

ANEXO VII - TERMO DE REFERÊNCIA

PARA CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE

MODALIDADE: Modo de Disputa Fechado

TIPO: Técnica

REGIME DE EXECUÇÃO: Execução indireta, sob a regência da Lei nº 13.313/2016, o Regulamento Interno de Licitações e Contratos e Convênios da DAE S/A – Água e Esgoto e demais legislações pertinentes.

1. Objeto

1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que possibilite o atendimento das políticas públicas do setor relativas às campanhas institucionais, educativas e de utilidade pública que tenham por objetivo o estudo, a conceituação, a concepção, a criação interna, a intermediação e a supervisão de execução externa, a elaboração de marcas e logotipos, o planejamento de mídias publicitárias, desenvolvimento e a execução de ações promocionais e de outras ações destinadas a complementar os esforços de comunicação social nos termos do Artigo 37, § 1º da Constituição da República Federativa do Brasil.

1.2. Os serviços previstos objeto desta Licitação contemplam:

- a) Planejamento, conceituação, concepção de campanhas para o público interno e externos;

- b)** Criação, roteirização, pré-produção, produção técnica, finalização, implementação, intermediação e supervisão da produção de todas as peças planejadas e propostas;
 - c)** Planejamento de mídia e não mídia para a campanha interna e externa, independente da utilização ou não dos planos sugeridos;
 - d)** Consultoria na distribuição das peças produzidas de acordo com o plano de mídia e não mídia;
 - e)** Reuniões com a equipe da Assessoria de Comunicação para aprovação de cada etapa;
 - f)** A entrega para fins de arquivo de uma cópia em mídia digital de todo o material produzido;
 - g)** A guarda para solicitação, a qualquer tempo, de cópias de material produzido pela agência.
- 1.3.** Nas contratações de serviços de publicidade poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:
- a) A Produção e a execução técnica das peças e ou material criados pelas agências contratadas;
 - b) Ao planejamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;
 - c) A criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas.
- 1.4.** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.3, “b”, terão a finalidade de:
- a) Gerar conhecimento sobre o “mercado” ou o ambiente de atuação da DAE S/A, o público alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

- b) Aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
 - c) Possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.5.** Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- 1.6.** Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas-Padrão da atividade publicitária, de acordo com as orientações do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão – órgão criado pelas entidades representativas em âmbito nacional dos Anunciantes.
- 1.7.** A agência atuará por conta e ordem da DAE S/A, em conformidade com o Art. 3º da Lei Federal nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.3. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.
- 1.8.** A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos neste Termo de Referência.

2. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO

2.1. Trata-se da contratação de empresa especializada para estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e avaliação de campanhas e peças publicitárias e de relacionamento com o público externo e interno e ainda produção e execução técnica das peças e projetos criados, com

vistas ao atendimento do princípio constitucional da Publicidade previsto no art. 37, caput, da CF/1988, que assegura a todos o acesso à informação.

2.2 A DAE S/A Água e Esgoto, vinculada à administração Pública Municipal é fonte, por sua natureza e função, de informações que interessam a todos os municípios, portanto é legítima a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas da empresa e entidades a ela vinculadas, desde que tenha caráter informativo, educativo ou de orientação social e que dela não constem nomes, símbolos ou imagens que possam caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

3.1 A soma das despesas com o contrato resultante desta Licitação está estimada com o teto de gastos em R\$ 3.800.000,00 (três milhões e oitocentos mil Reais).

3.2. Previsão de utilização para o período de execução de 12 meses, vigência de 15 meses, prorrogáveis nos termos da lei.

3.3. A DAE S/A Água e Esgoto se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade da verba indicada no item 3.1. posto que se trata de valor meramente estimativo.

4. DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

4.1. Poderá participar da Licitação a agência de propaganda que atender às condições do Edital e anexos e apresentar os documentos exigidos.

4.2. Não poderá participar da Licitação a agência de propaganda:

- a) Que estiver reunida em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição;

- b) Suspensa ou impedida dos seus direitos de licitar e contratar com a DAE Jundiáí.

4.3. Dada à natureza do objeto, fica vedada a participação do licitante na qualidade de pessoa física.

4.4. Nenhuma licitante poderá participar desta Licitação com mais de uma Proposta.

4.5. A participação na Licitação implica, tacitamente, para a licitante:

- a) A confirmação de que recebeu da Comissão o Invólucro nº 1, conforme o previsto no subitem 7.1.1. e as informações necessárias ao cumprimento desta Licitação;
- b) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes do Edital e de seus Anexos, todo tipo de remuneração prevista no edital;
- c) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

4.6. A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação dos documentos de habilitação e propostas exigidos nesta Licitação, ressalvando que a DAE S/A não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou resultado do processo licitatório.

5. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

5.1. A licitante deverá elaborar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

- a) Plano de Comunicação Publicitária (subitens 5.4.);
 - I) Raciocínio Básico (subitens 5.7.1.);
 - II) Estratégia de Comunicação Publicitária (subitens 5.7.2.);
 - III) Ideia Criativa (subitens 5.7.3.);
 - IV) Estratégia de Mídia e Não Mídia (subitens 5.7.4.).
- b) Capacidade de Atendimento (subitens 5.8.);
- c) Repertório (subitens 5.9.);
- d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (subitens 5.10.).

5.2. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

5.3. Quesitos – Plano de comunicação Publicitária.

5.3.1. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing – ANEXO IV do Edital – e nas orientações do Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

5.4. FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

5.4.1. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – 75 g/m² a 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel branco, formato A4, branco e com 75 g/m² a 90 g/m², sem peças soltas;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

5.4.2. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 5.7.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

5.4.3. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

5.4.4. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

- a) Adequados às dimensões do invólucro nº. 1, cabendo à licitante observar o disposto no inciso I do subitem 7.2.2.;
- b) Fixadas no mesmo espiral do caderno único;
- c) Em formato A4 ou A3, podendo ser dobradas ou não, em papel gramatura 75gr/m² a 90gr/m², sem qualquer tipo de suporte.

5.4.5. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter seu conteúdo editado com a fonte “Arial”, corpo 10 (dez)”;

- c) Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeito do subitem 5.4.2.

5.4.6. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- a) Ser editados em cores;
- b) Ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- c) Ser apresentados em papel A3 dobrado.

5.5. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada;

I) Formatação realizada conforme subitens de 5.4.1 a 5.4.6.

II) Elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:

- a) O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº. 2.
- b) Este será composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 4.3.1.1.

5.6. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

- a) O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 5.7.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

5.7. SUBQUESITOS:

5.7.1. Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da DAE S/A, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing. Limite de até 05 (cinco) páginas.

5.7.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela, limite de até 05 (cinco) páginas no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

5.7.3. Ideia criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

5.7.3.1. Todas as peças e/ou material que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

5.7.3.1.1. Apresentar relação de todas as peças e/ou material que julgar necessários para a execução de sua proposta de estratégia de comunicação publicitária (campanha), como previsto no subitem 5.7.2 incluídas eventuais reduções e variações de formato e peças ou material que extrapolem o limite estabelecido no subitem 5.7.3.2., com comentários sobre cada peça ou material.

5.7.3.2. Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação.

5.7.3.1. Os comentários mencionados no subitem 5.7.3.1.1. circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

5.7.3.2. Os exemplos de peças e ou material de que trata do subitem 5.7.3.2.:

- a) Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observada as seguintes regras:
- b) Ser apresentados sob a forma de:
 - I) Roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio, desde que não estejam soltos no caderno;
 - II) Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
 - III) Storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.
- c) Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados;
- d) Redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
- e) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- f) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o

entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;

- g) Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- h) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- i) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

5.7.3.3. Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

5.7.3.4. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

5.7.3.5. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Comissão Especial, com a relação comentada prevista no 5.7.3.1.1.

5.7.3.6. Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis em computadores pessoais, ressalvando que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

5.7.3.7. Os “monstros” de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf., jpg., html., mpeg., swf. e mov.

5.7.3.8. Os exemplos de peças e ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº. 1, observado o disposto no subitem 7.2.2.,II.

5.7.3.9. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº. 1 poderão ser dobradas.

5.7.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura- sem limitação de cores.

5.7.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

5.7.4.1. Deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada de acordo com as informações do Briefing (Anexo IV do Edital):

- a) Explicitará e justificará a estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba e período referenciado no briefing.
- b) Fará uma simulação do plano de distribuição de todas as peças e/ou material destinados a veiculação, exibição, exposição ou distribuição.

5.7.4.2. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) Período de distribuição das peças e ou material;
- b) Quantidades de inserções das peças em outros meios de divulgação;
- c) Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

- f) Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

5.7.4.3. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- a) Os preços das inserções em veículos e outros meios de comunicação devem ser os de tabela cheia;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;
- c) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

5.7.4.4. Para fins deste Termo de Referência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

5.8. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (QUESITO)

5.8.1. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico em papel A4, branco 75 g/m² a 90 g/m², em fonte "Arial", corpo 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.8.1.1. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 5.6. não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste no Plano de Comunicação Publicitária – Via Não

Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.8.1.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

5.8.1.3. A capacidade de atendimento da licitante deverá ser composta somente por textos, por meio dos quais a licitante apresentará:

a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação da natureza dos serviços prestados e do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

I) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

II) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto da licitação, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da DAE S/A.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;

d) A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da DAE S/A, sem ônus adicionais, na vigência do contrato;

f) Declarações/atestados expedidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta Licitação.

5.9. REPERTÓRIO (QUESITO)

5.9.1. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico, edição em papel A4 ou A3, com ou sem o uso de cores, formatação na orientação retrato, em fonte “Arial”, corpo 12 com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinada na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos devidamente identificado.

5.9.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informações, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria desta antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.9.1.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

5.9.1.4. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante com a veiculação ou autorização a partir de janeiro de 2012.

5.9.1.5. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material independentemente do seu tipo ou característica e da forma da sua veiculação, exposição ou distribuição.

5.9.1.6. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis em computadores pessoais.

5.9.1.7. As peças gráficas deverão integrar o caderno específico.

5.9.1.8. As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a DAE S/A seja ou tenha sido signatária;

.

5.9.1. 9. Para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

5.9.1.10 A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 5.9.1.5. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

5.9.1.11. A proporcionalidade a que se refere o subitem 4.7.9 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 6.7.1.

5.9.1.12. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

5.10. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (QUESITO)

5.10.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela implementadas por seus clientes e com data de veiculação ou autorização a partir de janeiro de 2012.

5.10.2. Os relatos deverão ser apresentados em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em orientação retrato, em papel A4, em fonte “Arial”, corpo 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos, identificado.

5.10.3. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

5.10.4. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a DAE S/A seja ou tenha sido signatária.

5.10.4.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

5.10.5. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 5.10.1. – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a) As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis em computadores domésticos, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- b) As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 5.10.2., em papel A4 ou A3 dobrado. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais.
- c) Para cada peça deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação, distribuição, exibição, exposição e menção de pelo menos um veículo/espço que a divulgou/exibiu/expôs.

5.10.6. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 5.10.1. o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

5.10.7. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no 6.7, IV.

5.11. Tabela de Remuneração

5.12. Conforme previsto no parágrafo único do Artigo 52, do Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios da DAE S/A, a Tabela de Remuneração será realizada conforme disposto abaixo.

5.12.1. Percentual de 71% (setenta e um por cento) de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do SINAPRO – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

5.12.2. Percentual de honorários de 5% (cinco por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços de suprimentos contratados, cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65.

5.12.3 Percentual de honorários de 3% (três por cento) pela intermediação na aquisição ou distribuição de mídia digital que não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da lei nº 4.680/65.

5.12.4. Declaração de que praticará o repasse de 2% (dois por cento) do valor correspondente ao “desconto de agência” a que faz jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

5.12.5. Declaração de que praticará os percentuais fixados na Proposta, a serem pagos pela DAE S/A.

5.13.. Aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPDI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos, na hipótese de prorrogação contratual.

5.14. Aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se em tal caso, no máximo,

a variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGPM-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos, na hipótese de prorrogação contratual.

5.15.. Nos percentuais são apresentados com a inclusão de todos os custos operacionais da atividade, os tributos eventualmente devidos, bem como as demais despesas diretas e indiretas, de modo a constituir a única contraprestação pela execução dos serviços objeto desta licitação, sem que lhe caiba, em qualquer caso, direito regressivo em relação à DAE S/A.

6. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

6.1. A Análise e o julgamento das propostas serão realizados em conformidade com o tipo de Licitação melhor técnica, observado o atendimento das especificações estabelecidas no Termo de Referência e seus Anexos, de acordo com o Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios da DAE S/A – Água e Esgoto.

6.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Comissão Especial, prevista no item 8., que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

6.3. Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 65 pontos)

6.3.1. Raciocínio Básico (máximo de 15 pontos) acuidade de compreensão sobre:

- a) Das funções e do papel da DAE S/A no contexto social, político e econômico (máximo de 2 pontos).
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da DAE S/A com seus públicos (máximo de 2 pontos).

- c) Das características da DAE S/A e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária (máximo de 2 pontos)
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto (máximo de 3 pontos).
- e) Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela DAE S/A (máximo de 3 pontos).
- f) Das necessidades de comunicação da DAE S/A para enfrentar este problema de comunicação (máximo de 3 pontos).

6.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos)

- a) Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da DAE S/A e ao desafio de comunicação; (máximo de 4 pontos)
- b) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; (máximo de 3 pontos)
- c) Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da DAE S/A com seus públicos; (máximo de 3 pontos)
- d) Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação; (máximo de 3 pontos)
- e) Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta (máximo de 4 pontos)
- f) Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da DAE S/A, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos, geral e específicos, de comunicação e a verba disponível. (máximo de 3 pontos)

6.3.3. Ideia Criativa (máximo 15 pontos)

- a) Adequação ao desafio de comunicação; (máximo de 1 pontos)
- b) Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; (máximo de 2 pontos)
- c) Adequação ao universo cultural do público-alvo (máximo de 1 pontos)
- d) Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; (máximo de 1 pontos)
- e) Originalidade da combinação dos elementos que a constituem; (máximo de 1 pontos)
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (máximo de 2 pontos)
- g) Pertinência às atividades de comunicação da DAE S/A, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico; (máximo de 1 pontos)
- h) Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; (máximo de 2 pontos)
- i) Exequibilidade das peças e ou do material; (máximo de 2 pontos)
- j) Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos. (máximo de 2 pontos).

6.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 15 pontos)

- a) Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo; (máximo de 2 pontos)
- b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; (máximo de 3 pontos)
- c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores; (máximo de 3 pontos)

- d) Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da DAE S/A; (máximo de 2 pontos)
- e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; (máximo de 3 pontos)
- f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa. (máximo de 2 pontos)

6.4. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (máximo de 15 pontos)

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; (máximo de 3 pontos)
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; (máximo de 3 pontos)
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da DAE S/A; (máximo de 2 pontos)
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; (máximo de 2 pontos)
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a DAE S/A e a licitante, esquematizado na proposta; (máximo de 3 pontos)
- f) 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 DAE S/A, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. (máximo de 2 pontos)

6.5. REPERTÓRIO (máximo de 10 pontos)

- a) Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver; (máximo de 4 pontos)

- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;(máximo de 3 pontos)
- c) Clareza da exposição das informações prestadas. (máximo de 3 pontos)

**6.6. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
(máximo de 10 pontos)**

- a) Evidência de planejamento publicitário; (máximo de 3 pontos)
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
(máximo de 2 pontos)
- c) Relevância dos resultados apresentados; (máximo de 3 pontos)
- d) Clareza da exposição das informações prestadas (máximo de 2 pontos).

6.7. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

- a) Raciocínio Básico: 15 (quinze)
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte)
- c) Ideia criativa: 15 (quinze)
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia – 15 (quinze)

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

6.7.1.1. Cada membro da Comissão Especial atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 6.7.

6.8. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Comissão Especial.

6.9. A Comissão Especial reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

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

6.11. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

6.12. Será desclassificada a licitante que:

- a) Não observar as determinações e as exigências do Edital;
- b) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos.
- c) Não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- d) Tentar influenciar a Comissão ou a Comissão Especial no processo de julgamento das Propostas, devidamente comprovados.
- e) Não estiverem assinadas pelos representantes legais ou autorizados.
- f) Forem omissas ou vagas, como também as que apresentarem irregularidade ou defeito capaz de dificultar o julgamento.

- g) Impuserem condições ou contiverem ressalvas em relação às condições não previstas no edital.
- h) Apresentarem qualquer acréscimo aos preços previstos na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante.
- i) Contiveram a aposição, a qualquer parte da via não identificada, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente.

6.13. Pontuação:

6.13.1. No julgamento das propostas técnicas, a quantidade de pontos atribuídos item a item será inteira, sem fração. No cálculo da nota técnica será considerada duas casas decimais, desprezando-se as demais.

6.13.2. É vedada a participação, na sessão de abertura dos Invólucros com as Propostas Técnicas, dos membros designados para a Comissão Especial.

6.14. A nota total atribuída a determinado quesito será proporcional ao cumprimento de todos os aspectos de cada um deles. Esta nota deverá ter no máximo duas casas decimais.

6.15. Se na avaliação de um quesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito, a Comissão Especial reavaliará a pontuação atribuída ao quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

6.16. A nota média de cada quesito corresponderá à soma das notas atribuídas pelos avaliadores dividindo pelo número de avaliadores, com no máximo duas casas decimais, desprezando-se as demais, sem qualquer arredondamento.

6.17. A nota total da campanha – Plano de Comunicação Publicitária (NTPCP) corresponderá à soma das notas médias de seus quesitos.

6.18. A nota total da licitante – Conjunto de Informações sobre a Proponente (NTCIP) corresponderá à soma das notas médias de seus quesitos – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Comunicação.

6.19. A nota técnica total (NTT) de cada licitante será calculada da seguinte forma:

$$\mathbf{NTT = NTPCP + NTCIP}$$

Onde:

NTT = Nota Total Técnica

NTPCP = Nota Total Plano de Comunicação Publicitária

NTCIP = Nota Total Conjunto de Informações sobre a Proponente

6.20. Será classificada vencedora do julgamento final da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota técnica total (NTT), com maior número de pontos.

6.21 – Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente edital e seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obter nota zero em quaisquer dos quesitos.

6.22. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos Ideia criativa, Estratégia de comunicação publicitária, Estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos Capacidade de atendimento, Relatos de soluções de Problemas de Comunicação e Repertório.

6.23. Persistindo o empate, serão utilizados os critérios estabelecidos no art. 61 do Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios da DAE S/A.

7. DISPOSIÇÕES GERAIS

7.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 7.2, 7.3 e 7.4, na data, hora e local indicados no tópico “RECEBIMENTO DOS INVÓLUCROS” do preâmbulo do Edital.

7.1.1. O invólucro nº. 1 será padronizado e fornecido pela DAE S/A mediante solicitação formal da licitante à Comissão Permanente de Licitação – CPL, no horário das 08:00 às 16:00 horas, de segunda a sexta-feira, na Avenida Alexandre Ludke, nº 1.500, andar térreo, Prédio administrativo – Vila Hortolândia – Jundiaí/SP – CEP 13.214-020.

7.1.1.1. O invólucro nº. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

7.1.2. Os invólucros nº.2, nº. 3 e nº. 4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até a sua abertura.

INVÓLUCRO Nº. 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

7.2. No invólucro nº. 1, invólucro padronizado fornecido pela DAE S/A, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 5.5, caput e inciso “a”.

7.2.1. O invólucro nº. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

7.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº. 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº. 1 não poderá:

- I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº. 2
- II. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº. 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar identificação direta ou indireta do licitante.

INVÓLUCRO Nº. 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

7.3. No invólucro nº. 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que trata o subitem 5.6, caput e “a”, devendo este ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

7.3.1. O invólucro nº. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº. 02
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA
IDENTIFICADA
DAE S/A
LICITAÇÃO Nº.
EMPRESA: (indicar o nome empresarial da
licitante)
CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)**

INVÓLUCRO Nº. 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

7.4. No invólucro nº. 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 5.8., 5.9. e 5.10., devendo este ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que se trata, até a sua abertura.

7.4.1. O invólucro nº. 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

<p>PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº. 03 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</p> <p>DAE S/A</p> <p>LICITAÇÃO Nº.</p> <p>EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)</p>

O invólucro nº. 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº. 2.

INVÓLUCRO Nº. 4 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.5. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no Invólucro nº4, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº. 04

DAE S/A

LICITAÇÃO Nº.

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

7.5.1. O invólucro nº4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que se trata, até sua abertura.

8. COMISSÃO ESPECIAL

8.1. A Comissão Especial, que fará a análise e julgamento da Proposta Técnica, conforme previsto no Art. 54 do Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios da DAE S/A – Água e Esgoto, será composta por, no mínimo, três pessoas de reputação ilibada e notório conhecimento da matéria em exame.

8.2. A Comissão será composta por 03 (três) membros habilitados em comunicação, publicidade, marketing ou que atuem em uma dessas áreas sendo 02 (dois) deles com vínculo com a DAE S/A e 01 (um) sem vínculo com a DAE S/A.

9. Julgamento final das Propostas

9.1. A Proposta Técnica será julgada tendo por base os conteúdos e informações constantes neste Termo de Referência.

9.2. . Será considerada vencedora da etapa de julgamento final das propostas, a licitante mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica, com maior número de pontos.

9.3. Serão desclassificadas as propostas técnicas que não atenderem às exigências do edital e seus Anexos ou da legislação aplicável e, em especial, os casos previstos a seguir:

9.3.1. Estiverem em desacordo com as exigências contidas no edital.

9.3.2. Forem omissas ou vagas, bem como as que apresentarem irregularidade ou defeito capaz de dificultar o julgamento.

9.3.3. Impuserem condições ou contiverem ressalvas em relação às condições estabelecidas no edital.

10. OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO E DO CONTRATANTE

10.1. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

10.1.1. Assessorar a DAE S/A Água e Esgoto, a área de Assessoria de Comunicação no que diz respeito ao atendimento, análise, pesquisa, planejamento, autorização e comprovação de veiculação da publicidade da DAE S/A Água e Esgoto;

10.1.2. Dispor e manter atualizado um banco de dados com tabelas e descontos negociados relativo aos veículos de comunicação; (Sinapro)

10.1.3. Disponibilizar informações necessárias para negociação com veículos, ou, se assim a DAE S/A Água e Esgoto determinar, negociar diretamente, repassando todas as condições negociadas;

10.1.4. Controlar os espaços adquiridos dos veículos e apresentar relatório mensal à DAE S/A Água e Esgoto, com acompanhamento dos espaços e das inserções utilizadas e a serem utilizadas;

10.1.5. Apresentar trimestralmente mapa referente ao saldo dos espaços disponíveis de cada veículo;

10.1.6. Apresentar estudos relativos à utilização de mídias inovadoras e alternativas quando solicitado pela Assessoria de Comunicação da DAE S/A Água e Esgoto.

10.1.7. As atividades da Agência funcionarão sob as orientações da Assessoria de Comunicação da DAE S/A Água e Esgoto, e nenhum ato ou ação será deflagrado sem autorização do mesmo;

10.1.8. As autorizações efetuadas serão registradas em relatório específico para a DAE S/A Água e Esgoto;

10.1.9. A programação de mídia, bem como qualquer comprometimento de despesa em nome da DAE S/A Água e Esgoto, será previamente submetida à Assessoria de Comunicação para sua aprovação;

10.1.10. Executar os serviços de propaganda e publicidade solicitados e autorizados pela DAE S/A.

10.1.11. Envidar no sentido de obter, para a DAE S/A, quando não negociado diretamente por ela, as melhores condições de negócios junto aos veículos de divulgação e meios de comunicação com a comunidade, através de desconto de frequência, tabela, pacote, posicionamento, etc.

10.1.12. Assessorar a DAE S/A, no sentido de obter o melhor rendimento possível do plano de publicidade e comunicação.

10.1.13. Distribuir e fiscalizar a divulgação dos anúncios de que for incumbida.

10.1.14. Submeter previamente à DAE S/A, para aprovação, as propostas de contratação de terceiros para fornecimento de bens ou prestação de serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, apresentando, no mínimo, 03 (três) propostas alternativas, indicando aquela mais adequada para a execução dos serviços a serem contratados ou justificando a impossibilidade de assim proceder.

10.1.15. A critério da DAE S/A, a mesma poderá apresentar outras cotações a serem incluídas junto às realizadas pela Agência, visando ampliar o número de propostas alternativas.

10.1.16. A CONTRATADA deverá emitir nota fiscal e fatura, correspondente à prestação de cada serviço previamente autorizado pela COM – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO, discriminando a quantidade e serviços entregues, e seus respectivos valores, números: da Ordem de Compra, do contrato e processo administrativo da licitação, além dos demais elementos habituais fiscais e legais, devidamente vistada pelo órgão requisitante, comprovando a efetivação do serviço, que serão pagas pela DAE S/A em até 15 (quinze) dias após a emissão da nota fiscal, desde que esteja preenchida de forma correta.

10.1.16.1. A CONTRATADA será remunerada por honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, conforme a tabela de remuneração contratada e/ou orçamentos aprovados.

10.1.17. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração do orçamento e listagem dos serviços executados por terceiros, e que venham a implicar em aumento das despesas ou perda dos descontos.

10.1.18. Guardar sigilo sobre todos os assuntos que, em decorrência dos serviços que deve executar, lhe forem confiados.

10.1.19. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade e/ou direitos autorais relacionados com os serviços objeto do contrato.

10.1.20. Operar como uma organização completa e independente, fornecendo serviços de comprovada qualidade e mão de obra necessária especializada.

10.1.21. Cumprir durante a execução dos serviços contratados, todas as Leis e posturas Federais, Estaduais e Municipais, pertinentes e vigentes, sendo a única responsável por prejuízos decorrentes a que houver dano causa.

10.1.22. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributo que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

10.1.23. Manter, por escrito, todos os entendimentos sobre os serviços com a DAE S/A, ressalvados os verbais determinados pela urgência, que deverão, todavia, ser confirmados por escrito, dentro de dois dias úteis.

10.1.24. Responsabilizar-se integralmente pelos danos causados direta ou indiretamente à DAE S/A ou a terceiros, em decorrência da prestação dos serviços, objeto do contrato com a agência.

10.1.25. Utilizar as ideias concedidas em função deste compromisso e executá-las somente em propaganda autorizada pela DAE S/A.

Elaborar as mídias dos veículos de comunicação de acordo com as tabelas de preços vigentes, submetendo-se à devida aprovação.

10.1.26. Enviar comprovante de mídia, dentro de 5 dias úteis após a veiculação, juntamente com as Notas Fiscais de terceiros.

10.1.27. Responsabilizar-se pelo pagamento dos serviços prestados por terceiros, não cabendo à DAE S/A qualquer obrigação sobre os pagamentos devidos pela Agência a terceiros.

10.1.27. Entregar os serviços solicitados, indicados na ordem de fornecimento (enviadas via e-mail ou expressa), ao FISCAL designado pela DAE S/A.

10.1.28. Fornecer os materiais ou serviços, à medida da necessidade da DAE S/A, nos prazos estabelecidos, de acordo com a Ordem de fornecimento, enviada via e-mail ou protocolar no órgão da DAE S/A que o requisitou.

10.1.29. Comunicar à DAE S/A, toda e qualquer anormalidade relacionada com os serviços, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, contados da ocorrência.

10.1.30. Cumprir os seguintes prazos na execução dos serviços:

- I) 10 (dez) dias para entrega de Criação de campanhas e 3 (três) dias para criação de peças avulsas;
- II) 5 (cinco) dias para entrega de orçamento de Produção;
- III) 2 (dois) dias para a entrega de planilha de Veiculação de peças avulsas;
- IV) 15 (quinze) dias para planejamento de mídia de campanha;

10.1.31. Os prazos dos serviços não previstos neste item serão definidos de comum acordo entre as partes, em consonância com os prazos praticados no mercado.

10.1.32. A Agência compromete-se a utilizar os profissionais indicados na Proposta Técnica da licitação, nos termos do art. 78, parágrafo 3º, da Lei nº 13.303/2016.

10.1.33. Após a finalização dos trabalhos aprovados pela DAE S/A, a Agência encaminhará à empresa uma cópia em DVD, CD dos arquivos que constituíram a campanha ou peça veiculada na internet, arquivo em áudio em MP3, de vídeo ou filme em MPEG; uma cópia com arquivos nas versões abertas – com as fontes e imagens em alta resolução – e finalizada de anúncios para revistas ou jornais e demais peças impressas, no prazo de 5 dias a contar de sua finalização.

10.1.34. Quando se tratar de campanha com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.

10.1.35. Quando da programação de veículo de divulgação on-line, a CONTRATADA obrigasse a providenciar Termo de Conduta, segundo o qual o veículo se responsabiliza pelos seus conteúdos ou de sites parceiros, declarando estar de acordo com os termos do Marco Civil da Internet, de forma a evitar ações de comunicação digital da DAE S/A em veículos que promovam conteúdos ou atividades ilegais.

10.1.36. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução de poluição, conforme disposto na Lei das Estatais nº 13.303/2016 e Regulamento de Licitações, Contratos e Convênios da DAE S/A – Água e Esgoto.

11.2. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

11.2.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a Agência.

11.2.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

11.2.3. Fiscalizar a execução do contrato e subsidiar a Agência com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

11.2.4. Fornecedor e colocar à disposição da CONTRATADA os elementos e informações que se fizeram necessários à execução dos produtos e serviços;

12. GARANTIAS

12.1. Para assinatura deste contrato, deverá ser exigida prestação de garantia sob uma das modalidades previstas no Art. 70 da Lei de 13.303/16 e artigo 138 do Regulamento Interno de Licitações, Contratos e Convênios da DAE S/A, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do Contrato.

13. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

13.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

- a) Percentual de desconto sobre os custos internos baseado na tabela referencial de preços do SINAPRO - Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo: 71%
- b) Percentual de honorários sobre os custos de produção realizada por terceiros ou custo efetivo dos serviços de suprimentos contratados, cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65: 5 %.
- c) Percentual de 3% sobre de honorários de intermediação e distribuição de mídia digital, cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n. 4.680/65.

13.1.1 - Pelos serviços de criação e execução interna, a Contratada receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo disponível no seguinte endereço <http://www.sinaprosp.org.br>, então em vigor, com o desconto ofertado.

13.1.2. É nula de pleno direito qualquer redução dos percentuais de desconto apresentados.

13.1.3. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração incidente sobre os preços dos serviços especializados prestados por fornecedores referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65.

13.1.4. A DAE S/A se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade da verba prevista.

13.2. O valor definido inclui todos os custos operacionais e os tributos eventualmente devidos, bem como as demais despesas diretas e indiretas, inclusive de transporte, de modo a constituir a única contraprestação pela execução dos serviços, objeto deste Contrato.

13.3. Além da remuneração prevista no subitem 13.1, a CONTRATADA fará jus ao desconto de Agência à base percentual bruta de 18% (dezoito por cento) dos preços de tabela ou dos preços negociados de veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, desconto este concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei Federal nº 4.680/65, regulamentada pelo Decreto Federal nº 57.690/66 e alterada pelo Decreto Federal nº 4.563/2002.

13.4 - Dos 20% (vinte por cento) de desconto padrão de direito da CONTRATADA, esta repassará à DAE S/A 2% (dois por cento), em consonância com o que estipula o Anexo B das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão).

13.5. A CONTRATADA não poderá cobrar layouts reprovados pela DAE S/A.

13.6. O CNPJ deverá constar nas Notas Fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento à contratada deverá ser o CNPJ da Contratada.

13.7. Referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a Nota Fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

13.8. Compete ao Gestor do contrato, a conferência dos preços da tabela de cada inserção e os descontos negociados. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível

13.9. A liberação de pagamento será realizada apenas mediante a comprovação do cumprimento pela Contratada de todas as condições pactuadas e ocorrerá em até cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente.

13.10. A DAE S/A não é obrigada a pagar nenhum compromisso assumido pela contratada que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

13.11. Despesas de deslocamento de profissionais da Contratada, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Jundiaí e região serão de responsabilidade da Contratada.

13.12. Os serviços a serem executados deverão obedecer às Normas-Padrão da atividade publicitária, de acordo com as orientações do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão – órgão criado pelas entidades representativas em âmbito nacional dos Anunciantes.

13.13. Todos os serviços a serem solicitados deverão ser precedidos de uma solicitação a ser emitida pela DAE Jundiaí.

13.14. A partir da solicitação, a empresa CONTRATADA emitirá orçamento demonstrando claramente a composição dos preços ofertados, com base em layout previamente aprovado pela CONTRATADA e acompanhado dos documentos abaixo, dependendo do caso:

a) Serviços internos da agência - demonstrativo de valor a ser cobrado constante na tabela SINAPRO, com a indicação do desconto praticado;

b) Serviços de Veiculação - da tabela vigente do veículo.

c) Serviços especializados devem ter a apresentação de, no mínimo, 03 (três) orçamentos obtidos entre empresas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido. Neste caso, a CONTRATADA deverá exigir dos fornecedores que constem nos orçamentos, os produtos ou serviços que a compõem, seu preço total e o detalhamento de suas especificações e preços unitários;

i) Os orçamentos deverão ser apresentados no original ou via digital (documento original digitalizado), em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

ii) A CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do DAE JUNDIAÍ, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% do valor global do contrato;

iii) O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior ao limite previsto na alínea anterior está dispensado do procedimento previsto no item ii acima.

13.15. Os prazos para a execução dos serviços terão como ponto de partida um prévio entendimento entre a DAE S/A e a CONTRATADA, formalizados por meio da Ordem de Serviço.

13.16. O não atendimento pela CONTRATADA nos prazos exigidos pela DAE S/A, injustificado ou não acatado por este, caracterizará descumprimento contratual, podendo ensejar as penalidades dele decorrentes.

13.17. O orçamento ou mapa de mídia emitido pela CONTRATADA deverá ser elaborado dentro dos parâmetros estabelecidos nas propostas técnica e de preços, apresentadas na conformidade dos itens deste instrumento, contemplando a efetiva incidência dos descontos negociados em favor do DAE S/A, dentro do critério de menor custo.

13.18. Pertencem ao DAE S/A as vantagens obtidas na negociação de compra de mídia, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de comunicação.

13.19. Os valores orçados pela empresa CONTRATADA em função dos custos respectivos deverão obedecer rigorosamente, sob pena de incorrer nas penalidades previstas no contrato, sua compatibilidade com os preços de mercado devendo ser considerado como incluídos nestes todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, além dos impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos e despesas necessárias à plena execução do objeto.

13.20. Todos os layouts e orçamentos serão submetidos à apreciação da DAE S/A, que decidirá quanto às suas aprovações em até 05 (cinco) dias úteis.

13.21. Após aprovado o orçamento, a DAE S/A emitirá a Ordem de Serviço que deverá conter de forma clara e objetiva o serviço requerido, seu valor, o prazo de sua execução e todos os demais dados indispensáveis ao seu perfeito atendimento.

13.22. O valor total da Ordem de Serviço corresponderá ao valor total a ser desembolsado pelo DAE S/A para aquele serviço.

14. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

14.1. A contratada cede à DAE S/A os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados produzidos em decorrência deste contrato.

14.2. Direitos Autorais

14.2.1. A contratada deve ceder à DAE S/A os direitos autorais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados, produzidos em decorrência do contrato a ser assinado.

I – Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

II – O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas no contrato.

III – Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela DAE S/A em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

§ 1º Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a contratada solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

§ 2º a contratada se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso

de obra (s) consagrada (s), incorporada (s) às peças e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

14.3. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

14.3.1. Durante a vigência do contrato, constituem obrigações da Contratada, dentre outras inerentes ou decorrentes do contrato.

14.3.2. Assessorar a Seção de Assessoria de Comunicação da DAE S/A no que diz respeito ao atendimento, análise, pesquisa, planejamento, autorização e comprovação de veiculação de publicidade da DAE S/A.

14.3.3. Dispor e manter atualizado um banco de dados com tabelas e descontos negociados relativos aos veículos de comunicação.

14.3.4. Disponibilizar informações necessárias para negociação com veículos, ou, se assim a DAE S/A determinar, negociar diretamente, repassando todas as condições negociadas.

14.3.5. Controlar os espaços adquiridos dos veículos e apresentar relatório mensal à DAE S/A, com acompanhamento dos espaços e das inserções utilizadas a serem utilizadas.

14.4. Da confidencialidade

14.4.1. Fica estipulado que a CONTRATADA se compromete, por si e por seus diretores, empregados e prepostos, manter absoluto sigilo quanto a todas as informações obtidas no desempenho de suas atividades ou em decorrência do seu relacionamento com a DAE S/A, não podendo divulgá-las, de forma direta ou indireta, a qualquer terceiro, a nenhum título, mesmo após o término ou rescisão do contrato.

14.4.2. A violação ao dever de sigilo sujeita a CONTRATADA a responder pelas perdas e danos a que der causa, sem prejuízo da sua responsabilidade criminal e da imediata rescisão do contrato, se ainda estiver em vigor.

14.4.3. A CONTRATADA será responsável pela segurança, guarda, manutenção e integridade dos dados, programas e procedimentos físicos de armazenamento e transporte das informações existentes ou geradas durante a execução dos serviços, em conformidade com a legislação vigente.

14.4.4. A CONTRATADA deverá guardar o mais absoluto sigilo em relação aos dados, informações ou documentos de qualquer natureza a que venha tomar conhecimento, respondendo administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e/ou incorreta ou descuidada utilização.