

**Processo Licitatório 02/2017**

**Carta-Convite nº 02/2017**

**Licitação, modalidade CARTA-CONVITE**, que visa a contratação de empresa especializada em consultoria em gestão empresarial ou consultoria de marcas (*branding*), para revisão do posicionamento das marcas Wines of Brasil, Vinhos do Brasil/Brasil Espumantes e 100% Suco de Uva do Brasil

1

Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN por intermédio de seu Presidente Sr. **DIRCEU SCOTTÁ** e de sua Gestora da Unidade Administrativo-Financeira Sra. **GABRIELA POLETTO**, contando com recursos do Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura – FUNDOVITIS ou outras fontes, por meio de Convênio firmado com o IBRAVIN, torna público pela presente CARTA-CONVITE, do tipo **técnica e preço**, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e legislação pertinente, que está aberto o processo licitatório especificado nesta e serão recebidos os envelopes contendo a documentação e a proposta no seguinte endereço: Alameda Fenavinho, n. 481, Ed. n. 29, Bairro Fenavinho, Bento Gonçalves-RS, CEP 95703-364, **no dia 27 de janeiro de 2017, as 10 horas**, quando será dado início à abertura dos envelopes da documentação pertinente ao seguinte:

---

**1. OBJETO**

- 1.1. A presente licitação tem por objeto a contratação de empresa especializada em consultoria em gestão empresarial ou consultoria de marcas (*branding*), para revisão do posicionamento das marcas Wines of Brasil, Vinhos do Brasil e 100% Suco de Uva do Brasil junto ao IBRAVIN de acordo com Anexo I – Termo de Referência.
- 1.2. A EMPRESA LICITANTE que vier a ser CONTRATADA atuará de acordo com as solicitações e orientações do IBRAVIN, não lhe sendo assegurada a exclusividade da prestação do serviço supramencionada.

---

**2. PREÇO E PRAZO**

- 2.1 O valor a ser contratado deverá ser apresentado mediante **menor valor por hora de serviço prestado** para execução do objeto de acordo com Anexo I – Termo de Referência.
- 2.2 O prazo de vigência do contrato será de **01 (um) ano**, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado dentro da limitação legal.
- 2.3 Em caso do não cumprimento do cronograma pela LICITANTE VENCEDORA, esta se submete às penalidades previstas neste edital e no contrato que vier a ser firmado, de acordo com o disposto na Lei 8.666/1993.

---

**3. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO**

- 3.2 Poderá participar desta licitação pessoa jurídica constituída legalmente, desde que:
  - a) Concorra isoladamente, sendo vedada a participação na forma de consórcio;
  - b) Satisfaça a definição pessoa jurídica especializada com as atividades constantes ao objeto do presente edital;
  - c) Atenda às condições deste EDITAL e apresente os documentos nele exigidos nas datas determinadas e na forma requerida;

- d) Não tenha sido considerada inidônea por órgãos ou entidades integrantes da Administração Pública Federal, Estadual ou Municipal, direta ou indireta;
- e) Não esteja cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou impedida de contratar com o IBRAVIN;
- f) Não tenha falência decretada ou esteja em recuperação judicial ou extrajudicial, ou ainda em processo de liquidação ou dissolução;
- g) Não tenha funcionário ou conselheiro do IBRAVIN em seu quadro funcional ou diretivo.

3.3 Nenhuma EMPRESA LICITANTE poderá participar da Licitação com mais de uma proposta.

3.4 A participação na presente Licitação implica na aceitação plena e irrevogável das condições constantes deste edital e de seus anexos.

3.5 Após o encerramento do prazo para entrega dos envelopes, nenhum outro documento será recebido, nem serão permitidos adendos ou acréscimos à documentação e propostas, salvo critério da CPL (Comissão Permanente de Licitações), para instruir eventuais impugnações interpostas.

---

#### 4. APRESENTAÇÃO DE DOCUMENTOS E PROPOSTAS

---

4.1 Os interessados em participar da presente Licitação deverão apresentar três envelopes distintos, fechados, indevassáveis e rubricados no fecho, os quais deverão estar identificados externamente com as seguintes informações:

**Ao IBRAVIN**  
**At. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES**  
**Processo Licitatório 02/2017 – CARTA-CONVITE 02/2017**  
**Data: 27 de janeiro de 2017**  
**Horário: 10 horas**  
**Envelope n° 1: documentos de "habilitação"**  
**Identificação da proponente:**

**Ao IBRAVIN**  
**At. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES**  
**Processo Licitatório 02/2017 – CARTA-CONVITE 02/2017**  
**Data: 27 de janeiro de 2017**  
**Horário: 10 horas**  
**Envelope n° 2: documentos de "proposta técnica"**  
**Identificação da proponente:**

**Ao IBRAVIN**  
**At. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES**  
**Processo Licitatório 02/2017 – CARTA-CONVITE 02/2017**  
**Data: 27 de janeiro de 2017**  
**Horário: 10 horas**  
**Envelope n° 3: documentos de "proposta financeira"**  
**Identificação da proponente:**

4.2 Os documentos de habilitação deverão ser apresentados no dia indicado para abertura do processo ou enviados pelo correio:

4.3 **DE FORMA ORDENADA E ENCADERNADA (aspiral/pasta, canaleta/grampo ou trilho):**

- a) Com todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal ou autorizado da LICITANTE;
  - b) Em original ou em cópia autenticada por cartório competente, ou em cópia não autenticada acompanhada do original para conferência pela CPL (Comissão Permanente de Licitações) no ato da abertura dos invólucros contendo os Documentos de Habilitação;
  - c) A PROPOSTA FINANCEIRA deverá ser apresentada em papel timbrado da LICITANTE, numerada sequencialmente, redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas, ou rasuras, datada e assinada.
- 4.4 Para participar do trâmite licitatório o Representante de cada LICITANTE deverá apresentar à CPL no ato da entrega dos envelopes com os Documentos de Habilitação e Proposta Financeira, o documento que o credencia a participar da licitação, juntamente com seu documento de identidade de fé pública:
- a) Se procurador, procuração pública ou particular, com poderes para representar a LICITANTE nesta Licitação, podendo decidir sobre a questão de recursos;
  - b) Se representante legal, contrato social, estatuto ou ata de eleição do dirigente da LICITANTE;
  - c) Caso o representante da LICITANTE não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, que contenha outorgados os poderes condizentes com a atuação deste na presente licitação.

---

## 5. HABILITAÇÃO – envelope nº 01

---

O envelope de nº 1, da Habilitação, deverá conter os documentos comprobatórios da sua capacidade jurídica, idoneidade financeira, regularidade fiscal e previdenciária, e capacidade técnica, documentos estes que deverão ser apresentados ordenadamente numerados e precedidos por uma relação dos mesmos, mediante sumário, na sua versão original (ou através de cópias autenticadas) rubricados por representante legal da LICITANTE.

### 5.1 Habilitação Jurídica:

5.2.1 Para a habilitação jurídica a LICITANTE deverá apresentar cópia de:

- 5.2.1.1 Ato constitutivo e última alteração consolidada, devidamente registrados na Junta Comercial, em se tratando de sociedade comercial, exigindo-se, no caso de sociedade por ações a ata arquivada da assembleia da última eleição da diretoria.
- 5.2.1.2 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade civil, fundação ou cooperativa, acompanhado de prova da diretoria em exercício;
- 5.2.1.3 Documento de eleição ou de nomeação dos administradores, no caso de sociedades por ações e naqueles em que haja essa previsão nos atos constitutivos;
- 5.2.1.4 Cédula de Identidade e CPF dos responsáveis legais da LICITANTE.
- 5.2.1.5 Os documentos atinentes à constituição da LICITANTE, mencionados acima, deverão estar acompanhados de todas as suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverão constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Licitação;
- 5.2.1.6 Todas as cópias deverão estar devidamente autenticadas.

### 5.3 Qualificação Econômico-Financeira

### 5.3.1 Para a habilitação econômico-financeira a LICITANTE deverá apresentar:

- a) Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica e de suas filiais, se houver, em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação da proposta; ou
- b) No caso de pessoa jurídica não registrada na Junta Comercial deverá ser apresentada Certidão Negativa de Execução Patrimonial da sede ou domicílio da LICITANTE, também em data não superior a 60 (sessenta) dias da data da apresentação da proposta.
- c) Se a LICITANTE tiver filial, todos os documentos de habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente são emitidos em nome da matriz.

## 5.4 Regularidade Fiscal

### 5.4.1 Para a regularidade fiscal a LICITANTE deverá apresentar:

- a) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Federal**, conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou a sede do LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação; por meio da inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (**CNPJ**) ou no Cadastro Geral de Contribuintes (**CGC**);
- b) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Estadual**, conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou a sede do LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- c) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes Municipal**, conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou a sede do LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- d) Prova de localização e funcionamento (**Alvará de Localização e Funcionamento**) conforme exigível pela natureza da atividade, ou Distrito Federal, relativo ao domicílio ou a sede do LICITANTE, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- e) Prova de regularidade de situação para com a **Fazenda Federal** vigente, ou outra equivalente, na forma da lei, preferencialmente por meio de **certidão negativa de débitos**:
  - a. Na prova de regularidade para com a Fazenda Federal são exigidas a Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais administrados pela Secretaria da Receita Federal e a Certidão quanto à Dívida Ativa da União.
- f) Prova de regularidade de situação para com a **Fazenda Estadual** do domicílio ou sede da LICITANTE vigente, ou outra equivalente, na forma da lei, preferencialmente por meio de **certidão negativa de débitos**;
- g) Prova de regularidade de situação para com a **Fazenda Municipal** do domicílio ou sede da LICITANTE vigente, ou outra equivalente, na forma da lei, preferencialmente por meio de **certidão negativa de débitos**;
- h) Certidão de inexistência de débitos para o Sistema de Seguridade Social (**CND-INSS**), com data não superior a sessenta dias contados de sua expedição, se outro prazo não estiver assinalado na lei ou no próprio documento;
- i) Para pessoa jurídica, certidão atualizada de regularidade relativa à Seguridade Social e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (**FGTS**), expedida pela Caixa Econômica Federal (Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, art.27, "a"), com data válida, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei;

- j) Os documentos relacionados nos subitens mencionados deverão estar em vigor na data de abertura deste Edital.
- k) Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.
- l) Não serão aceitos documentos que não possuam data de expedição.

## 5.6. Regularidade Trabalhista

Para a regularidade trabalhista a LICITANTE deverá apresentar:

- I. Declaração, para os fins do disposto no inciso V do Art. 27 da Lei nº 8.666, de 21.06.1993, acrescido pela Lei nº 9.854 de 27.10.1999, de que a LICITANTE 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.
- II. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – **CNDT**, para fins do disposto no artigo 29, V, da Lei 8.666, de 21.06.1993, acrescido da Lei nº 12.440/2011, prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de Certidão Negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1o de maio de 1943.

## 5.7. Disposições Gerais

- 5.7.1 Os documentos comprobatórios da regularidade fiscal e econômico-financeira deverão, na **data de abertura da licitação**, estar dentro do prazo de validade neles consignado, ou, na falta de tal prazo, serão admitidos como válidos pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão.
- 5.7.2 Os documentos de habilitação deverão estar todos em nome do estabelecimento matriz ou filial que se apresenta na licitação como sendo a LICITANTE, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, referirem-se sempre ao estabelecimento matriz; e, no caso de pessoa física, devem ser nominais a esta.

---

## 6. DA PROPOSTA TÉCNICA– envelope nº 02

---

O Envelope nº 2, contendo a Proposta Técnica, deverá apresentar uma proposta conforme especificado no item 1 – OBJETO desta carta-convite e no Termo de Referência constante no Anexo I, a proposta técnica deverá ser composta de:

### 6.1 Qualificação Técnica:

- 6.1.1. Para a prova da qualificação técnica, a LICITANTE deverá apresentar atestado fornecido por cliente – pessoa jurídica de direito público ou privado - atestando a aptidão da LICITANTE no desenvolvimento do posicionamento de marcas, tendo implementado projetos de relevância internacional, contendo os seguintes elementos:
  - I. nome, CPF ou CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado;
  - II. nome, CPF ou CNPJ da LICITANTE que prestou os serviços;
  - III. descrição dos serviços prestados;
  - IV. período de execução dos serviços;
  - V. pronunciamento quanto os serviços atribuindo nota de 0 (zero) a 5 (cinco), sendo 0 (zero) muito insatisfeito e 5 (cinco) muito satisfeito, em relação a qualidade e cumprimento e das obrigações assumidas;
  - VI. número de horas técnicas necessárias para a conclusão do projeto;
  - VII. local e data da emissão do atestado;
  - VIII. identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado.



- IX. O documento deve ser redigido em língua portuguesa ou deve estar acompanhado de tradução;
- 6.1.2. Para a prova da qualificação técnica, a LICITANTE deverá apresentar atestado fornecido por cliente – pessoa jurídica de direito público ou privado - atestando a aptidão da LICITANTE no desenvolvimento do posicionamento de marcas, tendo implementado projeto para entidade setorial de relevância nacional, contendo os seguintes elementos:
- I. nome, CPF ou CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado;
  - II. nome, CPF ou CNPJ da LICITANTE que prestou os serviços;
  - III. descrição dos serviços prestados;
  - IV. período de execução dos serviços;
  - V. pronunciamento quanto os serviços atribuindo nota de 0 (zero) a 5 (cinco) em relação a qualidade e cumprimento e das obrigações assumidas;
  - VI. número de horas técnicas necessárias para a conclusão do projeto;
  - VII. local e data da emissão do atestado;
  - VIII. identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado.
  - IX. O documento deve ser redigido em língua portuguesa ou deve estar acompanhado de tradução;
- 6.2 Declaração de designação dos profissionais do LICITANTE para o Projeto, na forma do **Anexo II** deste Edital, assegurando que os serviços de **Branding** para o IBRAVIN, serão efetivamente prestados pelo LICITANTE usando o seu quadro permanente de pessoal, ficando vedada a cessão, transferência ou subcontratação total. Os profissionais designados deverão participar dos serviços objeto desta licitação, durante o prazo de vigência do Contrato:
- I. Considerar-se como quadro permanente aqueles profissionais que possuam **vínculo empregatício** com o licitante, sendo a comprovação feita por meio da juntada de cópia autenticada da carteira de trabalho (CTPS), ou da Ficha de Registro de Empregado, no caso de empregados; ou de cópia autenticada do contrato social, no caso de sócio(s); em data anterior à publicação deste Edital.
  - II. Cópias dos diplomas/certificados para comprovação de formação acadêmica de todos os participantes da equipe de trabalho designada para o Projeto.
- 6.3 Demais documentos que permitam auferir a pontuação técnica de que trata o **Anexo III** deste Edital, tais como atestado(s) de realização de serviços, certificado(s), declaração(ões), contrato(s), certificação(ões), diploma(s), publicação(ões) etc.
- 6.4 Os documentos referentes aos subitens **6.1** e **6.2** são de **caráter obrigatório**, devendo, juntamente com os demais documentos constantes da proposta técnica serem apresentados em original ou cópia autenticada em Cartório ou publicação em órgão de Imprensa Oficial.
- 6.5 Não serão computados, para o mesmo item pontuável, mais de 1 (um) atestado emitido pela mesma pessoa jurídica relativos ao mesmo serviço, embora executado em épocas diferentes.
- O(s) atestado(s) e ou declaração(ões) deve(em):
- a) Ter sido emitido pela empresa contratante dos serviços;
  - b) Estar preferencialmente em papel timbrado do emitente; e

- c) Conter a identificação do emitente (nome e informações para contato) e do signatário (nome, cargo/função e informações para contato).

---

## 7. DA PROPOSTA FINANCEIRA envelope nº 03

---

O Envelope n. 3, contendo a Proposta Financeira, deverá apresentar uma proposta de **MENOR PREÇO POR HORA DE SERVIÇO PRESTADO**, conforme especificado no item 1 – OBJETO desta carta-convite e no Termo de Referência constante no Anexo I, expresso em moeda corrente nacional.

- 7.1 Neste valor devem estar inclusas as despesas de toda e qualquer espécie, sejam elas advindas da execução total do contrato, sejam elas de ordem tributária, trabalhista, previdenciária, de deslocamento, alimentação e hospedagem, bem como para contratação de pessoal, o que deve ficar EXPRESSO na proposta financeira.
- 7.2 A proposta financeira deverá ser apresentada, em papel timbrado ou carimbado com o CNPJ da LICITANTE, redigida de forma clara, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, sendo descritas e apresentadas, em envelope fechado, devidamente identificado, constituindo o **ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA FINANCEIRA PARA CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA REVISÃO DO POSICIONAMENTO DAS MARCAS**

Demais requisitos:

- a) Prazo de validade da proposta de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, contados da data limite prevista para entrega dos envelopes;
- b) Declaração de que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato serão de responsabilidade da LICITANTE que vier a ser CONTRATADA;
- c) Razão Social, o nº CNPJ, Inscrição Municipal, Inscrição Estadual e o endereço completo, bem como o nome do representante legal ou procurador que assina a proposta.
- 7.3 Neste valor deve estar contemplada pelo menos uma reunião por etapa a ser realizada na sede do IBRAVIN - Alameda Fenavinho, 481, Edificação nº 29, - CEP 95.703-364 – Bento Gonçalves – RS.
- 7.4 A elaboração da proposta é de inteira responsabilidade da LICITANTE, não lhe cabendo a desistência após ultrapassada a fase de habilitação.
- 7.5 Só será aceita uma proposta, não podendo a empresa ofertar opção, além do que não serão consideradas ofertas ou vantagens não previstas neste instrumento convocatório.
- 7.6 No caso de divergência entre valores expressos em algarismos e por extenso, prevalecerá o de **MENOR VALOR**.
- 7.7 Em nenhuma hipótese poderá ser alterado o conteúdo da Proposta apresentada.
- 7.8 Não serão levadas em consideração para efeito de julgamento, propostas que contenham opções de desconto, sendo objeto de desclassificação aquelas que não atendam às especificações e exigências desta carta-convite;

---

## 8. JULGAMENTO

---

- 8.1 Na avaliação e julgamento das propostas considerar-se-á a análise global.
- 8.2 O resultado da avaliação das propostas técnicas e de preços, a ser considerado no julgamento final, será representado por um Índice Técnico (IT) e um Índice de Preço (IP), respectivamente, obtido de acordo com os procedimentos definidos no subitem 8.3 deste Edital.
- 8.3 No julgamento final, serão adotados os procedimentos a seguir:
- 8.3.1** Determinação do Índice Técnico (IT) de cada proposta de acordo com a Sistemática de Avaliação Técnica estabelecida no **Anexo III** deste Edital.

- i. Será desclassificado o licitante que obtiver pontuação inferior a 600 (seiscentos) pontos de um máximo de 1000 (mil) pontos.
  - ii. As licitantes serão classificadas por ordem decrescente da pontuação.
- 8.3.2 Determinação do **Índice Técnico (IT)**, mediante a divisão da Pontuação Técnica de cada proposta em exame pela de maior pontuação técnica;
  - 8.3.3 Determinação do **Índice de Preços (IP)**, mediante a divisão do menor preço proposto pelo preço de cada proposta em exame;
  - 8.3.4 Multiplicação do **Índice Técnico (IT)** de cada proposta pelo fator de ponderação, de valor igual a **7** (sete);
  - 8.3.5 Multiplicação do **Índice de Preços (IP)** de cada proposta pelo fator de ponderação, de valor igual a **3** (três);
  - 8.3.6 Obtenção do Valor da Avaliação (A)** de cada proposta pelo somatório dos valores obtidos nos subitens
- 8.4 Será considerado vencedor o licitante que obtiver o maior **Valor da Avaliação (A)**, desde que não se enquadre nas hipóteses previstas no **subitem 8.8**.
  - 8.5 **Ocorrendo empate** entre as avaliações (A) das propostas, será realizado **sorteio**, em ato público, para o qual todos os licitantes serão convocados, consoante disposto no parágrafo 2º do Art. 45 da Lei 8.666/93.
  - 8.6 Os erros de soma e ou multiplicação, eventualmente configurados nas propostas dos licitantes, serão corrigidas pela Comissão de Licitação, bem como as divergências porventura existentes entre o preço unitário e preço total informado, prevalecendo o primeiro.
  - 8.7 Havendo discrepância entre o preço expresso em algarismos e por extenso, será considerado aquele de menor valor.
  - 8.8 Não será considerada qualquer oferta de vantagem não prevista neste Edital, nem preço ou vantagem baseada nas ofertas dos demais licitantes.
  - 8.9 Constituirá, ainda, motivo para desclassificação de propostas:
  - 8.10 Cotação de preços excessivos ou manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada a sua viabilidade por meio de documentação que comprove sua coerência com os preços de mercado;
  - 8.11 Descumprimento de qualquer dos requisitos estabelecidos neste Edital e seus Anexos.
  - 8.12 No julgamento das propostas será observado o disposto nos artigos 43 e 44 da Lei nº 8.666/93 e alterações.
- 8.13 No caso de absoluta igualdade de condições entre duas ou mais propostas, a determinação da LICITANTE vencedora obedecerá aos critérios fixados pelo Estatuto das Licitações, e será realizado sorteio em ato público, com convocação prévia de todos os LICITANTES.

---

## 9. DIVULGAÇÃO

---

- 9.1 A critério da Comissão Permanente de Licitação todas as decisões referentes a esta Licitação serão divulgadas:
  - a) nas sessões de abertura de envelopes;
  - b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas LICITANTES;
  - c) no site do IBRAVIN: <http://www.ibravin.org.br>

---

## 10. RECURSOS E PRAZOS

---

- 10.1 Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolada em até 5 (cinco) dias úteis antes



da data fixada para abertura dos envelopes de habilitação, a qual deverá ser julgada e respondida em até três dias úteis antes da data da abertura dos envelopes de habilitação.

- 10.2 Das decisões relativas à licitação, poderão as LICITANTES interpor:
- 10.3 Recurso hierárquico, no prazo de cinco dias úteis, contados da intimação da última LICITANTE do ato ou da lavratura da Ata:
- da decisão da Comissão Permanente de Licitação relativa à Habilitação;
  - da decisão da Comissão Permanente de Licitação relativa ao julgamento das Propostas Financeiras;
  - da decisão, anulação ou revogação da licitação;
- 10.4 Representação, no prazo de cinco dias úteis, contados da intimação do ato, nos casos em que não caiba recurso hierárquico.
- 10.5 Os recursos referentes à habilitação e ao julgamento das propostas terão efeito suspensivo.
- 10.6 Do recurso interposto serão notificadas as demais LICITANTES, que poderão impugná-lo no prazo de cinco dias contados a partir de sua notificação.
- 10.7 Os recursos serão formalizados segundo as regras usuais de direito processual e deverão ser dirigidos à autoridade que praticar o ato. Tratando-se de ato da Comissão, o recurso deverá ser dirigido ao Presidente, e, em anexo, deverão ser deduzidas as razões recursais.
- 10.8 A autoridade administrativa, para a qual foi dirigido o recurso, deverá exercer o juízo acerca dos pressupostos recursais e do próprio ato impugnado. O não preenchimento dos pressupostos recursais ensejará sua rejeição que deverá ser motivada.
- 10.9 Admitido o recurso, a autoridade recorrida deverá determinar o seu processamento, bem como a audiência dos interessados, que poderão manifestar-se no prazo de cinco dias a contar da notificação. Após, poderá exercer o juízo de retratação, dentro do prazo de cinco dias, se entender procedentes os argumentos do recurso, fazendo a exposição dos fundamentos concretos que o conduziram ao entendimento adotado.
- 10.10 Admitido o recurso e não havendo retratação, este subirá ao conhecimento do Conselho Deliberativo do IBRAVIN, que deverá proferir decisão final e motivada no prazo de cinco dias, contados do recebimento do incidente, provido ou improvido o recurso.
- 10.11 Na contagem dos prazos referidos neste Edital, excluir-se-á o dia de início e incluir-se-á o dia de vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos referidos neste item, em dia de expediente do IBRAVIN.

---

## 11. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

---

- 11.1 Findo o processo licitatório, a LICITANTE vencedora e o IBRAVIN celebrarão Contrato de Prestação de Serviços, nos moldes da minuta de contrato constante em Anexo IV deste Edital.
- 11.2 A LICITANTE vencedora terá prazo de cinco dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o termo de contrato, podendo ser prorrogado por igual período, nos termos da Lei de Licitações.
- 11.3 Caso transcorra o prazo acima sem que o contrato tenha sido assinado, o IBRAVIN, a seu critério, convocará as LICITANTES remanescentes, na ordem de

classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições negociadas com a primeira classificada.

- 11.4 Até a assinatura do contrato, a LICITANTE vencedora poderá ser desclassificada se o IBRAVIN tiver conhecimento de fato desabonador real e comprovado no tocante à habilitação jurídica, regularidade fiscal, qualificação econômico-financeira e qualificação técnica conhecidos após o julgamento.
- 11.5 Se ocorrer a desclassificação da LICITANTE vencedora por fatos referidos no item anterior, o IBRAVIN poderá convocar as LICITANTES remanescentes por ordem de classificação ou revogar a Licitação, a seu critério.
- 11.6 A presente carta-convite objetiva a celebração de contrato para realização dos serviços licitados pelo período disposto no objeto desta.
- 11.7 O IBRAVIN poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei n. 8.666, de 21 de junho de 1993 e no contrato a ser firmado entre as partes.
- 11.8 A rescisão do contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do IBRAVIN, a retenção de créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em lei, até a completa indenização dos danos.
- 11.9 Será de responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.
- 11.10 A CONTRATADA também se obriga por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.
- 11.11 A CONTRATADA deverá prestar esclarecimentos ao IBRAVIN, sobre eventuais atos ou fatos noticiados que a envolva, independentemente de solicitação.
- 11.12 A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Licitação, que envolva o nome do IBRAVIN, se houver autorização formal deste.
- 11.13 A CONTRATADA fica expressamente proibida de divulgar o teor das análises realizadas, sob qualquer motivação, inclusive de forma estatística ou conjunta;
- 11.14 É vedado à CONTRATADA caucionar ou utilizar o contrato decorrente desta CARTA-CONVITE para qualquer instituição bancária ou financeira sem prévia e expressa autorização do IBRAVIN.
- 11.15 Constituirão parte integrante do contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela LICITANTE vencedora, que tenham servido de base para o julgamento desta Licitação.

---

## 12. FORMA DE PAGAMENTO

---

- 12.1 Os pagamentos serão efetuados até o décimo dia útil após a realização de cada etapa, mediante apresentação de Nota Fiscal, devidamente aprovada pelo IBRAVIN, no qual deverá constar o número de autorização de compra, origem do recurso, acompanhada de relatório com a descrição dos serviços e a quantidade de horas prestadas.

---

## 13. EXECUÇÃO DO CONTRATO

---

- 13.1 A LICITANTE CONTRATADA responsabilizar-se-á com pela integralidade Técnico e Ético - Profissional, relativamente aos serviços contratados, inclusive nas esferas Civil, Administrativa, Trabalhista, Criminal e Tributária.
- 13.2 A LICITANTE CONTRATADA deverá manter todas as condições exigidas para a HABILITAÇÃO, durante todo o período do contrato, sob pena de rescisão contratual.

---

## 14. DISPOSIÇÕES FINAIS

---

- 14.1 Não serão consideradas as propostas que deixarem de atender qualquer das disposições desta carta-convite.
- 14.2 Não serão admitidas, sob quaisquer motivos, modificações ou substituições na proposta ou, de qualquer documento inserto destas.
- 14.3 O convidado que obtiver êxito no pleito, que por qualquer motivo der causa ao inadimplemento da obrigação objeto deste convite, sujeitar-se-á às penalidades previstas na Lei das Licitações nº 8.666/93 e posteriores alterações.
- 14.4 O convidado, vencedor da licitação, que se recusar a executar os serviços ofertados ou que não cumprir o prazo estipulado, sofrerá as penalidades previstas no artigo 87, incisos II e III, da Lei nº 8.666/93, nas seguintes situações:
- a) Ao convidado LICITANTE deste certame, que se recusar injustificadamente a assinar o contrato, num prazo de até 10 (dez) dias, contados da convocação, será aplicada multa na razão de 2% (dois por cento) sobre o valor total da proposta, ficando as partes descompromissadas, e sendo imputada ao LICITANTE vencedor, ainda, a pena prevista no inciso III do artigo 87, da Lei das Licitações, pelo prazo de 24 (vinte e quatro meses).
- 14.5 Os eventuais empregados e prepostos da LICITANTE CONTRATADA não terão qualquer vínculo empregatício com o IBRAVIN, correndo por conta exclusiva da CONTRATADA todas as obrigações decorrentes das legislações trabalhista, previdenciária, fiscal, tributária, as quais a CONTRATADA se obriga a saldar na época devida.
- 14.6 Fica assegurado ao IBRAVIN o direito de cancelar a presente licitação, mediante justificativa, antes da assinatura do contrato, sem que, em decorrência dessa medida, tenham as LICITANTES direito à indenização, compensação ou reclamação de qualquer natureza.
- 14.7 Integram o presente Edital:
- I. Anexo I: Termo de Referência
  - II. Anexo II: Modelo para Designação dos Profissionais para o Projeto
  - III. Anexo III: Sistemática de Avaliação Técnica
  - IV. Anexo IV: Minuta do Contrato
- 14.8 Os LICITANTES respondem pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados nas diversas fases do processo licitatório.
- 14.9 A Comissão Permanente de Licitação dirimirá as dúvidas sobre este Edital, desde que arguidas pelos representantes legais dos interessados na Licitação, por escrito,



INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO

mediante requerimento, até 2 (dois) dias úteis antes do dia fixado para a abertura dos envelopes de habilitação, no IBRAVIN, no horário de funcionamento deste.

- 14.10 O foro de Bento Gonçalves será o competente para dirimir as questões oriundas deste convite e da relação jurídica dela decorrente.

Bento Gonçalves, 17 de janeiro de 2017.

12

Dirceu Scottá  
Presidente  
IBRAVIN

Gabriela Poletto  
Gestora da Unidade Administrativo-Financeira  
IBRAVIN

## ANEXO I

### Termo de Referência

#### Objeto:

Contratação de empresa especializada em consultoria em gestão empresarial ou consultoria de marcas (*branding*), para reavaliação do posicionamento das marcas dos Vinhos do Brasil, Wines of Brasil, Suco de Uva do Brasil.

A construção do trabalho se dará juntamente com REPRESENTANTES do setor vitivinícola brasileiro, executivos do IBRAVIN, representantes de empresas participantes dos projetos Wines of Brasil e 100% Suco de Uva do Brasil.

#### Objetivos:

Revisão do posicionamento das marcas Vinhos do Brasil, Wines of Brasil e 100% Suco de Uva do Brasil junto aos seus principais públicos, no âmbito nacional e internacional;

Estabelecer os papéis exercidos pelas marcas Vinhos do Brasil\Brasil Espumantes, Wines of Brasil e 100% Suco de Uva do Brasil juntamente com as vinícolas brasileiras;

Desenvolver diretrizes gerais de implementação das estratégias definidas para as marcas sobre seu posicionamento;

Definir as estratégias e ações de comunicação e marketing para o ano de 2017 e 2018 para as categorias: Vinhos; Espumantes; Suco de Uva 100%;

#### Fluxo do Projeto:

A metodologia a ser utilizada deve envolver, em todas as etapas, de forma participativa de representantes do setor vitivinícola, conforme segue:

#### **Etapa 1: Diagnóstico com o setor vitivinícola**

Análise e desenvolvimento de pesquisa exploratória através da coleta de informações do mercado de vinhos, sucos e espumantes, seguindo as seguintes premissas:

1. Entender a plataforma de branding das marcas: *Brand equity* e posicionamento das marcas (Vinhos do Brasil, Brasil Espumantes, Wines of Brasil e 100% Suco de Uva do Brasil);
2. Entender os objetivos de marketing específicos das marcas, abrangendo o mercado nacional e internacional; (Reflexão dos seguintes pontos inerentes aos segmentos de vinhos sucos e espumantes: Produtos, Distribuição, Mercados Alvos e Públicos Prioritários);
3. Avaliar o posicionamento das marcas realizado em 2008\2009 (Relatório no Anexo deste Edital);
4. Estudo dos concorrentes indiretos (Ex: cervejas especiais, Sucos mistos, néctar, água de coco, chá gelado etc...)
5. Estudo dos concorrentes diretos de vinhos, espumantes no mercado interno (Análise dos cinco maiores entrantes do mercado brasileiro (Chile, Argentina, Portugal, Itália, França e França)



6. Estudo dos concorrentes diretos de vinhos, espumantes e sucos de uva no mercado Externo (Levar em conta os mercados alvos do Projeto Wines of Brasil ( Estados Unidos, Reino Unido e China)

7. Entender em profundidade as atividades de promoção realizadas pelos Projetos Vinhos do Brasil, Wines of Brasil e 100% Sucos de Uva do Brasil);

Categoria vinhos, sinérgicos e substitutos.

Fontes:

<http://www.ibravin.org.br/Downloads>

<http://www.vinhosdobrasil.com.br/pt/>

<http://www.winesofbrasil.com/pt/>

<http://www.sucodeuvadobrasil.com.br/>

Horas estimadas:

- Análise Interna 30h;
- Análise de Mercado 40h;

Total de horas estimadas 70 horas

## **Etapa 2: Entrevistas com atores da cadeia e dirigentes do IBRAVIN**

Realizar entrevistas com empresários do setor vitivinícola para conhecer a realidade e principais dificuldades enfrentadas pelas empresas. Estas entrevistas devem ser realizadas com quatro empresários representando cada nível de maturidade mercadológica, listados abaixo:

Maturidade Mercadológica Regional;

Maturidade Mercadológica Nacional;

Maturidade Mercadológica Internacional;

Dirigentes do Ibravin;

Seminário com Grupo do Comitê de Mercado (Mercado Interno- Vinhos e Espumantes);

Seminário com Grupo do Projeto 100% Suco de Uva do Brasil;

Seminário com Grupo do Projeto Wines of Brasil (Mercado Externo);

As sugestões de contatos das empresas supra descritas serão enviadas pelo IBRAVIN.

Total de horas estimadas: 60 horas

Estima-se que para cumprir a etapa seja necessária uma vinda a Bento Gonçalves durante um período de cinco dias.

## **Etapa 3: Seminário de construção do posicionamento de marca Vinhos do Brasil / Wines of Brasil / 100% Suco de Uva do Brasil**

Realizar três seminários com participação de representantes do setor vitivinícola para desenvolver construção do posicionamento das marcas Vinhos do Brasil, Wines of Brasil e 100% Suco de uva do Brasil. Esta etapa será dividida nos mesmos grupos da etapa anterior (Maturidade Mercadológica Regional, Nacional, Internacional e Ibravin).

Número de participantes: 10 pessoas por grupo de trabalho (representantes de entidades e da indústria vinícola)

Horas estimadas:

Seminário de Apresentação das etapas I e II – 16 h (horas preparatórias e horas de condução do seminário);

Seminário de construção do posicionamento das marcas Vinhos do Brasil e Wines of Brasil 16 h (horas preparatórias e horas de condução do seminário);

Seminário de construção do posicionamento da marca 100% Suco de Uva do Brasil 8 h (horas preparatórias e horas de condução do seminário);

Total de horas estimadas: 40 horas

Estima-se que seja necessária uma vinda a Bento Gonçalves/RS pelo período de pelos menos três dias.

#### **Etapa 4: Relatório Final e Entrega do Planejamento Estratégico**

Duas apresentações, uma para o grupo de dirigentes do Ibravin e outra para o grupo de participantes das etapas anteriores, a proposta de posicionamento de marca construída pelo setor para discussão e validação. Caso validado em 15 dias deverá ser enviado para o Ibravin o relatório final em meio eletrônico.

Total de horas estimadas: 20 horas

Estima-se que seja necessária uma vinda a Bento Gonçalves pelo período de pelos menos dois dias.

Total de horas estimadas para o projeto: 190 horas

#### PRAZO PARA EXECUÇÃO

O cronograma estimado para execução dos serviços de desenvolvimento do posicionamento das marcas Vinhos do Brasil, Wines of Brasil e 100% Suco de uva do Brasil para o setor vitivinícola é:

|          | Mar/17 | Abr/17 | Abr/17 | Mai\17 |
|----------|--------|--------|--------|--------|
| Etapas 1 | X      |        |        |        |
| Etapas 2 |        | X      |        |        |
| Etapas 3 |        |        | X      |        |
| Etapas 4 |        |        |        | X      |

## Linha do tempo

Em 2008 o IBRAVIN, a partir da demanda de entender melhor o mercado de vinhos e espumantes no Brasil, desenvolveu um aprofundado estudo sobre o comportamento de consumo da bebida no Brasil.

Alguns aspectos apontados pelo estudo e que influenciaram na decisão do reposicionamento da marca Vinhos do Brasil são destacados a seguir.

O mercado sinaliza:

Vinhos ocupam pequena fração do mercado total de bebidas disponíveis no Brasil;

No caso de bebidas alcoólicas, o Brasil é um país cervejeiro;

Os produtos importados ganham importância, principalmente no segmento de vinhos finos;

O mundo está com oferta maior que a demanda.

O estudo de 2008 apontou:

Crescente interesse dos consumidores pelos vinhos e espumantes;

O processo de compra e consumo da categoria é muito complexo (compra, utilização, ritos, escolhas, etc), gerando “momentos de stress” para os interessados e provocando afastamento da categoria. Fica mais fácil escolher uma cerveja do que um vinho;

O vinho é visto como uma bebida tradicional;

O vinho vem sendo visto como uma bebida que se destaca pelo sabor “gostoso” e pela diversidade de ofertas;

Entre as bebidas alcólicas é a única que carrega traços de saudabilidade;

O consumidor brasileiro desconhece a realidade nas vinícolas, o porte da produção de vinhos brasileiros, a qualidade, a tecnologia e a diferenciação de produtos;

O preconceito do consumidor sobre o vinho brasileiro, especialmente em comparação com o vinho importado, que traz uma imagem de melhor qualidade, força de marca e, especialmente, de melhor relação custo–benefício;

Percepção: espumante nacional tem qualidade, enquanto o vinho fino está muito longe do importado;

A imagem do produtor brasileiro muito ligada à cultura artesanal: muitas vezes o produtor ainda era visto como o “colono com chapéu de palha na mão”, em parte devido a uma deficiência do setor de empreender comunicação voltada ao público médio e não apenas aos “connoisseurs”;

O setor depende muito mais dos canais de distribuição que vice-versa;

Canais com maior conhecimento sobre os produtos vendem mais, pois cliente tem certeza de levar o produto certo;

O preço é um atributo diferenciador na hora da compra.

O papel simbólico do consumo de bebidas alcoólicas:

Jovens adultos 26 a 40 anos – consomem bebidas alcoólicas por Poder. Para extravasar, desinibir ou por diversão. Buscam reconciliação com os sentidos;

Adultos acima de 40 anos – consomem bebidas alcoólicas por Auto-recompensa. Para saborear, aliviar o stress e por diversão. Buscam usufruir e valorizar os momentos especiais.

Frente a todos esses cenários e as informações de comportamentos de consumo, o IBRAVIN percebeu a oportunidade e a urgência de estruturar uma solução efetiva capaz de:

*Promover a imagem do vinho brasileiro para os públicos de interesse.*

Desse modo, a partir de 2008, o Ibravin passou a realizar, junto ao setor, um imenso trabalho de reposicionamento do vinho brasileiro tanto para mercado interno como para o mercado externo. Nasce o embrião do projeto “Vinhos do Brasil”, cujos objetivos e estratégias foram traçados após a análise das informações de mercado.

A marca “Vinhos do Brasil”, marca com a qual o IBRAVIN trabalhava a imagem do vinho brasileiro no mercado interno, apresentava, em 2008, um diagnóstico desfavorável — muito disso, evidentemente, ligado à imagem do vinho brasileiro junto aos consumidores que percebiam como “caros” e de “baixa qualidade”. Essa imagem precisava ser mudada, reposicionada junto aos consumidores brasileiros. A marca “Vinhos do Brasil” precisava passar outra imagem aos consumidores brasileiros.

Mas, como mudar a imagem do vinho brasileiro?

Fazendo o reposicionamento da categoria Vinhos do Brasil (vinhos e espumantes) junto ao mercado consumidor brasileiro.

Com os resultados do estudo do comportamento de consumo de vinhos e espumantes no Brasil foi possível identificar a forma como o produto é percebido e como a marca “Vinhos do Brasil” estava sendo vista. Assim, o IBRAVIN começa a definir o reposicionamento de toda a categoria.

Para que esse reposicionamento traga resultados imediatos é essencial trabalhar fortemente a imagem, atrelada aos produtos - vinhos finos e espumantes - , pois estes puxarão os demais e, conseqüentemente toda a categoria.

Para gerar uma imagem favorável à marca Vinhos do Brasil definiu-se os atributos aos quais ela quer ser relacionada:

- qualidade certificada e confiável;
- vinhos descomplicados;
- paladar adequado;
- diversidade em vinhos e espumantes;
- personalidade alegre, jovial, autêntica e atenada.

Para tanto, a proposta de posicionamento da marca precisou definir o público -alvo desejado, como sendo:

- pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências;
- pessoas ousadas, descomplicadas e elegantes;
- pessoas abertas a novas experiências;

Utilizando-se como escopo as categorias de vinhos e espumantes, a marca trabalharia os atributos de:

- padrão de qualidade confiável;
- presença nos canais de venda;
- geração de visibilidade e conhecimento.

Com isso, buscou-se ressaltar, como pontos de diferença entre as marcas, os aspectos de autenticidade e a alegria da “brasilidade”.

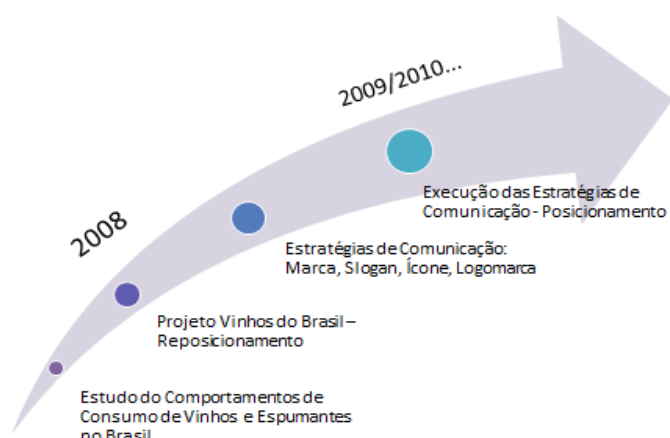
Finalmente, trabalhou-se com a seguinte proposta de posicionamento de marca:

“Para as pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências, VINHOS DO BRASIL são a opção de vinhos e espumantes caracterizados pela alegria e pela autenticidade dos brasileiros.”

Com base nesse posicionamento de marca, a comunicação deve criar ambientes que demonstrassem que a marca “Vinhos do Brasil” traduz toda a herança e a paixão dos imigrantes pelo vinho de modo simples, jovial, trazendo elementos do glamour como charme — mas não como falsa sofisticação —, e mostrando não pessoas esnobes, complicadas, mas pessoas descontraídas e alegres, como a marca deveria passar a ser percebida e como, de fato, o brasileiro é.

O reposicionamento da marca “Vinhos do Brasil” modifica a imagem que o consumidor tem em mente sobre o produto e passa a trabalhar uma imagem mais atrativa, positiva e de estímulo ao consumo.

Reposicionamento na linha do tempo.





Nesta Linha do Tempo podemos ver a execução das estratégias definidas pelo IBRAVIN e que continuam sendo implementadas para fortalecer a marca “Vinhos do Brasil” posicionando-a cada vez mais junto ao mercado consumidor e, gerando cada vez mais negócios para o setor.

## Ações desenvolvidas:

### Estratégia de Comunicação Vinhos do Brasil \ Wines of Brasil

Assim, trabalhando com um perfil de consumidor aberto a novas experiências, a estratégia de comunicação dirigiu ao consumidor descomplicado, ousado e alegre a ideia de que abrir um vinho brasileiro se traduzia em algo como “abrir a cabeça” para uma nova experiência. As marcas “Vinhos do Brasil” e “Wines of Brasil”, portanto, traziam na essência a ideia de gerar a experimentação do produto. Nos anos de 2010, 2011 e 2012 alteraram-se as imagens e o conceito foi alterado – “Abra-se para horas e horas de happy hour”, “ Abra-se para reuniões sem pauta” e “ Abra-se para lugares menos comuns”. Em 2013 e 2014 por questões de redução de verba foi definido trabalhar com ilustrações e o conceito foi alterado para “ Beba com descontração”, onde o principal mote era descomplicar o ritual do vinho e aproximar a categoria dos consumidores. No verão de 2015 e 2016 o foco das campanhas foram a categoria de espumantes, onde a estratégia os conceitos foram “Espumantes do Brasil- Este é o clima do Verão” e “Brasil Espumantes – Experimente o Melhor do Verão”. No ano de 2016, o e destaque foi o desenvolvimento de uma nova logomarca especifica para as borbulhas brasileiras, onde o ícone é a taça oficial do espumante brasileiro e a marca foi alterada para “Brasil Espumantes” .

Ícone: para a composição gráfica da logomarca, foi criado um ícone. Ele foi desenvolvido pelos irmãos Humberto e Fernando Campana, designers de arte, reconhecidos mundialmente pela simplicidade de seu trabalho ao costumar utilizar cores e materiais comuns, como madeira, plástico e outros. Os irmãos Campana criaram como ícone da marca o ‘saca-rolhas’, um objeto estilizado, pós-moderno, e ao mesmo tempo simples, mas com design associando ao conceito de simplicidade e alegria da marca.



Logomarca: com o propósito de se renovar as logomarcas “Vinhos do Brasil” e “Wines of Brasil”, se aplicou o ícone como elemento central da marca utilizando, de forma alegre e ao mesmo tempo “descolada”, as cores da bandeira do Brasil. Isso gerou uma nova marca moderna, atual.



Identidade visual 2009:



Identidade Visual 2010\2011\2012:



Identidade visual 2013\2014 Vinhos do Brasil e Wines of Brasil:



Identidade visual 2015\2016 Wines of Brasil:



Identidade visual Campanhas Espumantes:



Logomarca Brasil Espumantes:



VINHOS DO BRASIL

Diretrizes para Desenvolvimento de Conteúdo



## >> O PROJETO

O Projeto de reposicionamento da marca Vinhos do Brasil começou em 2008 e suas principais manifestações estão em fase de implementação e irão contemplar um plano de comunicação integrada entre:

- campanha de mídia massiva desenvolvida pela Agência Escala;
- atividades de marketing de experiência (cursos de degustação, ações promocionais, etc.);
- atividades nos pontos de venda/consumo desenvolvidas( Projeto Trade Marketing);
- Ações WEB ( Site Ibravin, Vinhos do Brasil, WFB e Suco);
- Assessoria de imprensa e Relações Públicas.

O IBRAVIN está se cercado de especialistas para alterar a percepção atual de baixa qualidade e até certa rejeição do produto brasileiro frente aos concorrentes importados e construção da imagem no mercado externo. Todas as manifestações devem estar integradas para reforçar a mensagem. Consistência e continuidade são bases para o desenvolvimento da marca.

A identidade visual da Campanha Vinhos do Brasil – WFB transmite o novo *positioning statement*, e todas as demais atividades devem refletir este conceito. Um pilar importante que deve ser considerado em adição à comunicação é o educacional, ou seja, explicar o *Reason Why*, o porquê dos consumidores escolherem tomar Vinhos do Brasil.

## >> ELEMENTOS DO POSICIONAMENTO DA MARCA

- A) PÚBLICO – ALVO (Com quem queremos nos relacionar?)  
Pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências
- B) ESCOPO DE CATEGORIA (O que somos e quem são nossos concorrentes?)



Vinhos Finos e Espumantes

- C) PONTOS DE PARIDADE (Quais as condições básicas para ser uma opção?)  
Padrão de Qualidade Confiável  
Presença nos Canais de Vendas  
Visibilidade e Conhecimento
- D) PONTOS DE DIFERENÇA (O que temos de diferente dos outros?)  
Autêntico  
Alegre

VINHOS DO BRASIL / WINES OF BRASIL - BRAND POSITIONING STATEMENT

*Para pessoas que procuram uma vida mais alegre e são atentas a novas experiências,  
VINHOS DO BRASIL são a opção de vinhos finos e espumantes caracterizados pela alegria e autenticidade dos brasileiros.*

>> COMO ENTENDEMOS OS PONTOS DE DIFERENÇA DA MARCA

O posicionamento concordado para a marca é eminentemente emocional, sendo este o elemento principal que nos diferencia dos concorrentes que se atém principalmente aos processos de produção e outros aspectos tradicionais que contribuem para uma grande complexidade da categoria e consecutivo afastamento de vários públicos. A identidade da marca país "Brasil" influencia a marca dos vinhos brasileiros e assim, temos que saber utilizar os elementos que sejam interessantes para nós.

Alegria e Autenticidade dos brasileiros:

- Os brasileiros são únicos, povo forjado pela mistura de raças, nós temos a habilidade de receber muitas influências externas, processa-las e recria-las de uma maneira única;
- O Brasil é um país alegre, charmoso e sedutor e desta maneira é aspiracional para as pessoas que querem experiências novas, nos vários pontos de contato como também no consumo de produtos que remetem à este ideal;
- A alegria está envolvida diretamente com a nossa sociabilidade. Nós gostamos de gente. Seja um encontro a dois, ou com a família e amigos. Nós não nascemos para ficar sozinhos;
- Nós simplificamos as coisas para aproveitar melhor as boas coisas da vida. Em um mundo de stress, o vinho brasileiro trás momentos de relaxamento e prazer;
- A autenticidade dos brasileiros não deve reforçar os tradicionais estereótipos, mas sim o lado moderno e descolado de ser.

**ANEXO II**

**MODELO PARA DESIGNAÇÃO DOS PROFISSIONAIS PARA O PROJETO**

Os profissionais abaixo designados deverão participar no Projeto de  
*Branding* do IBRAVIN.

**1. Tabela Demonstrativa da Qualificação dos Profissionais**

| Nome Completo | Função /<br>Atribuição | Formação Acadêmica (*) |  |
|---------------|------------------------|------------------------|--|
|               |                        | Curso (**)             | Grau mais elevado,<br>comprovado por<br>certificado ou diploma |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |
|               |                        |                        |  |

(\*) Anexar, para cada participante, as respectivas cópias autenticadas de diplomas / certificados de conclusão.

(\*\*) Para efeito de pontuação técnica, somente serão aceitos diplomas /certificados de Pós-Graduação.

(Especialização/MBA ou Mestrado) em: *Marketing, Comunicação, Branding* (gestão de marcas), *Publicidade, Administração ou Design*, conforme Anexo III - Sistemática da Avaliação Técnica, do Edital.

**2. Tabela Demonstrativa do Tempo de Trabalho dos Profissionais**

| Nome Completo | Função /<br>Atribuição | Tempo de<br>Experiência<br>(em meses) | Comprovação da Experiência (***) |                               |
|---------------|------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
|               |                        |                                       | Carteira de Trabalho             | Sócio da empresa<br>Licitante |
|               |                        |                                       |                                  |                               |
|               |                        |                                       |                                  |                               |
|               |                        |                                       |                                  |                               |

(\*\*\*) Anexar, para cada participante, as respectivas cópias autenticadas da Carteira de Trabalho ou da Ficha de Registro de Empregado, no caso de empregados. Se sócio, cópia autenticada do Contrato Social da entidade.

**ANEXO III**  
**SISTEMÁTICA DA AVALIAÇÃO TÉCNICA**

A determinação da pontuação técnica de cada proposta será realizada de acordo com os critérios e parâmetros a seguir estabelecidos:

1. Determinação da Nota de Qualificação Técnica (NT) de cada licitante:
  - 1.1. **NT = (NT1+NT2+NT3+NT4+NT5)**
  - 1.2. Serão desclassificadas as licitantes que obtiverem Nota de Qualificação Técnica inferior a 600 pontos.
2. Determinação do **Índice Técnico (IT)** de cada licitante, mediante a divisão da Nota Técnica (NT) da proposta em exame pela maior Nota Técnica obtida entre as propostas concorrentes.
  - 2.1. **IT = NT em exame / maior NT**
3. Notas de Qualificação Técnica

**NT1**

A realização do Serviço de *Branding* deverá ser comprovada por atestado fornecido por cliente – pessoa jurídica de direito público ou privado - atestando a aptidão da LICITANTE no desenvolvimento do posicionamento de marcas, tendo implementado projetos de relevância internacional, contendo os seguintes elementos:

- I. nome, CPF ou CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado;
- II. nome, CPF ou CNPJ da LICITANTE que prestou os serviços;
- III. descrição dos serviços prestados;
- IV. período de execução dos serviços;
- V. pronunciamento quanto os serviços atribuindo nota de 0 (zero) a 5 (cinco) em relação a qualidade e cumprimento e das obrigações assumidas;
- VI. número de horas técnicas necessárias para a conclusão do projeto;
- VII. local e data da emissão do atestado;
- VIII. identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado.
- IX. O documento deve ser redigido em língua portuguesa ou deve estar acompanhado de tradução;

Neste quesito – NT1 – será pontuada apenas a realização completa e integrada do conjunto de serviços de **Branding** descritos no subitem 6.1.1 e portanto **não** serão considerados para pontuação neste quesito – NT1 – atestados referentes a serviços isolados e ou prestados a várias empresas diferentes e ou realizados em período de tempo não contínuo e ou objeto de contratos distintos.

O IBRAVIN **não** entende como sendo **Serviço de Branding** a execução de serviços de propaganda, *merchandising* ou campanha publicitária. Estes serviços não fazem parte do objeto desta Licitação e **não** serão considerados para pontuação.

Serão descartados atestados com período de execução inferior a 80 horas técnicas.

A pontuação máxima deste quesito – NT1 – é **200 (duzentos)**.

| Qualidade e Cumprimento dos Serviços | Pontuação |
|--------------------------------------|-----------|
| Nota Zero                            | Zero      |
| Nota 1                               | 20        |
| Nota 2                               | 50        |
| Nota 3                               | 90        |
| Nota 4                               | 150       |
| Nota 5                               | 200       |

## NT2

A realização do Serviço de *Branding* deverá ser comprovada por atestado fornecido por cliente – pessoa jurídica de direito público ou privado - atestando a aptidão da LICITANTE no desenvolvimento do posicionamento de marcas, tendo implementado projeto para entidade setorial de relevância nacional, contendo os seguintes elementos:

- I. nome, CPF ou CNPJ e endereço completo da pessoa jurídica tomadora dos serviços e emitente do atestado;
- II. nome, CPF ou CNPJ da LICITANTE que prestou os serviços;
- III. descrição dos serviços prestados;
- IV. período de execução dos serviços;
- V. pronunciamento quanto os serviços atribuindo nota de 0 (zero) a 5 (cinco) em relação a qualidade e cumprimento e das obrigações assumidas;
- VI. número de horas técnicas necessárias para a conclusão do projeto;
- VII. local e data da emissão do atestado;
- VIII. identificação (nome e cargo ou função) e assinatura do signatário do atestado.
- IX. O documento deve ser redigido em língua portuguesa ou deve estar acompanhado de tradução;

Neste quesito – NT2 – será pontuada apenas a realização completa e integrada do conjunto de serviços de **Branding** descritos no subitem 6.1.2 e portanto **não** serão considerados para pontuação neste quesito – NT1 – atestados referentes a serviços isolados e ou prestados a várias empresas diferentes e ou realizados em período de tempo não contínuo e ou objeto de contratos distintos.

O IBRAVIN **não** entende como sendo **Serviço de Branding** a execução de serviços de propaganda, *merchandising* ou campanha publicitária. Estes serviços não fazem parte do objeto desta Licitação e **não** serão considerados para pontuação.

Serão descartados atestados com período de execução inferior a 80 horas técnicas.

A pontuação máxima deste quesito – NT2 – é **200 (duzentos)**.

| Qualidade e Cumprimento dos Serviços | Pontuação |
|--------------------------------------|-----------|
| Nota Zero                            | Zero      |
| Nota 1                               | 20        |
| Nota 2                               | 50        |
| Nota 3                               | 90        |
| Nota 4                               | 150       |
| Nota 5                               | 200       |

**NT3**

Formação acadêmica (Especialização, MBA ou Mestrado) em *Marketing*, *Comunicação*, *Branding* (gestão de marcas), *Publicidade*, *Administração* ou *Design*, comprovados por diplomas e ou certificados de conclusão devidamente reconhecidos no País emissor. Será pontuada somente a mais elevada das qualificações, para até 3 (três) dentre os consultores designados para o Projeto, conforme tabela a seguir:

A pontuação máxima deste quesito – NT3 – é 180 (cento e oitenta pontos).

| Qualificação          | Pontuação | Cons 01 | Cons 02 | Cons 03 |
|-----------------------|-----------|---------|---------|---------|
| Mestrado              | 60        |         |         |         |
| Especialização ou MBA | 40        |         |         |         |
| Graduação             | 20        |         |         |         |

**NT4**

Tempo de trabalho como Consultor na empresa licitante, a partir de 10 meses, contados em meses, até a data de divulgação do Edital, de até 3 (três) dentre os consultores designados para o Projeto.

Comprovar anexando, para cada participante, as respectivas cópias da carteira de trabalho (CTPS) ou da Ficha de Registro de Empregado”, no caso de empregados; ou de cópia autenticada do contrato social, no caso de sócio(s); até a data anterior a publicação do Edital;

Serão computados os 3 (três) maiores períodos dos profissionais designados para o projeto.

A pontuação máxima deste quesito – NT3 – é **240 (duzentos e quarenta)**.

| Tempo de Trabalho | Pontuação | Cons 01 | Cons 02 | Cons 03 |
|-------------------|-----------|---------|---------|---------|
| De 10 a 24 meses  | 20        |         |         |         |
| De 25 a 36 meses  | 40        |         |         |         |
| De 37 a 48 meses  | 60        |         |         |         |
| Acima de 48 meses | 80        |         |         |         |

**NT5**

Tempo de atuação da Licitante no mercado, contados em anos, até a data de divulgação do Edital.

A pontuação máxima deste quesito – NT3 – é **180 (cento e oitenta)**.

| <b>Tempo de Trabalho</b> | <b>Pontuação</b> |
|--------------------------|------------------|
| <b>De 0 a 1 ano</b>      | <b>60</b>        |
| <b>De 1 a 2 anos</b>     | <b>100</b>       |
| <b>De 2 a 3 anos</b>     | <b>140</b>       |
| <b>Acima de 3 anos</b>   | <b>180</b>       |



**ANEXO IV**

**MINUTA DE CONTRATO N°..... REFERENTE AO PROCESSO LICITATÓRIO N° 02/2017, CARTA-CONVITE 02/2017 QUE ENTRE SI CELEBRAM, O INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO – IBRAVIN E**

---

Pelo presente instrumento, o INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO – IBRAVIN, pessoa jurídica de direito privado interno, com sede Alameda Fenavinho, 481, Edificação nº 29, município de Bento Gonçalves, RS, inscrito no CNPJ sob o nº 02.728.155/0001-74, neste ato representado pelo presidente Sr. **DIRCEU SCOTTÁ**, brasileiro, casado, enólogo, portador da carteira de identidade RG nº 8052242016, SSP/RS, inscrito no CPF sob o nº 762.329.300-10, residente e domiciliado na Rua Senador Alberto Pasqualini, nº 156, apto 504, bairro Botafogo, na cidade de Bento Gonçalves, RS e pela Gestora da Unidade Administrativo Financeira Sra. **GABRIELA POLETTO**, brasileira, casada, enóloga, portadora da carteira de identidade RG nº 1050932258 SSP/RS, inscrita no CPF sob o nº 642.505.120-53, residente e domiciliada na Travessa Natal, nº 226, bairro Pomarosa, na cidade de Bento Gonçalves, RS, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE** e \_\_\_\_\_, estabelecida na Rua \_\_\_\_\_ na cidade de \_\_\_\_\_, neste ato representadas pelo seu sócio (Diretor) Sr. \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, residente e domiciliado em \_\_\_\_\_, portador do CPF nº \_\_\_\_\_, doravante denominado simplesmente **CONTRATADA**, firmam o presente Contrato, mediante as seguintes cláusulas e condições:

**Cláusula Primeira – Objeto do Contrato**

O presente Contrato tem por objeto a contratação de empresa especializada em consultoria em gestão empresarial ou consultoria de marcas (*branding*), para revisão do posicionamento das marcas Wines of Brasil, Vinhos do Brasil e 100% Suco de Uva do Brasil junto ao IBRAVIN de acordo com Anexo I – Termo de Referência.

**Parágrafo primeiro:** O IBRAVIN reserva-se o direito de incluir nas especificações os serviços porventura omitidos ou alterar a forma de execução dos mesmos.

**Cláusula Segunda - Valor**

Fica ajustado, para o pagamento do serviço prestado, o **valor de R\$.....** (.....) por hora de serviço prestado.

**Parágrafo primeiro:** Já se encontram incluídos no preço supramencionado todos os tributos, contribuições e demais encargos incidentes sobre o preço dos serviços ora contratados e, quando couber ao IBRAVIN providenciar o recolhimento na qualidade de substituto tributário, este fica desde já autorizado a reter o valor correspondente quando do pagamento das faturas.

**Parágrafo segundo:** No valor já se encontram incluídas todas as demais despesas, tais como as decorrentes de contratação de pessoal, despesas com viagens, deslocamentos, alimentação e estadias para prestação de serviços na sede do IBRAVIN.

**Parágrafo terceiro** - Toda e qualquer vantagem, tarifa acordo ou desconto obtido pela CONTRATADA deverá ser repassado ao IBRAVIN;

**Cláusula Terceira – Forma de Pagamento**

O pagamento será efetuado até o décimo dia útil após a realização de cada etapa, mediante apresentação de Nota Fiscal, devidamente aprovada pelo IBRAVIN, no qual deverá constar o número de autorização de compra, origem do recurso, acompanhada de relatório com a descrição dos serviços e a quantidade de horas prestadas em cada etapa.

**Parágrafo primeiro:** A falta de quaisquer destes documentos impossibilitará o pagamento do serviço pelo IBRAVIN à CONTRATADA.

**Parágrafo segundo:** Todos os pagamentos serão efetuados, mediante apresentação de Documento Fiscal Hábil ao IBRAVIN, com 10 (dez) dias de antecedência à data do pagamento.

#### **Cláusula Quarta – Vigência**

O presente contrato terá a vigência de um ano a contar da data de sua assinatura, podendo ser renovado dentro do limite legal.

#### **Cláusula Sexta – Responsabilidades da CONTRATADA**

Além do que vier a ser acordado entre as partes, constitui obrigações da CONTRATADA, no cumprimento deste contrato, a execução das seguintes atividades:

1. Implementar o disposto no objeto (Cláusula Primeira), dentro dos prazos programados e na forma indicada, de acordo com o cronograma de atividades a ser fixado entre as partes;
2. Assumir inteira responsabilidade por todos os atos praticados pelos funcionários que utilizar para prestar os serviços ora contratados, obrigando-se a ressarcir quaisquer danos e/ou prejuízos eventualmente provocados pelos mesmos ao IBRAVIN, ainda que por imperícia ou negligência, ficando autorizado o desconto automático dos valores apurados nos pagamentos ainda não realizados;
3. Pagar todos os direitos trabalhistas, tributários e previdenciários dos empregados que utilizar para a prestação dos serviços objeto deste contrato;
4. Exibir, o comprovante dos pagamentos e/ou recolhimentos referentes a tributos, contribuições e encargos devidos, juntamente com a apresentação da Folha de Pagamento totalmente quitada dos funcionários, referente ao mês imediatamente anterior ao que será feito o pagamento, sob pena de retenção e atraso no pagamento;
5. Manter todas as Certidões Negativas de Débitos devidamente atualizadas junto ao cadastro do IBRAVIN;
6. Intervir em demanda judicial ou extrajudicial, reivindicando a condição de demandada e requerendo a exclusão do IBRAVIN, em ocorrendo hipótese de serem ajuizadas contra o IBRAVIN demandas trabalhistas envolvendo funcionários utilizados para a consecução do objeto deste contrato, ou mesmo notificação do Ministério do Trabalho ou de qualquer outro órgão público.

#### **Cláusula Sétima - Cessão do Contrato**

Este Contrato não poderá ser cedido ou por qualquer forma, transferido a terceiros, total ou parcialmente, por qualquer das partes.

#### **Cláusula Oitava - Renúncia**

Qualquer omissão ou tolerância de uma das partes com inadimplementos da outra parte ou demora no exercício de qualquer direito ou faculdade, não importará em novação, alteração contratual ou renúncia ao mesmo direito, podendo a qualquer tempo exercer os direitos decorrentes deste Contrato, que são cumulativos, sem exclusão dos previstos em lei.

#### **Cláusula Nona- Multa**

O IBRAVIN, no uso das prerrogativas que lhe confere o inciso IV, do artigo 58 e artigo 87, inciso II, da Lei focada, aplicará multa por:

- a) Recusa injustificada na execução dos serviços na razão de 2% (dois por cento) sobre o valor total da proposta.

### **Cláusula Décima - Responsabilidade**

A CONTRATADA se responsabiliza por qualquer dano ou prejuízo decorrentes dos serviços por ela prestados no âmbito do presente contrato, nas esferas administrativa, civil, criminal ou trabalhista.

### **Cláusula Décima Primeira - Rescisão Contratual**

O presente contrato poderá ser rescindido mediante acordo expresso e firmado pelas partes, após um aviso prévio, também expresso, feito com antecedência mínima de 30 (trinta) dias pela parte interessada.

**Parágrafo Primeiro:** O IBRAVIN poderá rescindir unilateralmente o presente CONTRATO em razão do seu descumprimento total ou parcial, a qualquer tempo e sem aviso prévio, sem prejuízo das responsabilidades decorrentes, nas seguintes situações:

- a) Se houver transferência ou cessão parcial ou total a terceiros da CONTRATADA, sem a anuência do IBRAVIN, bem como em caso de fusão, cisão ou incorporação desta por outrem;
- b) Quando ficar evidenciada a inidoneidade, má-fé ou incapacidade da CONTRATADA para executar satisfatoriamente o contrato;
- c) Caso haja falência, liquidação ou dissolução da CONTRATADA, ou ainda caso esta entre em recuperação judicial ou extrajudicial;
- d) Se a CONTRATADA vier atender a qualquer instituição pública ou privada, bem como empresa do ramo de bebidas nacionais ou importadas, durante a vigência do contrato.

**Parágrafo Segundo:** A rescisão fundamentada nesta cláusula não dará à CONTRATADA direito à indenização a qualquer título.

### **Cláusula Décima Segunda – Sigilo e Confidencialidade**

As PARTES se comprometem a manter em sigilo as informações confidenciais transmitidas pela outra PARTE, não podendo divulgar qualquer Informação Confidencial a terceiros, seja de forma direta ou indireta, salvo mediante a prévia autorização por escrito da PARTE que a transmitiu.

**Parágrafo primeiro:** O termo "Informações Confidenciais" significa quaisquer informações, dados técnicos, informações financeiras, comerciais ou administrativas, segredos de negócio ou indústria, incluindo, entre outras, informações comerciais e operacionais cujo acesso ou ciência se dê para fins de cumprimento de obrigações decorrentes deste CONTRATO, ou para o cumprimento de qualquer negócio ou tratativa existente entre as partes, independentemente de ser ou não classificada expressamente como confidencial pela parte titular da informação.

**Parágrafo segundo:** Não serão consideradas confidenciais as informações que:

- a) Sejam de domínio público, ou entrem posteriormente para o domínio público sem a participação culposa de qualquer das partes, ressalvados acordos específicos de confidencialidade acerca de tais informações;
- b) Sejam ou tornem-se conhecidas pela parte contrária através de fontes próprias e independentes, desde que tais fontes não sejam vinculadas à parte titular da informação, e nem tenham para com essa nenhuma obrigação de confidencialidade, ressalvados em qualquer caso os acordos específicos acerca de tais informações;

**Parágrafo terceiro:** As partes se comprometem ainda a dar a todas as Informações Confidenciais um tratamento e proteção conforme o mais rígido grau de cautela e segurança, visando impedir sua divulgação voluntária ou involuntária, comprometendo-se para tanto a adotar as mesmas medidas e políticas internas de circulação da Informação Confidencial que utiliza para proteção de suas próprias informações confidenciais, adotando ainda os seguintes procedimentos:

- a) Limitar o acesso a qualquer Informação Confidencial estritamente a colaboradores ou a prestadores de serviços a qualquer título, que, no desenvolvimento de suas atividades, tenham a real necessidade de conhecê-las;
- b) Instruir devidamente as pessoas responsáveis quanto ao tratamento das Informações Confidenciais recebidas;
- c) Não reproduzir ou fazer cópias das Informações Confidenciais sem a permissão da parte que as forneceu;
- d) Utilizar quaisquer Informações Confidenciais exclusivamente para a finalidade para a qual lhe foram transmitidas.

**Parágrafo quarto:** As PARTES obrigam-se a, quando assim requisitado pela parte detentora de qualquer Informação Confidencial ou tão logo se dê a extinção, por qualquer meio ou forma, do presente contrato devolver imediatamente todo material recebido que contenha qualquer Informação Confidencial, inclusive todas as cópias de documentos e informações, salvo as informações que se constituam claramente em contrapartida no presente contrato.

**Parágrafo quinto:** Independentemente de qualquer acordo específico, aqueles materiais que sejam incompatíveis com o conceito de “devolução”, tais como, entre outros e sem nenhuma limitação, informações arquivadas na forma digital em sistemas, ambientes ou equipamentos da parte detentora das Informações Confidenciais, devem ser eliminados da forma mais eficaz possível, de maneira a impedir sua recuperação ou acesso posterior.

**Parágrafo sexto:** A obrigação de confidencialidade ora ajustada não se aplica às hipóteses em que qualquer Informação Confidencial, ou documento de qualquer natureza ou espécie que contenha Informação Confidencial, seja regularmente solicitado por qualquer órgão público competente.

**Parágrafo sétimo:** As partes comprometem-se a, antes de ceder informações nos termos do item acima, comunicarem a parte contrária com o máximo de antecedência possível, a possibilitar que essa última providencie as medidas cabíveis.

#### **Cláusula Décima Terceira – Direitos Autorais**

Se do contrato resultar obra científica, artística ou literária, os direitos patrimoniais decorrentes pertencerão ao IBRAVIN.

**Parágrafo primeiro:** A utilização de todo e qualquer material resultante do presente contrato será de exclusividade da IBRAVIN podendo este utilizá-lo para qualquer finalidade que entender pertinente.

**Parágrafo segundo:** Com relação à divulgação de eventuais informações resultantes da execução do presente contrato, esta deverá ser realizada mediante anuência expressa do IBRAVIN.

**Parágrafo terceiro:** Ficam garantidos os direitos morais estipulados pela Lei nº 9.610/1998 aos autores de quaisquer obras decorrentes do presente contrato, ficando desde já cedido para o IBRAVIN todos os direitos patrimoniais decorrentes.

#### **Cláusula Décima Quarta – Penalidade**

O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela CONTRATADA ou o cumprimento em desacordo com o pactuado acarretará à CONTRATADA o pagamento de 20% (vinte por cento) sobre o valor previsto na Cláusula Terceira, por dia pelo atraso na prestação dos serviços.

**Cláusula Décima Quinta - Casos Omissos**

Os casos omissos serão dirimidos com base na Lei 8.666/93.

**Cláusula Décima Sexta - Foro Competente**

Fica eleito o foro da comarca de Bento Gonçalves, RS, com expressa renúncia a qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para dirimir eventuais dúvidas oriundas da execução deste contrato.

E, por estarem assim acertados, firmam este instrumento em 2 (duas) vias de igual teor e forma, ante duas testemunhas presenciais, obrigando-se pelos termos do mesmo, por si e seus sucessores.

Bento Gonçalves, .... de ..... de 2017.

\_\_\_\_\_  
Dirceu Scottá  
Presidente do IBRAVIN

\_\_\_\_\_  
Gabriela Poletto  
Gestor da Unidade Administrativo-  
Financeira

.....  
CONTRATADA

\_\_\_\_\_  
Testemunha:  
CPF nº:

\_\_\_\_\_  
Testemunha:  
CPF nº: