

TERMO DE REFERÊNCIA

A União Brasileira de Vitivinicultura - UVIBRA, com sede na Alameda Fenavinho, no 481 – Edificação 29, município de Bento Gonçalves, RS, CEP 95703-364, inscrito no CNPJ 092.884.600/0001-88, solicita orçamento para:

1. OBJETO

Contratação de empresa para prestação de serviços em criação, desenvolvimento e gestão de plataforma digital, criação e produção, com o objetivo de disseminar em canal próprio informações oficiais sobre a produção de vinhos no Brasil, para o trade, consumidor final e demais públicos, para o período que compreende o site, chatbot e aplicativo móvel, de acordo com o Anexo I.

2. VIGÊNCIA

O prazo de vigência do Contrato iniciará na data de sua assinatura, com término no dia 26 de novembro de 2021, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo.

3. PROPOSTA TÉCNICA E FINANCEIRA

A proposta técnica e a financeira deverá ser apresentada conforme o 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.

A proposta técnica terá um peso total de 50% e a financeira peso total de 50%.

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

O julgamento das propostas se dará da seguinte forma:

$$M = P \times p1 + T \times p2$$

$$p1 + p2$$

Sendo:

M = Média ponderada

P = preço

T = nota técnica

p1 = peso de preço

p2 = peso de T

4. FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento será efetuado após a realização dos serviços prestados, de acordo com o cronograma abaixo e alinhado com o cronograma de execução constante no item 3 do Anexo I, bem como entrega de relatório das atividades e da nota fiscal hábil:

a)	Em até 15 dias corridos, condicionando à entrega e comprovação da Fase 1 do projeto.
b)	Em até 15 dias após a conclusão e devida comprovação da Fase 2.
c)	Em até 15 dias após a conclusão e comprovação da Fase 3.

Os pagamentos da hospedagem, gestão e armazenamento de dados, manutenção serão fixos em parcelas mensais a iniciar após a entrega da Fase 1.

5. DISPOSIÇÕES GERAIS

- Os eventuais empregados e/ou prepostos da empresa contratada não terão qualquer vínculo empregatício com a Uvibra, 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, etc de propriedade da UVIBRA, aos quais tiver acesso em decorrência da prestação de serviços.
- Todos os direitos autorais e patrimoniais, do aplicativo e do site, bem como o Código Fonte serão de propriedade da Uvibra-Consevitis.
- A elaboração da proposta é de inteira responsabilidade da empresa.
- A empresa vencedora, deverá, no prazo de 2 (dois) dias úteis, após o e-mail de confirmação, enviar a documentação abaixo:

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

- 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) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Federal;
- e) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual;
- f) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal;
- g) Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Municipal (CND);
- h) Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Estadual (CND);
- i) Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Federal - Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais + Certidão Dívida Ativa da União + INSS (CND CONJUNTA);
- j) Certidão atualizada de regularidade relativa ao FGTS, expedida pela Caixa Econômica Federal;
- k) 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; (fornecida pela UVIBRA)
- l) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
- m) Declaração de não parentesco; (fornecida pela UVIBRA)

As propostas financeira e técnica deverão ser enviadas até as 15:00 horas do dia 22 de abril de 2021.

Demais informações poderão ser obtidas através do e-mail: admin.consevitis@uvibra.com.br

Bento Gonçalves/RS, 08 de abril de 2021.

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

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

ANEXO I -TERMO DE REFERÊNCIA

CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA PLATAFORMA OFICIAL DO VINHO BRASILEIRO, GESTÃO DE DADOS, CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

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 a bebida nacional, identificou-se a necessidade da criação de uma plataforma digital oficial do setor vitivinícola brasileiro que se conecte e sirva de canal de contato e com os diversos públicos que se relacionam com o setor: consumidor final, trade, imprensa, formadores de opinião, profissionais do setor, entidades, cooperativas e sindicatos de trabalhadores do setor.

A plataforma deve ser composta por um site que comporte todo o conteúdo informativo, relevante e de entretenimento, um canal completo com apresentação das regiões produtoras, uvas, estilos de produção, vinícolas, parceiros, detalhamento e valorização de toda a cadeia produtiva, história, dados e informações técnicas da área comercial e área produtiva, informações e destaques de enoturismo, serviços para vinícolas como cadastros e trâmites de mercado além de espaço para atualizações constantes, notícias, campanhas e agenda do setor. O objetivo é tornar este o canal oficial do vinho brasileiro.

Além de todo esse serviço, o site vai comportar todo o conteúdo promocional que for desenvolvido, como fotos e vídeos de campanhas publicitárias e de conteúdo digital de outros parceiros comerciais e servir para coleta e armazenamento de dados.

A intenção macro é o setor ter um canal oficial como os grandes países produtores contam e avançar em múltiplas oportunidades de relacionamento com os públicos e na promoção do setor, seus serviços e produtos.

Com relação ao consumidor final, temos a intenção de atingir e dialogar com o novo consumidor de vinho: o jovem interessado ou iniciante no mundo do vinho, entre 25 e 35 anos, que esteja aberto a novas experiências, que não tenha preconceitos com relação à bebidas e estilos, que enxergue o vinho como uma alternativa interessante à cerveja e à destilados. Queremos que o vinho faça parte, de uma forma equilibrada e saudável, do dia a dia das pessoas e da rotina de cada um, como já é realidade em países como Argentina, Portugal, Espanha, Itália e França. 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 da bebida e democratizando o momento de consumo, que não precisa mais ser apenas em ocasiões especiais, mas fazendo parte do dia a dia.

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

1. OBJETO

Contratação de empresa para prestação de serviços em criação, desenvolvimento e gestão de plataforma digital, criação e produção, com o objetivo de disseminar em canal próprio informações oficiais sobre a produção de vinhos no Brasil, para o trade, consumidor final e demais públicos, para o período que compreende o site, chatbot e aplicativo móvel, e que atenda aos seguintes objetivos:

- a) Ser o canal oficial de informações e divulgação do vinho brasileiro;
- b) Aumentar a visibilidade de todas as ações de promoção realizadas pela Uvibra-Consevitis;
- c) Gerar informações em tempo real para o mercado do vinho;
- d) Incorporar conteúdo completo sobre produção, números do setor, dados de aspecto comercial e produtivo, apresentação da cadeia produtiva, vinícolas, regiões, curiosidades, personagens, história e perspectivas do vinho brasileiro. Conteúdo agradável e de linguagem acessível e convidativa.
- e) Captar e gerenciar dados de interessados que acessem a plataforma;
- f) Proporcionar a propriedade da audiência e comunicação segmentada com o consumidor de vinhos;
- g) Deixar um ativo relevante como legado para o mercado.

São objetivos específicos desta plataforma:

- a) Criar um site do vinho brasileiro, incluindo desenvolvimento, hospedagem e manutenção do mesmo;
- b) Criar um aplicativo com conteúdo complementar e interessante ao ponto de ser baixado por interessados no tema vinho brasileiro;
- c) Aumentar o engajamento e a disseminação de conteúdos sobre o vinho brasileiro e captar dados de usuários para ativação direta;
- d) Apresentar as regiões do vinho, vinícolas, e as regiões enoturísticas, com conteúdos informativos e educativos;
- e) Criar seções do website para comportar conteúdos em inglês, espanhol e mandarim para ativação promocional no exterior;
- f) Desenvolver um ambiente de CRM para gerir os dados captados e fazer comunicação direta por canais digitais com o lead captado;
- g) Com o CRM desenvolvido e conectado a base de leads, criar regras de relacionamento automatizadas e mapear a performance das campanhas diretas.

2. ESPECIFICIDADES DA PLATAFORMA

2.1 Conteúdo

Deverão contemplar minimamente:

- a) Produção de conteúdo institucional sobre a uva e vinho brasileiro, com duas diferentes divisões e segmentações;
- b) Criação e produção de conteúdo educativo que seja visualmente atrativo e que gere interesse em novos consumidores do vinho brasileiro;

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

- c) Criação, desenvolvimento e produção de conteúdo de apoio a campanha institucional que sejam replicados no ambiente digital, com um vídeo tutorial de apresentação da plataforma, uma webserie de 5 episódios explorando o tema enoturismo, uma serie de 5 vídeos de dicas e curiosidades educativas práticas do mundo do vinho;
 - d) Espaço exclusivo para acesso aos relatórios de mercado do vinho brasileiro, com captura de informações dos interessados no conteúdo (informações fornecidas pelo licitante);
- 2.2 Pilares para construção do canal digital oficial do vinho brasileiro
Deverão ser considerados, minimamente, os seguintes itens:
- a) Conteúdo atraente, informativo e de fácil acesso: conteúdo multimídia (texto, vídeo, fotos e interatividades), curadoria segmentada por temas do vinho, e criação de ambiente BackOffice (CMS) que contemple os requisitos mínimos de SEO;
 - b) Captura e gestão de dados: captação de leads, criação e automação de réguas de relacionamento com a base, além de relatórios analíticos do comportamento da base de dados;
 - c) Visibilidade para parceiros: ambiente de apresentação dos associados e parceiros, além de potencializar sua visibilidade digital da marca.
- 2.3 Website responsivo
- d) Ambiente multilínguas para conteúdo de apresentação;
 - e) Acessibilidade;
 - f) Páginas de conteúdo com foco em SEO;
 - g) Busca textual, por tags e categorias;
 - h) Oferta de conteúdo geolocalizado (estrutura de conteúdo conforme língua / região);
 - i) Páginas de apresentação do vinho no Brasil;
 - j) Páginas de associados e parceiros;
 - k) Páginas para apresentação dos conteúdos educativos;
 - l) Páginas para conteúdo de embaixadores da marca;
 - m) Páginas para relatórios e dados de mercado do vinho;
 - n) Páginas de notícias e eventos do setor;
 - o) Captura de leads dentro de todas as páginas de navegação anônima, respeitando as regras de LGPD;
 - p) Ambiente de navegação identificada em relatórios e dados de mercado do vinho, respeitando as regras de LGPD;
 - q) Ambiente de navegação identificada para identificação do perfil do usuário, com conteúdos interativos e personalizados;
 - r) Conexão de toda plataforma com ferramentas de mercado de análise de acessos e uso
- 2.4 Backoffice de conteúdo (CMS – Content Management System)
- a) Ambiente de cadastro multilínguas;
 - b) Criação de acesso de usuários e seus níveis de acesso;
 - c) Criação de nivelamento de usuários, possibilitando moderação na criação de conteúdo;
 - d) Busca de conteúdos por texto, por tags e categorias;

- e) Ambiente de cadastro de notícias, vídeos, e demais páginas de conteúdo elencadas no item 2.3;
- f) Criação e gestão de homepage, com ordenamento de conteúdos;
- g) Migração de conteúdos legado do contratante.

2.5 Ferramenta de relacionamento com usuários e leads (CRM – Customer Relationship Management)

- a) Migração de bancos de dados legado do cliente;
- b) Conexão entre banco de dados legado e estrutura da plataforma;
- c) Listagem de usuários e leads, com conexão direta com o site e aplicativo;
- d) Identificação de perfil dos usuários (caso a informação tenha sido captada) e comportamento de uso na plataforma (eventos e cliques realizados);
- e) Ambiente para construção de réguas automatizadas de relacionamento;
- f) Estrutura de mensageria podendo enviar SMS, Email e Pushs segmentados e personalizados;
- g) Ambiente exclusivo para gestão de dados de parceiros e associados, separado do ambiente B2C;
- h) Ambiente de relatórios de uso e acesso da base de usuários e leads (abertura de mensagens, principais eventos realizados no site e etc.)

2.6 Aplicativo iOS / Android

- a) Ambiente exclusivo do aplicativo com conteúdos interativos, como trívias, quizzes e outras ferramentas de engajamento dos usuários;
- b) Consumo de conteúdos com possibilidade off-line, quando salvos no perfil do usuário identificado;
- c) Download de relatórios;
- d) Identificação de geolocalização do usuário (permissão do usuário);
- e) Push e In-app notification com recebimento de mensagens personalizadas (permissão do usuário);
- f) Ambiente de redirecionamento para o site, com consumo de notícias e conteúdos;
- g) Ambiente do usuário com informações de perfil, acessos e downloads;
- h) Ambiente de favoritos e salvamento de conteúdos;

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

3. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO:

A empresa contratada deverá cumprir com a prestação de serviços e prazos conforme Cronograma de execução abaixo:

Fase	Descrição	Prazo de Entrega
Fase 1	Primeiro pacote das seguintes entregas e implementações: <ul style="list-style-type: none"> - Website responsivo - Backoffice de conteúdo - Hospedagem e manutenção completa - Criação, produção e gestão de conteúdo base do site e estrutura de conteúdo para o aplicativo 	Em até 45 dias da data da assinatura do Contrato
Fase 2	Segundo pacote das seguintes entregas e implementações: <ul style="list-style-type: none"> - Implementação e lançamento do app - Integração completa e ativação da plataforma CRM 	Em até 30 dias após a conclusão da Fase 1
Fase 3	Terceiro pacote das seguintes entregas e implementações: <ul style="list-style-type: none"> - Entrega de conteúdos interativos - Entrega das duas webseries 	Em até 60 dias após a conclusão da Fase 1

Os pagamentos da hospedagem, gestão e armazenamento de dados, hospedagem e manutenção serão fixos em parcelas mensais.

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

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

3.1 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.

3.1.1 Raciocínio Básico (Peso 5 pontos): constituído de texto, de no máximo 2 (duas) páginas que deverá expressar seu entendimento acerca do desafio proposto pelo Consevitis-Uvibra, no que se refere a criação da plataforma e sua relação e relevância para com os públicos-alvo do projeto.

3.1.2 Conceito Criativo (Peso 10 pontos): texto síntese da proposta conceitual do canal digital, de no máximo 1 (uma) página. Além da síntese, solicitamos a apresentação de leiautes em frames da face de 4 (quatro) páginas do website, 2 (duas) do backoffice de conteúdo, 2 (duas) do aplicativo e 2 (duas) da ferramenta de relacionamento com usuários e leads.

Nesse quesito, serão avaliados os seguintes pontos:

3.1.2.1 Visual (5 pontos):

- a) sua adequação à estratégia de comunicação sugerida pela licitante;
- b) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de públicos-alvo;
- c) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- 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 da Uvibra-Consevitis e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- g) a compatibilidade da linguagem utilizada na plataforma aos públicos propostos.

3.1.2.2 Interface (5 pontos):

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

- a) Design da experiência do usuário na plataforma, incluindo minimamente questões Utilidade, Acessibilidade e Organicidade (10 pontos).

3.1.3 Conteúdo (Peso 20 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 final de vinhos brasileiros, os quais sejam autênticos, informativos e relevantes, além de conteúdo multimídia, enviado por link no mesmo email do envio das propostas.

Nesse quesito, serão avaliados os seguintes pontos:

- a) Estratégia de criação de conteúdo;
- b) Relevância e pertinência com o briefing proposto;
- c) Conteúdo multimídia;
- d) Coerência com o posicionamento da licitante;
- e) Linha editorial adotada;
- f) Qualidade de redação;
- g) Domínio do assunto;
- h) Resumo e apresentação de escopo das duas webseries.

3.1.4 Capacidade de atendimento (5 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:

- quantificação e qualificação dos profissionais, 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 licitante, devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação contendo, ao menos, um profissional com formação profissional nas áreas de enologia ou sommelieria;
- sistemática de atendimento, com clara indicação das atribuições a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, através de uma definição de modelo de atendimento.
- relação de dois projetos semelhantes já realizados, incluindo nome do projeto, CNPJ do promotor, e breve descrição da ação. As informações dos dois projetos não deverão exceder 1 (uma) página.
- descrição das instalações de infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato.

UVIBRA – UNIÃO BRASILEIRA DE VITIVINICULTURA

Alameda Fenavinho, 481 * Caixa Postal 101 * 95703-364 * Bento Gonçalves * RS * Brasil

Fone: 54 3451 1062 * Email: uvibra@uvibra.com.br * <http://www.uvibra.com.br>

3.2 Preço (Peso 50 pontos)

O valor deverá ser apresentado conforme o detalhamento abaixo. Quando houver valores unitários/mensais, deverão ser informados

<i>Item</i>	<i>Ação</i>	<i>Valor Unitário</i>	<i>Valor Total</i>
1.	Desenvolvimento e gestão de plataforma web e mobile	R\$	R\$
1.1	Desenvolvimento de website responsivo	R\$	R\$
1.2	Desenvolvimento de app mobile iOS e Android	R\$	R\$
1.3	Customização de BackOffice de conteúdo	R\$	R\$
1.4	Hospedagem e manutenção no período	R\$	R\$
2.	Plataforma de gestão de dados e relacionamento	R\$	R\$
2.1	Customização e integração da plataforma CRM	R\$	R\$
2.2	Gestão e armazenamento de dados (6 meses, sem limite de cadastros)	R\$	R\$
3.	Produção de conteúdo para as plataformas digitais	R\$	R\$
3.1	Produção e gestão de conteúdo base do site e aplicativo móvel	R\$	R\$
3.2	Produção de conteúdos interativos e das webseries para educação e enoturismo	R\$	R\$
	Valor total	R\$	R\$