

TERMO DE REFERÊNCIA – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA O MERCADO EXTERNO

1.2.3 – PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM REDES SOCIAIS E ADS

1.2.4 – MÍDIA DIGITAL EM REDES SOCIAIS

A União Brasileira de Vitivinicultura - UVIBRA, com sede na Alameda Fenavinho, nº 481 – Edificação 29, município de Bento Gonçalves, RS, CEP 95270-000, inscrito no CNPJ 092.884.600/0001-88, solicita orçamento para:

1. OBJETO.

Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, campanha publicitária, mídia digital, mídia convencional (offline), marketing de conteúdo, gestão de redes sociais e coordenação de produção de peças gráficas, eletrônicas e digitais pelo prazo determinado e de acordo com o Anexo I.

2. VIGÊNCIA.

O prazo de vigência do Contrato iniciará na data de sua assinatura, com término no dia 30 de novembro de 2021, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo.

3. SOBRE A PROPOSTA A SER APRESENTADA

A proposta deverá ser apresentada com duas especificações:

- Proposta técnica: respeitando as demandas solicitadas no anexo I.
Peso na pontuação: 60%
- Proposta financeira: apresentada conforme o detalhamento constante no anexo I.
Peso na pontuação: 40%

4. HABILITAÇÃO.

Para fins de habilitação, as proponentes deverão apresentar os documentos abaixo:

4.1.1 Habilitação Jurídica:

- a) Proposta firmada por representante legal devidamente constituído;
- b) Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social, em vigor, ou declaração de firma individual, devidamente registrada e atualizada, com a última alteração ou consolidação, em se

tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

- c) Documento que comprove quem é o representante legal se o ato constitutivo não possuir;
- d) Inscrição no órgão competente, do ato constitutivo, no caso de sociedade civil, acompanhada de prova da diretoria em exercício;
- e) No ato constitutivo e alterações deverá estar contemplada, dentre os objetivos sociais, como atividade principal aquela que autorize legalmente a prestação dos serviços objeto deste edital;
- f) Declarar-se idôneo, sem qualquer inscrição/cadastro de descumprimento junto ao poder público, comprovando com documento hábil a inexistência de inidoneidade;
- g) Declaração de não parentesco;
- h) Declaração de que não emprega menor de idade, salvo da condição de aprendiz;
- i) Comprovar programa de integridade de dados pessoais, em conformidade com a Lei 13.709/2018;
- j) Comprovar mecanismos de segurança dos dados (*privacy, cyber security e Compliance*);

5.1.2 Regularidade Fiscal:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);
- b) Prova de Regularidade com a Fazenda Federal através de Certidão Conjunta de Débitos relativos a Tributos Federais e Dívida Ativa da União;
- c) Prova de Regularidade para com a Fazenda Estadual da sede da habilitante;
- d) Prova de Regularidade para com a Fazenda Municipal da Sede da habilitante;
- e) Prova de Regularidade relativa à Seguridade Social (INSS);
- f) Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- g) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);

5.1.3 -Qualificação financeira:

- a) Negativa de protestos na sede da empresa;
- b) Negativa de inscrição em órgãos de proteção ao crédito pelo CNPJ da proponente e CPF de seus sócios através de relatório do Serasa Experian no modelo “Consulta Completa”;
- c) Capital Social mínimo até o limite de 10% do valor total do contrato;

5.1.4 - Não será habilitada a proponente que:

- a) Entregar os documentos e propostas fora do prazo estabelecido, bem como deixar de apresentar algum documento exigido;

- b) Apresente documentos com borrões, rasuras, erros, entrelinhas, emendas, ressalvas ou omissões, digitalizados de forma inadequada e que, a critério da contratante, comprometam o seu conteúdo e/ou entendimento;
- c) Por qualquer motivo, esteja declarada inidônea ou punida com suspensão do direito de licitar ou contratar com a Administração Pública, Direta ou Indireta, Federal, Estadual ou Municipal, desde que o ato tenha sido publicado no Diário Oficial da União, do Estado ou do Município, pelo órgão que o praticou;
- d) Não apresente condições jurídicas e fiscais, econômico-financeiras ou técnicas para atender ao objeto da presente concorrência;
- e) Participe em consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;
- f) Eventualmente, tenha faltado com alguma condição do instrumento convocatório, de forma relevante e que esta prejudique a boa interpretação na escolha da melhor proposta.

6 DA PROPOSTA.

A proposta financeira deverá ser apresentada em valor total, que será pago em uma parcela, de acordo com o fluxo de desembolso do item 6 deste termo de referência (“forma de pagamento”) e deve contemplar a remuneração pela prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, plano tático, gestão operacional, gestão de redes sociais, atendimento e planejamento de mídia. A proposta deve se basear no volume de projetos e entregas previstas solicitadas no anexo I.

Neste valor devem estar inclusas as despesas de toda e qualquer espécie, seja advinda da execução total do contrato, seja de ordem tributária, trabalhista, previdenciária, despesas de deslocamento, alimentação e hospedagem.

O pagamento será efetuado mediante a comprovação dos serviços realizados, de acordo com cronograma de execução a ser definido pela UVIBRA/CONSEVITIS e disposto no item 6 deste termo de referência (“forma de pagamento”)

A proposta financeira deverá conter as seguintes informações:

- a) Razão Social, CNPJ e endereço;
- b) Descrição do objeto supramencionado;
- c) Data da proposta;
- d) Nome legível e assinatura do representante legal.
- e) Valor global. A proposta financeira deverá ser apresentada de acordo com a presente solicitação.
- f) A empresa selecionada deverá apresentar 3 (três) atestados de capacidade técnica, visando demonstrar que já realizou para pessoas jurídicas de direito público ou privado,

atestando que a empresa prestou serviços, contendo os seguintes elementos: nome empresarial, CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado; período de execução dos serviços; pronunciamento quanto à qualidade dos serviços e em relação ao cumprimento das obrigações assumidas; local e data da emissão do atestado; identificação (nome legível da pessoa responsável pela emissão, cargo que exerce e telefone) e assinatura do signatário do atestado.

7 PROPOSTA TÉCNICA.

A proposta técnica deverá ser formatada considerando as exigências demandadas no anexo I.

Dentro do escopo de trabalho, o fornecedor deverá cumprir as demandas do anexo I com previsão de entrega até final de novembro de 2021.

8 FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento será feito conforme fluxo de desembolso previsto no plano de trabalho da Uvibra-Consevitis, seguindo a programação abaixo:

Tabela 1 - Fluxo de desembolso de condições de pagamento

Pagamento único	Mediante comprovação de serviços executados em novembro/2021
------------------------	--

Não serão realizados pagamentos em contas bancárias que não estiverem em nome da proponente vencedora no que tange as notas por ela emitidas ou, eventualmente, de outros fornecedores relativos aos serviços/fornecimentos por estes realizados e faturados.

A realização de todo e qualquer serviço fica condicionada a prévia e expressa aprovação e autorização do orçamento dos custos totais dos serviços a serem realizados.

Os documentos de cobrança somente poderão ser apresentados após a data prevista para a conclusão dos serviços.

9 DISPOSIÇÕES GERAIS

Os eventuais empregados e/ou prepostos da empresa contratada não poderão ter qualquer vínculo empregatício com a Uvibra/Consevitis, sendo por conta exclusiva da empresa a ser contratada todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e tributária.

A empresa deverá manter absoluto sigilo e confidencialidade a respeito de quaisquer informações, dados, processos, fórmulas, códigos, cadastros, fluxogramas, diagramas lógicos, dispositivos, modelos ou outros materiais de propriedade da Uvibra-Consevitis, aos quais tiver acesso em decorrência da prestação de serviços.

A Uvibra-Consevitis não tem responsabilidade de arcar com qualquer dívida, pagamento, antecipação de valores, com fornecedores que o proponente possa vir a ter. O nome da Uvibra-Consevitis e do Governo do RS não podem ser usados pelos proponentes para se beneficiarem em qualquer sentido que seja.

Não serão admitidos fornecedores nos casos:

- a) Cujas empresas estejam inadimplentes junto à UVIBRA/CONSEVITIS ou que ela e/ou seus sócios não desfrutem de idoneidade fiscal e jurídica no momento da habilitação, contratação e/ou curso do contrato;
- b) Propostos por empregados efetivos da UVIBRA/CONSEVITIS, assim como por seus parentes até o terceiro grau;
- c) Propostos por empresas que tenham como seus representantes legais pessoas com grau de parentesco até o terceiro grau com empregados da UVIBRA/CONSEVITIS e das entidades que fazem parte do seu Conselho.

A CONTRATADA deverá obrigatoriamente assinar a declaração de não parentesco - documento que atesta que seus representantes legais não possuem grau de parentesco até o terceiro grau com empregados da UVIBRA/CONSEVITIS e das entidades que fazem parte do seu Conselho.

A CONTRATADA se compromete a comparecer às reuniões e atividades sempre que solicitado. Não poderá prestar serviços que caracterizem qualquer conflito de interesses com o objeto deste.

Dentre outras a serem previstas contratualmente, serão obrigações da CONTRATADA: (1) guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com a legislação em vigor; (2) executar todos os serviços relacionados com o objeto e no Termo de Referência deste contrato na melhor qualidade técnica e conduta profissional; (3) empenhar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações tocantes aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, quando aplicável, bem como sobre as negociações comerciais junto a fornecedores e veículos, transferindo à CONTRATANTE, de forma clara e objetiva, todas as vantagens obtidas; (4) Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE; (5) Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato; (6) apresentar à CONTRATANTE, para aprovação, o Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será

possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade; (7) apresentar ao CONTRATANTE, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade; (8) encaminhar para a CONTRATANTE, através de link, todo o material produzido, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem qualquer ônus, mantendo-o ativo e disponível, no mínimo, por 05 (cinco) anos após o término do presente contrato; (9) Orientar a produção e os terceiros envolvidos na impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela CONTRATANTE; (10) Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados; (11) Apresentar todas as notas fiscais emitidas acompanhadas de cópia do material produzido ou comprovante de produção; (12) Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente da entrega do material a CONTRATANTE; (13) Prestar esclarecimentos a CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, seus sócios e/ou prepostos, independentemente de solicitação; (14) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na contratação; (15) Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior; (16) Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações sociais, trabalhistas, previdenciárias, fiscais, tributárias, comerciais, civis (inclusive indiretas e extrapatrimoniais) e outras pertinentes ao objeto do contrato; (17) Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora em relação aos prazos assumidos, como também por qualquer culpa ou dolo na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer obrigações decorrentes deste contrato; (18) Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE; (19) responder pelos danos decorrentes da execução do presente contrato causados por seus empregados, prepostos ou contratados, perante o CONTRATANTE, bem como terceiros, em decorrência da responsabilidade contratual ou extracontratual, subjetiva ou objetiva e, ainda, sem prejuízo da assunção de responsabilidade por eventual demanda judicial proposta por terceiros, incluindo mas não se limitando a ações trabalhistas, em razão dos fatos decorrentes da execução do contrato; (20) Responder por qualquer pleito, pretensão ou ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, lei geral de

proteção de dados, dentre outras, relacionadas com os serviços objeto deste contrato; (21) obrigatoriamente utilizar as plataformas e aplicativos indicados pela CONTRATANTE, especialmente de controle de documentos e processos; (22) obrigatoriamente utilizar as plataformas e aplicativos indicados pela CONTRATANTE para prestação de contas, sempre de forma síncrona e detalhadamente em relação a cada tarefa executada; e (23) Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades, enviando mensalmente estes a CONTRATANTE ou, antes, conforme a sua solicitação; (24) dar consentimento para a CONTRATANTE gravar e manter os registros de quaisquer reuniões ou contatos realizados, obrigando-se a obter a mesma anuência de quaisquer de seus colaboradores, prepostos e/ou sócios, de forma irrevogável, durante o prazo necessário para prestação de contas ao Poder Público e (25) respeitar as normas de promoção e captação de dados dos mercados alvo.

10 PENALIDADES.

O proponente vencedor estará sujeito, por falhas, irregularidades ou pelo não cumprimento dos prazos estipulados, com as seguintes penalidades, isoladas ou cumulativamente:

- a) Advertência por escrito;
- b) Multa de mora no valor de 2% (dois por cento) do valor estimado do contrato, por dia de atraso na entrega do material conforme estabelecido na proposta aprovada;
- c) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor efetivo do contrato, devidamente atualizado, pelo não cumprimento de qualquer das cláusulas deste edital e do contrato.

11 FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO DOS SERVIÇOS.

A contratante fiscalizará, se assim entender necessário, a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

A fiscalização pela contratante em nada restringe a responsabilidade, integral e exclusiva da contratada pela perfeita execução dos serviços.

A contratada somente poder executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da contratante.

A recusa de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da contratante, que realizará de acordo com a sua própria conveniência.

A contratada adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluindo o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, as suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

12 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

A CONTRATADA obrigará-se a:

- a) Analisar o material fornecido pela CONTRATANTE;
- b) Tratar confidencialmente todos os documentos, dados e informações que cheguem a seu conhecimento em virtude dos serviços objetos do contrato, bem como não divulgar nem transmitir a terceiros quaisquer informações referentes ao CONTRATANTE, ou com ele relacionadas;
- c) Disponibilizar equipe técnica, no período de 08:00 às 12:00 h e de 14:00 às 18:00 h, nos dias úteis para o atendimento de dúvidas acerca do trabalho, por *whatsapp* ou meios eletrônicos (*e-mail*);
- d) Deslocar até a sede da CONTRATANTE, quando solicitado, dispondo de profissional habilitado tecnicamente para acompanhamento *in locu* ou para prestar serviços na sede do CONTRATANTE;
- e) Usar por conta própria computadores, e-mail corporativo e demais equipamentos necessários ao trabalho;
- f) Arcar com as despesas decorrentes de qualquer infração praticada por seus empregados, quando da realização dos serviços;
- g) Levar, imediatamente, ao conhecimento do CONTRATANTE, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorrer na execução do objeto contratado, para adoção das medidas cabíveis.

A elaboração da proposta é de inteira responsabilidade da empresa e deverá ser enviada até as 10:00h do dia 29/09/2021, para o e-mail gerencia@uvibraconsevitis-rs.com.br

Caberá exclusivamente ao proponente a confirmação de recebimento da proposta e a responsabilidade pela integridade de seus anexos.

Demais informações poderão ser obtidas através dos e-mails: gerencia@uvibraconsevitis-rs.com.br

Bento Gonçalves, RS, 23 de setembro de 2021.

Conselho de Planejamento e Gestão da Aplicação de Recursos Financeiros para Desenvolvimento da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul – UVIBRA/CONSEVITIS.

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA O MERCADO EXTERNO

Aos 21 dias do mês de outubro de 2020, foi celebrado o Termo de Colaboração entre o Governo do Estado do Rio Grande do Sul, por intermédio da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural – SEAPDR e a União Brasileira de Vitivinicultura – UVIBRA.

Este Termo, de registro FPE nº 2238/2020, tem como objetivo realizar ações para a manutenção e promoção do setor vitivinícola do Estado do Rio Grande do Sul, através de metas em consonância com a Política Vitivinícola do RS estabelecida pela Lei nº 10.989 de 13 de agosto de 1997.

Como ação para promover o consumo de vinhos, espumantes e suco de uva, identificou-se a necessidade da contratação de uma agência de publicidade para desenvolver estratégias de posicionamento para o vinho brasileiro no mercado internacional, de comunicação digital, estratégias e operação tática de mídia e marketing de conteúdo para redes próprias. O serviço deve estar alinhado com o *briefing* e posicionamento definidos pelo setor e executado dentro das práticas de mercado, com olhar estratégico, criatividade, design e operação ágil e assertiva condizentes com expertise e experiência da agência.

A intenção macro é posicionar e comunicar o Brasil no mercado externo como produtor de vinhos frescos, especializado em fazer espumantes de alta qualidade. A comunicação terá dois vieses: com o trade (parte informativa que deve atingir toda a cadeia internacional – importadores, compradores, *on e off trade*, jornalistas e mídia em geral) – e com o consumidor final, especialmente nos países-alvo do projeto setorial, EUA e China. O principal objetivo do trabalho de marketing é o aumento das exportações dos vinhos brasileiros, fomentado pelo aumento do consumo de nossos produtos no exterior, e o aumento da consciência de marca gerado por este trabalho de marketing.

OBJETO.

Contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, campanha publicitária, mídia digital, conteúdo de marketing, gestão de redes sociais e coordenação de produção de peças gráficas, eletrônicas e digitais pelo prazo determinado considerando o seguinte desdobramento e especificações detalhadas:

a) **Desenvolvimento de *branding*** – Desenvolvimento de uma marca que atenda o posicionamento do vinho brasileiro no mercado internacional e criação de identidade.

Briefing: A ideia é comunicar o Brasil como “*Bubble Brazil - a fresh new world*”, ou seja, nosso grande diferencial são vinhos frescos, frutados e menos alcóolicos que também vêm de acordo com essa grande tendência de consumo de vinhos menos alcóolicos. Nossa posição de país produtor de vinhos é no novo mundo, mas somos uma novidade no novo mundo, por isso a palavra *fresh* se encaixa bem tanto no conceito de fresco como no conceito de novidade no novo mundo, um vinho fora do convencional. Nosso carro-chefe para mercado internacional é o espumante brasileiro devido a sua qualidade que a cada dia vem sendo mais reconhecida através de premiações internacionais. Em razão disto, a comunicação sugerida para essa identidade a ser desenvolvida é “*Bubble Brazil – a fresh new world*”. Em paralelo, o nome do projeto setorial se chama *Wines of Brazil*. Deve-se criar uma identidade visual para o nome do projeto, com desenvolvimento de logomarca, levando em consideração todos os aspectos citados acima, mas com a perspectiva de que este será o nome que representará toda a categoria Brasil no projeto do mercado internacional. Desta forma, o *Wines of Brazil* deve abranger muito mais do que apenas o aspecto do espumante, mas passar a comunicação de um todo, considerando as especificidades do vinho brasileiros e seus diferenciais para mercado externo, saindo dos clichês que nosso país utiliza como padrão para marketing internacional (samba, futebol, etc).

Objetivo de marketing: aumento da *brand awarness* dos vinhos brasileiros nos Estados Unidos e China.

Meta: Aumento de 15% em pesquisa *Wines of Brazil* no *Google Trends* e *share* de 10% do público total de seguidores das nossas mídias sociais pertencentes ao Estados Unidos e China durante o período entre assinatura do contrato e novembro/2022.

KPI: controle de acessos às redes sociais e engajamento do Projeto nos EUA e China nas redes sociais apresentadas pela agência de publicidade; controle de *pageviews*, tempo médio na página e novos usuários do website através do *google analytics* para analisar o funcionamento do impulsionamento da marca *Wines of Brasil* em NYC e Shanghai apresentado em dashboard pela agência de publicidade; controle de engajamento de matérias publicadas através do Projeto Imagem; controle através de PPC (*pay per click*), impressões e visualizações entregues pela agência; controle de número de seguidores nas redes sociais, alcance, impressões e engajamento e controle de leads através de *leads scoring*. Controle de aumento do termo *Wines of Brazil* através do *google trends*.

Periodicidade: *dashboards* apresentados pela agência para a entidade de forma trimestral.

- b) **Vídeo manifesto** – criação de um vídeo manifesto que capte a essência do conceito e o posicionamento sugerido no item “a”, mesclando o foco no espumante brasileiro com o reforço de que o Brasil é produtor de vinhos do novo mundo.
- c) **Construção e gestão e operação de redes sociais** - Construção e gerenciamento de canais digitais para o projeto setorial *Wines of Brazil* – website (para se ter um parâmetro, sugerimos analisarem o projeto do *website Wines of Argentina* - <https://www.winesofargentina.org/pt>), *instagram* e *facebook*. Todas as informações do conteúdo devem ser captadas e produzidas pela agência de publicidade a ser contratada. Todo o conteúdo de mídia e produção gráfica deve ter tradução para as línguas inglês, espanhol e mandarim aos quais devem ser providenciadas e gerenciadas pela empresa concorrente.
- d) **Equipe da agência** – a agência deve designar um membro da equipe que faça atendimento direto com a equipe do projeto setorial, criador de conteúdo especializado em vinhos, enologia e ou sommelier, redação, diretor de arte, designer.
- e) **Desenvolvimento de peças criativas** – o desenvolvimento das peças criativas inclui conteúdo para: feed das mídias sociais (tanto de *time line* como paralelos – formato *stories*, etc), conteúdo para materiais de publicidade como *press kits*, material promocional, cartilhas impressas, posts, folders, informativos, vídeos e outras necessidades pontuais que venham a surgir até o final do período do contrato. Volume ilimitado de peças e ações. É fundamental que o conteúdo seja desenvolvido por profissional do vinho, *sommelier*.
- f) **Planejamento de estratégia de marketing de conteúdo** que seja um complemento de sinais e peças para dar desdobramentos, volume e frequência com explicações, tangibilidade e autenticidade. São exemplos de ações de conteúdo: fotos, gifs e vídeos curtos para as redes próprias, etc. Para a criação do conteúdo de redação, é fundamental que o conteúdo seja desenvolvido por profissional do vinho, *sommelier*.
- g) **Materiais promocionais** – desenvolvimento de conteúdo e ideias criativas para desenvolver materiais promocionais destinadas ao mercado internacional. Aqui nos referimos a criação do conteúdo e do gerenciamento de produção.
- h) **Planejamento estratégico e execução tática de mídia digital - digital ads**. Criação de propagandas para gerar impulsionamento de visualizações dos vinhos brasileiros no Brasil, Estados Unidos, China e no mercado internacional como um todo. Planejamento estratégico e tático de mídia digital.
- i) **Condução e coordenação de produção gráfica, eletrônica e digital**. Indicação, contratação de fornecedores e gestão completa do processo de produção.

j) **Coordenação geral** - de relatórios de comprovação de execução e mensuração de resultados de tudo que for feito. No anexo II encontra-se um modelo de comprovação de relatório que deve ser coordenado e controlado pelo fornecedor.

k) **Equipe de profissionais qualificada** - Profissional de atendimento sênior e assistente com a função de gerenciamento de projetos, acompanhamento dedicado e comprometimento com cada ação e resultado;

l) **Registro de marcas no Brasil e mercado internacional** - (Estados Unidos, China, Reino Unido e Europa). Coordenação, orçamentação e encaminhamento de registros.

DO PRAZO DE ENTREGA.

Contados da data do recebimento da Ordem de Fornecimento, enviada por e-mail ou forma expressa, os prazos para a entrega dos serviços solicitados pela Contratante, ficarão assim distribuídos:

- a) 15 dias para entrega da criação;
- b) 10 dias para entrega do produto;
- c) 15 dias para entrega da veiculação;
- d) 10 dias para planejamento;
- e) 10 para outros serviços;

QUESITOS E CRITÉRIOS PARA A AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA E FINANCEIRA

A seleção será feita por técnica e preço, com peso total de 100 pontos distribuídos da seguinte forma:

- **Técnica: peso 60 pontos**
- **Preço: peso 40 pontos**

1. Habilitação técnica (peso 60 pontos)

Para habilitação técnica serão avaliados 03 (três) quesitos. São eles: **Raciocínio Básico**, **Conceito Criativo e Conteúdo** e **Capacidade Técnica**. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

- a) **Raciocínio Básico (Peso 15 pontos):** constituído de texto, de no máximo 2 (duas) páginas que deverá expressar seu entendimento acerca do desafio proposto no termo, no que se refere a promoção do consumo de vinho para o segmento internacional. Quais as visões estratégicas que imaginam? Como enxergam o potencial do vinho e espumante nacional no mercado internacional? Trazer alguns insights que possam desencadear ideias e ações. Aqui, será avaliado o raciocínio estratégico de posicionamento e comunicação.
- b) **Conceito Criativo e Conteúdo Geral (Peso 10 pontos):** a proponente deve apresentar dois cases do seu portfólio de trabalhos realizados que evidenciem o conceito criativo e o conteúdo produzido para tal ação. Nestes cases, devem constar 2 duas campanhas onde será avaliado conteúdo, design, redação, entre outros pontos.
- c) **Conceito Criativo e Conteúdo em trabalhos para empresas do setor (Peso 10 pontos):** a proponente deve apresentar cases do seu portfólio de trabalhos realizados que evidenciem o conceito criativo e o conteúdo produzido para tal ação. Nestes cases, devem constar 2 duas campanhas onde será avaliado conteúdo, design, redação, entre outros pontos.
- d) **Experiência em cases de branding internacional e setorial (Peso 10 pontos):** o fornecedor que tiver trabalho de criação campanhas de identidade no mercado internacional e no setor de bebidas alcoólicas comprovado pontuará 10. As que não possuem, pontuarão 0.
- e) **Capacidade técnica de atendimento (15 pontos):** a requerente deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento devidamente identificado. Compreende tanto a capacidade geral de atendimento, considerando-se a totalidade dos setores da empresa, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito. Este tópico, a ser abordado sob a forma de texto, sem anexos, inclui:
- Apresentação da agência em lâminas ou vídeo quantificação e qualificação dos principais profissionais, divididas e organizadas por departamento e na diretoria e gerência da agência, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência) que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da agência, devendo indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação;
 - Sistemática de atendimento e planejamento, com clara indicação das atribuições a serem cumpridas pelo setor de atendimento e planejamento, através de uma definição de modelo de atuação;
 - Descrição das instalações de infraestrutura e os departamentos;

Tabela 2 - Valores de referência para pontuação técnica

QUESITO TÉCNICO A SER AVALIADO	PONTOS
Raciocínio Básico	Pontuação máxima: 15
Conceito Criativo e Conteúdo	Pontuação máxima: 20
Experiência em cases de branding internacional e setorial	Pontuação única: 10
Capacidade técnica de atendimento	Pontuação máxima: 15
TOTAL DA PONTUAÇÃO	Pontuação máxima: 60

2. Preço (Peso 40 pontos)

A proposta de remuneração deverá ser em valor fechado, dividido em três parcelas iguais que considere a remuneração à prestação de serviços de planejamento estratégico, criação, plano tático, gestão operacional, gestão de redes sociais, atendimento e planejamento de mídia. A proposta deve se basear no volume de projetos e entregas previstas solicitadas no anexo I.

Tabela 3 - Valores de referência para pontuação financeira

VALOR TOTAL GLOBAL	PONTOS
1º valor total global mais baixo	40
2º valor total global mais baixo	36
3º valor total global mais baixo	32
4º valor total global mais baixo em diante	28

3. Formato de mensuração e classificação final:

Por fim, a pontuação da parte técnica e financeira serão somadas e o maior valor será a empresa vencedora.

ANEXO II**TERMO DE REFERÊNCIA – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA O MERCADO**
EXTERNO

Abaixo, segue o modelo de comprovação de relatório que deve ser coordenado pelo fornecedor e entregue conforme solicitação da Uvibra-Consevitis. Este modelo poderá ser alterado ou complementado, bem como substituído por plataformas e aplicativos indicados pela CONTRATANTE.

Tabela 4 - Modelo de prestação de relatório de prestação de contas

1. DADOS DO PRESTADOR DE SERVIÇO			
Razão Social			
CNPJ	Inscrição Estadual		Inscrição Municipal
Endereço			Nº
Bairro	Cidade	Estado	CEP
Telefone (fixo)	Telefone Celular	Web site	E-mail

2. PROJETO		
Nome		
Período de Realização	Local de Realização	Horas Totais de Realização
Cidade		Estado

3. RESPONSÁVEL TÉCNICO PELO PROJETO E PELA EMISSÃO DESTE RELATÓRIO		
Nome	Cargo	Celular
Telefone Fixo	E-mail	

4. DETALHAMENTO DAS ATIVIDADES			
Data	Local	Descrição das Atividades	Horas Trabalhadas
Dia x Mês x Ano	Cidade/Estado	Ações, viagens, reuniões, tudo o que for relevante para a execução do projeto.	Hora inicial – Hora final – Total de horas
Total:			Total:

5. APRESENTE LISTA DE PRESENÇA/MAILING, FOTOS, ROTEIROS, MATERIAIS CONFECCIONADOS, RELATÓRIOS, ETC.

6. METAS				
DESCRIÇÃO	META QUANTITATIVA	% META ATINGIDA	META QUALITATIVA	% META ATINGIDA

7. OBSERVAÇÕES GERAIS