

TERMO DE REFERÊNCIA 003/2025

OBJETO: CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE OVINOS - ARCO**, pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, inscrita no CNPJ sob n. 87.410.445/0001-28, estabelecida com sede na Avenida Sete de Setembro, nº 1159 no município de Bagé, RS, CEP: 96.400-006 solicita orçamento para consoante o abaixo:

1. JUSTIFICATIVA

Justifica-se a presente contratação por força do Termo de Colaboração FPE nº 2787/2024, celebrado entre o Estado do Rio Grande do Sul e ARCO. Para a execução do objeto constante neste instrumento é necessária a contratação, de agência especializada em publicidade e propaganda: para criação, planejamento e performance, mídia digital, produção de conteúdo, gestão de redes sociais, criação de campanhas conceituais, planejamento de mídia, gestão de produção gráfica e eletrônica, planejamento estratégico, criação de peças publicitárias, criação de conteúdo para redes sociais, criação de conteúdo para canais próprios e podcasts, nos termos do presente Termo de Referência.

A prestação de serviços inclui a disponibilidade para reuniões presenciais e/ou virtuais, conforme for da conveniência e interesse da organização. Também poderá envolver a realização de atividades de forma remota quando essa hipótese for a mais recomendada para a solução do atendimento e quando as medidas necessárias ficarem a cargo do proponente (sem necessidade de intervenções significativas por parte da equipe ARCO).

2. OBJETO

Contratação de agência especializada em publicidade e propaganda, de acordo com as informações constantes no Anexo I.

A contratação contempla o seguinte escopo:

I *I. Ações de Comunicação*



FUNDOVINOS
RIO GRANDE DO SUL



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL

SECRETARIA DA AGRICULTURA,
PECUÁRIA, PRODUÇÃO
SUSTENTÁVEL E IRRIGAÇÃO

- II **1) Atualização da estratégia de conteúdo de comunicação:**
- III a. Planejamento anual da comunicação em conjunto com as demais agências de comunicação contratadas, contendo pilares de conteúdo, temas e frequência; ações de comunicação.
- IV **2) Geração de conteúdo e gestão das páginas em redes sociais:**
- a. Gestão das plataformas: Facebook, Youtube, LinkedIn, Instagram, entre outras redes sociais da entidade e de suas marcas.
- b. Criação de design e textos para postagem nas redes sociais.
- 3) Planejamento e gestão de mídia:** investimento e resultado. Definição dos objetivos de comunicação e estratégias para atingimento de metas, como alcance e engajamento, através de investimento em mídia digital e off-line.
- a. **Anúncios e publicidade:** mídias institucionais.
- b. **Redes Sociais:** anúncios e gestão mensal para acompanhamento de performance.
- 4) Criação e produção do manifesto institucional:** considerando desdobramentos e adaptações.
- 5) Atualização da identidade visual do FUNDOVINOS:**
- a. Assinatura de e-mails.
- b. Cartões de visita.
- c. Crachás.
- d. Demais materiais que se fizerem necessários.
- 6) Criação do banco de imagens:**
- a. Definição, produção e direcionamento para banco de imagens.
- 7) Produção gráfica de materiais de divulgação de materiais promocionais:**
- a. Folders
- b. Mapa da produção ovina no estado do RS
- c. Infográficos
- k. Demais materiais que se fizerem necessários
- 8) Monitoramento e mensuração de resultados:** com plano de melhorias para as frentes de comunicação.
- 9) Suporte a eventos em geral:** workshop, degustação, cursos técnicos, palestras, feiras, shows, eventos apoiados.

a. Coordenação, orçamentos e contratação de fornecedores (fotos, vídeos, materiais publicitários).

b. Enxoval de peças (convites, apresentações).

c. Postagens nas plataformas digitais.

II. Ações Diferenciais

10) Posicionamento setorial: Desenvolvimento e criação de materiais para feiras e eventos para representação institucional e divulgação das marcas e criação de materiais necessários.

a. Apoio na contratação e coordenação de fornecedores (produção, produtora de vídeos e fotos etc.)

b. Produção de materiais pré, durante e pós-eventos (vídeos, roteiros, cenografia, apresentações, convites, peças publicitárias, kits de divulgação, entre outros.)

11) Criação e produção de campanha publicitária.

3. ENTREGÁVEIS

I *I. Ações de Comunicação*

II a. Relatórios mensais de atividades;

III b. Relatórios trimestrais de resultados digitais;

IV c. Plano Anual de Comunicação, contendo pilares de conteúdo, principais ações de comunicação e plano de redes sociais.

V d. Plano de Mídia e investimentos.

VI *II. Ações Diferenciais*

VII a. Relatório de execução dos eventos.

4. VIGÊNCIA

O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser renovado mediante Termo Aditivo.

5. PROPOSTA TÉCNICA E FINANCEIRA

A proposta técnica e a financeira deverão ser apresentadas conforme detalhamento constante no Anexo II.

A proposta financeira também deverá conter as seguintes informações:

- a. Razão Social, CNPJ, endereço;
- b. Descrição do objeto supramencionado;
- c. Data da proposta;
- d. Nome legível e assinatura do representante legal;
- e. Valor e Forma de Pagamento. A proposta financeira deverá ser apresentada de acordo com a presente solicitação. O valor apresentado deverá contemplar 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.

As propostas financeira e técnica deverão ser enviadas para o e-mail

fundovinos_arco@arcoovinos.com.br até às 17 horas do dia 10 de abril de 2025.

Demais informações poderão ser obtidas através do e-mail:
fundovinos_arco@arcoovinos.com.br

6. CRITÉRIO DE SELEÇÃO

A proposta técnica terá um peso total de 50% e a financeira peso total de 50%. A ARCO poderá solicitar esclarecimentos das proponentes para melhor entendimento de alguns aspectos das propostas.

As propostas poderão ser aceitas na totalidade ou em partes. A ARCO também poderá negociar e/ou contratar mais de um proponente.

A ARCO se reserva o direito de não aceitar propostas que não atendam este documento, e caso seja de interesse da entidade, este poderá unilateralmente: (i) alterar o escopo da proposta; (ii) modificar o prazo de apresentação e decisão; (iii) cancelar a respectiva proposta, sem que sobressaia qualquer direito ao proponente na exigência de seu cumprimento.

A ARCO também se reserva o direito de não justificar o motivo da rejeição do propostas enviadas.

7. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

A proponente deverá apresentar os documentos descritos abaixo:

- a. Mínimo de 02 (dois) atestados de capacidade técnica fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado existente há mais de 6 (seis) meses, que comprove que a empresa executou serviços equivalentes e está apta para o desempenho de atividades pertinentes e compatíveis e quantitativos com o objeto desse Termo de Referência.
- b. Somente serão consideradas as propostas das proponentes existentes há mais de 1 (um) ano, com comprovação Cadastro de Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- c. Declaração de que não possui entre seus sócios pessoas politicamente expostas, com litígios com a Administração Pública (Federal, Estadual e/ou Municipal) ou implicadas em fatos relacionados a crimes contra a ordem financeira, crimes contra a administração pública, ao meio ambiente, às condições de trabalho, peculato, corrupção e outros fatos penalmente tipificados, desabonadores de idoneidade.
- d. Declaração de não parentesco até o terceiro grau com empregados da ARCO e das entidades que fazem parte do seu Conselho (fornecida pela ARCO).

8. FORMA DE PAGAMENTO

A remuneração da agência será no formato de honorários e os percentuais referentes aos serviços de mídia e produção serão pagos pelos fornecedores e veículos. Os pagamentos serão feitos sempre até o 5º dia útil do mês subsequente limitado ao valor global trimestral de R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Os pagamentos dos serviços de terceiros agenciados, veículos de mídia e fornecedores de produção e ações promocionais, serão de coordenação da agência e executados pela ARCO diretamente, mediante comprovação via relatório e envio de nota fiscal hábil.

9. AVALIAÇÃO DO SERVIÇO

A ARCO terá o direito de exercer ampla fiscalização sobre a prestação dos serviços objeto do presente termo, ainda que por intermédio de prepostos seus, devidamente credenciados, tendo como atribuições precípuas as seguintes:

a. Exigir da CONTRATADA a estrita obediência às estipulações deste Termo de Referência e à melhor técnica consagrada pelo uso para a execução dos serviços objeto deste Instrumento;

b. Fazer, corrigir, ou refazer serviços defeituosos, por conta da ARCO, através de terceiros, debitando da CONTRATADA os gastos daí decorrentes, caso essa última não os refaça ou corrija dentro do prazo determinado pela Fiscalização;

c. Controlar as condições da prestação de serviços, ajustando com a CONTRATADA as alterações na sequência da execução que forem consideradas convenientes ou necessárias, e controlar tais condições de modo a exigir desta, na ocorrência de atraso nos serviços, a adoção de regime de trabalho diferente;

d. Dar permanente assistência aos serviços, na interpretação e na solução de problemas surgidos;

e. Encaminhar à CONTRATADA as comunicações que se façam necessárias, com relação aos trabalhos de fiscalização e controle dos serviços;

f. Atestar a execução dos serviços referentes às faturas a serem apresentadas;

g. Comprovar a regularidade fiscal, previdenciária e trabalhista mensalmente, sem prejuízo cumprir com as solicitações por parte da CONTRATANTE em periodicidade inferior.

À Fiscalização caberá, ainda, determinar os prazos para cumprimento das exigências feitas.

10. DISPOSIÇÕES GERAIS

Os prazos previstos neste instrumento são improrrogáveis e correrão em dias corridos. Deverão ser cumpridas as normas nacionais de publicidade e propaganda, além da legislação específica que rege os Convênios e Parcerias nacional e estadual.

Os eventuais empregados e/ou prepostos da empresa contratada não terão qualquer vínculo empregatício com a ARCO, 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 ARCO, aos quais tiver acesso em decorrência da prestação de serviços.



O valor/preço permanecerá fixo e irrevogável durante a vigência de 12 meses. Em caso de prorrogação do contrato, o valor/preço previsto será reajustado anualmente utilizando-se como índice o INPC, referente ao último período de doze meses. Sob pena de desclassificação sumária, a empresa vencedora deverá, no prazo de 05 (cinco) dias após o envio do e-mail de confirmação pela ARCO, apresentar a documentação abaixo:

- a. Ato constitutivo e alterações devidamente registrados (contrato social, estatuto, etc.);
- b. Documento que comprove quem é o representante legal se o ato constitutivo não possuir;
- c. Cópia da Cédula de Identidade e do CPF dos responsáveis legais da proponente;
- d. Comprovante de endereço dos responsáveis legais da proponente;
- e. Prova de inscrição e regularidade da sociedade, seus sócios e prestadores de serviço no respectivo órgão profissional da categoria;
- f. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Federal;
- g. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual (se aplicável);
- h. Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal;
- i. Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Municipal (CND);
- j. Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Estadual (CND);
- k. Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Federal (CND);
- l. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- m. Certidão atualizada de regularidade relativa ao FGTS, expedida pela Caixa Econômica Federal;
- n. Declaração de que não emprega pessoa menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, que também não emprega menor de dezesseis anos

em qualquer situação, ressalvada na de aprendiz, e que não emprega menor de quatorze anos, nem possui condenação ou contratação análoga a escravidão;

o. Declaração formal assinada pelo representante legal da empresa, sob as penalidades da lei, de que tem pleno conhecimento das condições e peculiaridades inerentes à natureza dos trabalhos, assumindo total responsabilidade por esse fato e informando que não o utilizaria para quaisquer questionamentos futuros que ensejassem avanços técnicos ou financeiras.

A ARCO não tem responsabilidade de arcar com qualquer dívida, pagamento, antecipação de valores, com fornecedores que o proponente possa vir a ter. O nome e/ou identidade da ARCO e do Governo do Estado do Rio Grande do Sul 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 ARCO 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 ARCO, 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 ARCO e das entidades que fazem parte do seu Conselho.

O proponente vencedor 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 do proponente vencedor: (1) executar todos os serviços relacionados com o objeto e no Termo de Referência deste contrato na melhor qualidade técnica e conduta profissional; (2) Prestar esclarecimentos à ARCO sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o proponente vencedor, seus sócios e/ou prepostos, independentemente de solicitação; (3) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na contratação; (4) 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; (5) Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações sociais, trabalhistas, previdenciárias, fiscais, tributárias, comerciais, civis (inclusive indiretas e extrapatrimoniais) e outras pertinentes ao objeto do contrato; (6) Responder perante a ARCO 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; (7) responder pelos danos decorrentes da execução do presente contrato causados por seus empregados, prepostos ou contratados, perante a ARCO, 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; (8) utilizar plataformas e aplicativos para prestação de contas, sempre de forma síncrona e detalhadamente em relação a cada tarefa executada; e (09) Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço, 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 ARCO ou, antes, conforme a sua solicitação; (10) Levar, imediatamente, ao conhecimento da ARCO, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorrer na execução do objeto contratado, para adoção das medidas cabíveis; (11) dar consentimento para a ARCO 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.

11. PENALIDADES

Sem prejuízo à rescisão imediata em caso de inadimplemento, 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 10% (dez por cento) sobre o valor estimado do contrato, devidamente atualizado, pelo não cumprimento de qualquer das cláusulas deste instrumento e do contrato;

c. Juros de 1% (um por cento) ao mês sobre o valor estimado do contrato, desde o inadimplemento até a satisfação da obrigação.

12. DIVULGAÇÃO DO RESULTADO

O proponente vencedor será anunciado no *site* da entidade em até 30 (trinta) dias depois da avaliação.

13. IMPUGNAÇÃO

Será concedido o prazo de até 30 (trinta) dias da data fixada para o resultado, para impugnação, sob pena de preclusão.

Bagé/RS, 19 de março de 2025

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CRIADORES DE OVINOS - ARCO
EDEMUNDO FERREIRA GRESSLER
PRESIDENTE

ANEXO I

ANEXO I - TERMO DE REFERÊNCIA

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Com o objetivo de promover o consumo de carne ovina, identificou-se a necessidade da contratação de agência especializada em publicidade e propaganda para: criação, planejamento e performance, mídia digital, produção de conteúdo, gestão de redes sociais, criação de campanhas conceituais, planejamento de mídia, gestão de produção gráfica e eletrônica, planejamento estratégico, criação de peças publicitárias, criação de conteúdo para redes sociais, criação de conteúdo para canais próprios e podcasts. 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 o setor adotar uma comunicação leve e direta com o consumidor final incentivando o consumo de carne ovina não apenas em ocasiões especiais, mas em vários momentos do dia a dia. A intenção é atingir, prospectar e dialogar com o novo consumidor de carne de ovelha. A carne ovina deve fazer parte, de uma forma equilibrada e saudável, do dia a dia das famílias e da rotina alimentar de cada um. O objetivo é aumentar o consumo per capita valorizando e evidenciando o ganho de qualidade do produto nacional nos últimos anos, diminuindo a percepção de sofisticação e exotismo em torno da carne e democratizando o momento de consumo, que não precisa mais ser apenas em ocasiões especiais, mas fazendo parte do dia a dia de uma forma equilibrada.

Para a carne ovina, o objetivo é aumentar o consumo em todas as idades, exaltando suas qualidades nutricionais, sabor e genuinidade. Necessário também um trabalho de conscientização e promoção junto aos profissionais de saúde (especialmente nutricionistas, pediatras, profissionais da educação, merendeiras) para que sejam defensores do produto. A carne deve fazer parte do dia a dia da família, e todo o público interessado em bem-estar, saúde e sabor.

OBJETO

"Conjunto de ações que serão desenvolvidas para dar maior visibilidade a carne ovina de qualidade a fim de aumentar seu consumo e fomentar a competitividade com outras proteínas. Essas ações contemplam criação de campanha, definição de posicionamento, diagramação, veiculação de conteúdo, bem como eventos que atendam os objetivos do setor.

O principal propósito é que, independentemente do meio ou ação explorada, as peças que constituam a(s) campanha(s) deverão preservar uma identidade entre si, uma uniformidade tanto editorial (textos) quanto visual, para causar sinergia entre eles, com objetivo de aumentar seu impacto, cujo posicionamento será definido ao longo do período de execução do plano.

- **RÁDIO** Campanhas em rádios do estado, com formatos de merchandising em programas de variedades e informativos. Aumentar a visibilidade e estimular o consumo, com endosso de comunicadores.

MÍDIA IMPRESSA Anúncios e patrocínio de seções em revistas, jornais e Revista da ARCO (com circulação nacional e distribuição gratuita) Aumentar a relevância da carne de cordeiro com públicos específicos

SUPERMERCADOS e LOJAS DE CARNE Mídia indoor Aumentar a visibilidade da marca com diversos públicos e com perfil disseminador.

AÇÕES PROMOCIONAIS E DE RELACIONAMENTO Materiais promocionais e brindes para ativações em eventos e pontos de venda de parceiros. Impactar público formador de opinião e compradores.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA CANAIS PRÓPRIOS Webseries sobre ovinocultura, lives com produtores, proprietários de frigoríficos e supermercados, dicas e cursos, cobertura de eventos, divulgação de vídeos institucionais e treinamentos para o trade. Aumentar o engajamento e a disseminação de conteúdos sobre o a carne ovina e captar dados de usuários para ativação direta.



PALESTRAS, SIMPÓSIOS E SEMINÁRIOS Divulgação do sistema produtivo da carne ovina - desafios e oportunidades, através de palestras, seminário e simpósios que reúnam produtores, indústria, varejo e consumidores. Promover a importância da certificação e da produção de carne com selo de qualidade com temas que tragem especificamente das características da carne ovina. Aumentar e fomentar a produção de carne ovina no estado. Estimulando produtores, indústria e consumidores finais.

- a. Desenvolvimento de branding: O objetivo é vender a categoria resumidamente. Vender a ideia de consumir o produto gaúcho, de valorizar e exaltar o que é do estado, desestimulando, ao mesmo tempo, o consumo dos produtos concorrentes importados de baixa qualidade, os ilegais e falsificados, que chegam em grande volume ao mercado brasileiro. Nesse contexto indireto, ao abordar as regiões produtoras e seus produtos, referir-se aos produtos e regiões produtoras de todo o país.
- b. Desenvolvimento de peças criativas para atender a todas as demandas das campanhas e outras necessidades pontuais que venham a surgir até o final do período do contrato. Volume ilimitado de peças e ações
- c. Planejamento de estratégia de branded content que seja um complemento de sinais e peças às campanhas para dar desdobramentos, volume e frequência com explicações, tangibilidade e autenticidade. São exemplos de ações de conteúdo: podcast, web séries, fotos, gifs e vídeos curtos para as redes próprias etc.
- d. Planejamento de marketing de influência: pesquisa, seleção, indicação e contratação de influenciadores digitais com a operacionalização tática das ações.
- e. Gestão e operação de redes sociais.
- f. Planejamento estratégico e execução tática de mídia digital: digital ads.



FUNDOVINOS
RIO GRANDE DO SUL



GOVERNO DO ESTADO
RIO GRANDE DO SUL

SECRETARIA DA AGRICULTURA,
PECUÁRIA, PRODUÇÃO
SUSTENTÁVEL E IRRIGAÇÃO

- g. Planejamento estratégico e execução tática de mídia off: TV, rádio, revista e painéis.
- h. Condução e coordenação de produção gráfica, eletrônica e digital. Indicação e contratação de fornecedores, direção e acompanhamento.
- i. Coordenação geral de relatórios de comprovação de execução e mensuração de resultados de tudo que for feito.
- j. Equipe de profissionais com atendimento sênior e assistente com caráter e perfil exclusivo durante a duração do contrato com a função de gerenciamento de projetos, acompanhamento dedicado e comprometimento com cada ação e resultado.

ANEXO II

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 50 pontos

Preço: peso 50 pontos

a. Habilitação técnica

Para habilitação técnica serão avaliados 04 (quatro) quesitos. São eles: **Raciocínio Básico, Conceito Criativo, 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.

i. 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 da carne ovina, pensando em um novo público potencial consumidor. Quais as visões estratégicas? Como enxergam o potencial da carne ovina gaúcha? Como abordar a carne ovina para estimular seu consumo? Trazer alguns insights que possam desencadear ideias e ações.

Aqui, será avaliado o raciocínio estratégico de posicionamento e comunicação.

ii. Conceito Criativo (Peso 10 pontos):

1. Texto (5 pontos): apresentar uma proposta de “manifesto”. Um texto base que traduzirá o propósito e o posicionamento do produto e que será um guia conceitual para todas as demais ações de comunicação no ano, com layout que ajude a ilustrar a narrativa.

2. Visual (5 pontos): apresentar um mood visual. Uma ideia de identidade gráfica e de design para os seguintes pontos de contato:

a. KV conceitual da primeira campanha: uma ou duas lâminas.

b. Layout de Feed de Instagram;

c. Nesse quesito criativo, serão avaliados:

d. a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

e. a objetividade da forma sob a qual se apresenta;

- f. sua pertinência às atividades do Fundovinos e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- g. a compatibilidade da linguagem utilizada aos públicos propostos.

iii. Conteúdo (Peso 10 pontos): Apresentar estratégia de criação de conteúdo, de no máximo 02 (duas) páginas, junto de 02 (dois) textos, de no máximo 01 (uma) página que tratem de temas de interesse do consumidor de carne/carne ovina, os quais sejam autênticos, informativos e relevantes, de forma impressa.

Nesse quesito, serão avaliados os seguintes pontos:

- a. Estratégia de criação de conteúdo;
- b. Relevância e pertinência com o briefing proposto;
- c. Exemplo e referências (ou layouts) de posts para redes sociais
- d. Coerência com o posicionamento da licitante;
- e. Linha editorial adotada;
- f. Qualidade de redação;
- g. Domínio do assunto;

1.1.4 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 lâmina ou vídeo;
- 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.
- Relação de dois projetos / campanhas semelhantes já realizados, incluindo nome do projeto, CNPJ do promotor, e breve descrição da ação. Uma delas, de comunicação 360 e com ênfase para marketing de conteúdo e digital/marketing de influência.
- Descrição das instalações de infraestrutura e os departamentos

b. Preço (Peso 50 pontos)

A proposta de remuneração deverá ser em formato de percentual de desconto de honorários de mídia e de produção, baseados na Tabela referencial de preços do

Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul, sendo que o máximo para mídia é 20% e para produção, 15%.

c. Formato de mensuração e classificação final:

- Proposta de percentual de honorários para mídia.....XX% *
- Proposta de percentual de honorários para produção.....XX%*
- * Não podendo ser zerado.

Soma dos percentuais propostos de mídia e produção	Pontuação adquirida
Até 35%	20 pontos
Até 32%	22 pontos
Até 30%	24 pontos
Até 28%	26 pontos
Até 26%	28 pontos
Até 24%	30 pontos
Até 22%	34 pontos
Até 20%	37 pontos
Até 18%	40 pontos
Até 15%	43 pontos
Até 12%	47 pontos
Até 10%	50 pontos

A pontuação da parte técnica e financeira serão somadas e a maior pontuação será a empresa vencedora. Agências com menos de 50 pontos serão desclassificadas automaticamente.