Gerais, Bahia, Pernambuco e Alagoas e Sergipe) e nos 03 estados receptores da transposição (Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba)

Sendo:

Minas Gerais - 25 cidades

Bahia - 20 Cidades

Pernambuco - 15 cidades

Alagoas e Sergipe - 15 cidades

Ceará, Rio Grande do Norte e Paraíba – 6 cidades

Duração: 2 horas

F- Meio Outdoor

Período: 24/05/2020 a 06/06/2020

Local: Capitais dos estados que compõem a BHSF: Aracaju, Maceió, Recife, Salvador, Belo Horizonte e Brasília e Capitais dos estados receptores da transposição, incluindo Campo Grande.

Número de peças: 60 (10 por cidade) na BHSF

Número de peças: 12 (3 por cidade) receptores da transposição

Duração: As duas semanas

O texto e arte deverão ser apresentados no Plano de Trabalho para aprovação.

7.2 - Produção de materiais promocionais

A empresa contratada deverá produzir peças e materiais promocionais de comunicação específicas para apoiar e subsidiar as ações do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco, conforme material descrito neste TDR.

Todos os materiais deverão ser transportados pela contratada para os municípios onde ocorrerão os eventos da ação principal “Campanha”, que serão os pontos focais da Bacia:

Região do Alto SF - Município: **Belo Horizonte/MG** (poderá ter ação conjunta com o III Simpósio da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco, previsto para se realizar em junho/2020)

Região do Médio SF - Município: **Ibotirama/BA**

Região do Submédio SF - Município: **Pesqueira/PE**

Região do Baixo SF - Municípios: **Delmiro Gouveia/AL e Canindé do São Francisco/SE.**

Todas as provas dos materiais a serem produzidos deverão ser enviadas à contratante para





aprovação, antes das produções.

Tabela 2: Peças e Produtos de comunicação

| Quant. | Descrição do serviço |
|--------|--|
| 2.000 | Adesivo: Adesivos para carro em vinil com fundo transparente 10x10 cm. Impressão colorida |
| 12 | Banner: Banner em lona 0,80 x 1,20m com acabamento em bastão e ponteira. |
| 2.000 | Boné: Boné confeccionado em tectel, Gramatura leve, modelo ultra, regulador de velcro, personalizado em serigrafia frente e laterais. |
| 1.500 | Chapéu: Chapéu de algodão estilo pescador com cordão regulador, impressão em 02 cores na frente e laterais |
| 6.000 | Camisa: Camisa em algodão, tecido 30.1, gola careca, impressão em 4 cores frente e verso. Sendo: 200 EXGG / 1.300 GG / 1.300 G/ 1.600 M / 1.600 P |
| 800 | Cartaz: Produção e impressão de cartazes coloridos papel Couchê fosco 150g 60x40 cm |
| 16 | Faixa: Confecção de faixa em lona front, brilhante em impressão digital, com acabamento em bastão e ponteira nas laterais. Formato 5x1m |
| 6.000 | Folders: Produção e impressão de folders coloridos papel Couchê 150g, 42x28 cm com 3 dobras, 4/4 cores. |

É de responsabilidade da contratada fornecer e custear material de apoio diverso, distinto das peças e produtos de comunicação elencados na tabela acima, segundo proposta técnica a ser apresentada.

7.3 - Equipe de mobilização

A Equipe de mobilização social deverá ser constituída, no mínimo de:

- 01 (um) coordenador geral com experiência mínima de 05 (cinco) anos em comunicação social.
- 04 (quatro) coordenadores regionais, sendo 01 (um) para atuar em cada município selecionado com experiência mínima de 03 (três) anos em comunicação social.
- 04 (quatro) agentes mobilizadores: sendo 01 (um) para atuar em cada município selecionado e cidades vizinhas, com experiência mínima de 03 (três) anos em comunicação





social.

- A empresa a ser contratada deverá disponibilizar também profissionais para Equipe de Apoio

A Contratada deverá disponibilizar 04 (quatro) mestres de cerimônia, 01 (um) para cada município selecionado para atuar quando necessário durante o evento principal.

7.3.1 - Atividades a serem desenvolvidas pela equipe de mobilização:

- Desenvolvimento de atividades de Mobilização Social para o **Dia em Defesa do Velho Chico**;
- Recebimento e organização do material promocional;
- Distribuição do material de acordo com a orientação do CBHSF e Agência Peixe Vivo;
- Acompanhamento da montagem e desmontagem dos equipamentos e demais estruturas;
- Preparação de relatórios de atividades de mobilização (Tais relatórios deverão detalhar as atividades realizadas e documentos comprobatórios dos serviços de mobilização social);
- Produção de relatório final contendo todo o registro do processo metodológico, destacando aspectos positivos, dificuldades encontradas, estratégias de superação, desafios, mensuração dos resultados e proposições de melhoria para a edição de 2021.

8 - PRODUTOS E PRAZOS

8.1. Plano de Trabalho

No Plano de Trabalho deve ser apresentada a proposta do Mote/tema da Campanha 2020, que obrigatoriamente deverá ser vinculados aos desafios e oportunidades da bacia hidrográfica do Rio São Francisco, como por exemplo, destruição dos biomas, saneamento básico (esgoto 0), revitalização, ameaça das barragens, dentre outros. Além disso, também deverá apresentar:

O Conceito gráfico – Identidade Visual da Campanha 2020 e sua aplicação nas peças gráficas demandadas neste TDR.

O projeto e estratégias para o conceito do Dia Nacional em Defesa do Rio São Francisco - 2020, incluindo sua atividade principal a Campanha “Eu Viro Carranca para Defender o Velho Chico”, além dos textos e roteiros deverão ser apresentadas no Plano de Trabalho.

O Plano de trabalho irá demonstra a pormenorização das etapas a serem desenvolvidas pela proponente para a execução satisfatória dos serviços a serem contratados. Mais do que isso, a proponente deverá demonstrar a capacidade organizacional e gerencial da sua equipe, correlacionando a alocação de cada recurso disponível e proposto para a realização das diversas tarefas. Além disso, a concorrente deverá reapresentar o Mote/Causa para edição 2020 em consonância com a realidade atual da bacia, ideia criativa/proposta de identidade (criação gráfica e suas aplicações), com ajustes encaminhados pela CONTRATANTE – baseado no que foi apresentado na proposta técnica, os procedimentos metodológicos a serem adotados no processo de execução de todos os serviços





considerando as atividades preparatórias, estratégia de mobilização e as atividades de desmobilização, parcerias a serem firmadas, atividades a serem realizadas, sempre visando a divulgação e busca de engajamento da sociedade e governo para com a defesa do Rio São Francisco. Além disso deve apresentar indicadores para mensuração, não apenas quantitativa, mas qualitativa, para detalhamento do resultado no relatório final.

Poderão ser incluídas, como atividades da participação ação do Dia em Defesa do Rio São Francisco, Campanha “Eu Viro Carranca em Defesa do Velho Chico” além da apresentação do CBHSF, cerimonial, manifestações culturais, exposição fotográfica, artísticas, apresentação de documentários, oficinas, palestras, produção de vídeos, apresentações teatrais e artísticas, e outros que chamem a atenção da população local e vizinha. Os eventos relacionados a Campanha deverão ocorrer em local central e de fácil acesso a população, visando à maior participação possível do público local. As cidades vizinhas também deverão ser mobilizadas.

É de responsabilidade da contratada a realização dos eventos, estruturar, produzir e custear a realização do que será elencado no Plano de Trabalho.

A Proposta para campanha deverá abrir novos caminhos, ideias e estratégias diferenciadas dos anos anteriores – citadas no *Briefing* - a fim de engajar um público maior, dos diversos segmentos, de forma mais efetiva. Obviamente que muitas ações serão coincidentes as executadas nas edições anteriores, porém a proponente deverá apresentar **fator novo/diferencial** para o conceito do Dia Nacional em Defesa da Bacia Hidrográfica do Rio São Francisco para o ano de 2020 e suas ações (desdobramentos).

Tal campanha será estruturada conjuntamente com o CBHSF e Agência Peixe Vivo. Além das peças gráficas a empresa deverá ser responsável pela execução de todas as atividades e produtos propostos (Os custos de todos os serviços de impressão dos produtos, peças, equipamentos, estruturas, dentre outros, além dos custos de despacho de material correrão por conta da contratada).

A experiência da equipe deverá ser comprovada no Plano de Trabalho.

8.2. Produtos

| PRODUTOS | | Dias após emissão da Ordem de Serviço | | | | |
|----------|--|---------------------------------------|----|----|----|-------|
| | | MÊS 1 | | | | MÊS 2 |
| | | 10 | 15 | 20 | 30 | 60 |
| 1 | Plano de Trabalho / Plano de Mídia e Projeto detalhado (Dia Nacional e Ação Campanha) ajustado de acordo com demandas do CBHSF e APV | | | | | |
| 2 | DVD com os spots e jingles - 03 Spots de 30 segundos e 03 jingle de 60 segundos | | | | | |





| | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|
| 3 | Relatório comprobatório da Gestão e divulgação do Site da Campanha, constando dados de acesso | | | | | |
| 4 | DVD com Vídeo de 30 segundos | | | | | |
| 5 | Conteúdos para redes sociais – Relatório descritivo e comprobatório | | | | | |
| 6 | Material promocional, de acordo com o determinado neste TDR -Relatório fotográfico comprobatório e uma peça de cada material para fins de comprovação | | | | | |
| 7 | Relatório descritivo e comprobatório dos serviços de mobilização social | | | | | |
| 8 | Relatório final descritivo e fotográfico de toda as ações do Dia Nacional em Defesa do Velho Chico, mensuração dos resultados e proposição de melhorias para próxima edição. DVD ou pen drive com todas as fotografias produzidas e peças gráficas | | | | | |

Os produtos audiovisuais produzidos, incluindo jingle, spots, VT e fotografias serão de propriedade do CBHSF e Agência Peixe Vivo.

OBS: Dentre os materiais promocionais, os Cartazes deverão ser as primeiras peças a serem produzidas, para mobilização prévia.

9 - PRAZO DE EXECUÇÃO

O prazo para execução dos serviços será de 60 (sessenta) dias contados a partir da data da emissão da Ordem de Serviço e 90 (noventa) dias de vigência do Contrato.

10 - CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

| CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO | | MESES | |
|------------------------|---|-------|-------|
| | | MÊS 1 | MÊS 2 |
| 1 | Planejamento, mobilização, montagem e desmontagem | X | X |
| 2 | Veiculação no rádio | X | X |
| 3 | Veiculação na TV | | X |
| 4 | Veiculação Outdoor | X | X |
| 5 | Veiculação carros de som | X | X |
| 6 | Gestão do site | X | X |
| 7 | Conteúdos para redes sociais | X | X |
| 8 | Material Promocional | X | X |





| | | | |
|----|----------------------|---|---|
| 9 | Mobilização Social | X | X |
| 10 | Atividades dia 03/06 | | X |

11 - CRONOGRAMA DE PAGAMENTO

| PRODUTOS | | MÊS 1 | | | | MÊS 2 |
|----------|--|-------|-----|-----|-----|-------|
| | | 10 | 15 | 20 | 30 | 60 |
| 1 | Plano de Ação / Plano de Mídia e Projeto detalhado (Dia Nacional e Ação Campanha) ajustado de acordo com demandas do CBHSF e APV | 15% | | | | |
| 2 | DVD com os spots e jingles - 03 Spots de 30 segundos e 03 jingle de 60 segundos Respectivas veiculações | | 15% | | | |
| 3 | Relatório comprobatório da Gestão e divulgação do Site da Campanha, constando dados de acesso | | | 40% | | |
| 4 | DVD com VT | | | | | |
| 5 | Conteúdos para redes sociais – Relatório descritivo e comprobatório | | | | | |
| 6 | Material promocional, de acordo com o determinado neste TDR -Relatório fotográfico comprobatório e uma peça de cada material para fins de comprovação | | | | | |
| 7 | Relatório descritivo e comprobatório dos serviços de mobilização social | | | | 10% | |
| 8 | Relatório final descritivo e fotográfico de toda as ações do Dia Nacional em Defesa do Velho Chico, mensuração dos resultados e proposição de melhorias para próxima edição. DVD ou pen drive com todas as fotografias produzidas e peças gráficas | | | | | 20% |

Após o dia 03 de junho, a empresa terá até 15 (quinze) dias para apresentar o Relatório Final (Produto 8).

12 - LOCAIS PARA ENTREGA DOS PRODUTOS

Os produtos deverão ser entregues na sede da Agência Peixe Vivo, a Rua dos Carijós, 166, 5º andar, Bairro Centro, Belo Horizonte/MG, CEP 30.120-060 Telefone: (31) 3207.8500. O material promocional deverá ser entregue nos município onde ocorrerão a Campanha. No





caso do baixo São Francisco, o quantitativo para esta região deverá ser dividido entre as duas cidades.

Os Relatórios deverão ser apresentados em via digital, sob a forma de minuta e, uma vez aprovados pelas Agência Peixe Vivo, também deverão ser apresentados em sua forma definitiva em (01) uma impressa devidamente assinada conforme supramencionado, e em 02 (duas) vias em meio digital (DVD, Pen drive ou HD) para arquivamento e divulgação.

13 - CONTRATAÇÃO

Será selecionada uma Pessoa Jurídica com perfil técnico adequado para as atividades descritas neste Termo de Referência e que apresentar a melhor financeira.

Os deslocamentos, as despesas com alimentação, hospedagem e transporte da equipe, serão suportadas diretamente pela CONTRATADA.

14 - ACOMPANHAMENTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS

Os serviços a serem prestados pela Contratada serão acompanhados e aprovados pela Gerência de Integração da Agência Peixe Vivo.

15 – FORMA DE PAGAMENTO

O preço ofertado na proposta financeira deverá conter todas as despesas inerentes à execução do Contrato e ainda as bonificações e despesas indiretas.

O pagamento será efetuado em até 15 (quinze) dias após a aprovação dos respectivos Produtos estabelecidos no item 5, mediante a autorização emitida pela Agência Peixe Vivo, contra entrega do Produto já devidamente aprovado e apresentação de Nota Fiscal correspondente, além de documentação relativa à quitação de taxas e impostos. Os pagamentos serão efetuados de acordo com a entrega dos Produtos pela CONTRATADA e a aprovação da Agência Peixe Vivo, de acordo com o cronograma proposto.

As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta das dotações orçamentárias, no presente exercício, e pelos equivalentes, no exercício subsequente e estarão condicionadas à disponibilidade financeira CONTRATO DE GESTÃO Nº 014/ANA/2010 e previsão no Plano de Aplicação Plurianual 2018 - 2020

ENQUADRAMENTO: Plano de Aplicação 2018-2020

I – Ações de Gestão

I.1 – Fortalecimento Institucional

I.1.2 – Comunicação e Sensibilização Ambiental na BHSF

I.1.2.3 – Plano Continuado de Mobilização e Sensibilização Ambiental e Campanha em defesa do São Francisco

16 - CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

Será realizada uma Coleta de Preços, com o critério de **MENOR PREÇO**, mediante Ato Convocatório, nos moldes preconizados pela Resolução ANA nº 122, de 16 de dezembro de 2019.

