

Núcleo Emitente: Comunicação.

DATA DE EMISSÃO
15/09/2022

Assunto: Contratação de Consultoria para elaboração da Política de Comunicação do Museu do Futebol.

1. DO OBJETIVO:

Contratação de Consultoria especializada para auxiliar a equipe do Museu do Futebol na elaboração da Política de Comunicação da instituição.

2. JUSTIFICATIVA:

O Museu do Futebol é uma das instituições museológicas mais conhecidas do Brasil. Ao longo dos seus 14 anos de atividade, consolidou o atendimento e o relacionamento com públicos diversos, fazendo uso de ferramentas e práticas também diversificadas para a comunicação cotidiana e institucional.

À frente da gestão do Museu desde sua inauguração, em 2008, a organização social IDBrasil Cultura, Educação e Esporte venceu o chamamento público realizado pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo para continuar gerenciando o Museu do Futebol no ciclo que vai de 2021 a 2026.

Nesse período, serão aprofundados, de maneira transversal por diversas áreas, temas como futebol de mulheres, futebol indígena, questões raciais, inclusão de pessoas com deficiência, entre outros. Para além disso, o esporte profissional já tem uma tradição consolidada e centenária que envolve aspectos como clubismo, rivalidades locais e nacionais, campeonatos, interesses comerciais, entre outros.

Dessa forma, os interesses no futebol se expressam de múltiplas formas para cada indivíduo dependendo de sua forma de relacionamento com o esporte (torcedor, atleta,

treinador, dirigente, amador, profissional de áreas de apoio, jornalista, pesquisador, interessado, não-interessado, dentre outros).

Dada essa imensa variedade de maneiras de se relacionar com o futebol, tido como grande paixão nacional no Brasil, o Museu do Futebol se assume como espaço promotor de diálogos, encontros e pensamento crítico com relação ao esporte, tendo o dever de se comunicar de maneira acolhedora, assertiva e eficiente com seus públicos de interesses: sociedade, funcionários, visitantes, parceiros, fornecedores e outros públicos relevantes para o Museu.

Para o novo período de gestão iniciado em 2021, o IDBrasil se propôs a sistematizar uma Política de Comunicação do Museu do Futebol, consolidando os princípios que devem reger a comunicação da instituição em suas diversas frentes, inclusive como estratégia para aprimorar os fluxos internos, a coesão institucional, o diálogo entre setores e entre os coordenadores e seus subordinados

Nesse sentido, não se deve entender comunicação como a atividade desempenhada especificamente pelo departamento responsável por esta atividade na organização, mas de todos os que fazem parte da instituição nas suas atividades diárias de interface com os diferentes públicos, internos e externos. Desta forma, o objetivo é o alinhamento das ações de comunicação para a promoção dos valores, da cultura e dos objetivos institucionais, resguardando a imagem e reputação do Museu do Futebol.

Por fim, é importante salientar que não se espera que a Política de Comunicação seja um plano estratégico ou tático, mas um documento conceitual e norteador das práticas de comunicação de maneira mais abrangente para o horizonte mínimo de cinco anos, sendo esperado que passe por revisões periódicas, com autonomia da instituição.

3. DAS ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS:

- A Consultoria **CONTRATADA** deverá ser realizada por profissional(is) com experiência em comunicação em museus.
- A **CONTRATADA** será responsável pela realização de entrevistas com coordenadores das áreas e/ou com outros profissionais do Museu que achar necessários, a fim de colher insumos para a elaboração da política.
- A Política de Comunicação do Museu do Futebol deverá estar alinhada com o [Código de Ética e Conduta](#) do IDBrasil e com o [Plano Museológico](#) da instituição, documentos basilares da atuação organizacional.
- Poderá, ainda, levar em consideração o planejamento para o período 2021-2026 expresso na [Proposta Técnica](#) encaminhada à Secretaria de Cultura para compreensão das estratégias pensadas para o período e que podem influenciar ou ser influenciadas pela Política de Comunicação.
- Outros documentos institucionais poderão ser consultados para compor a base da elaboração da Política de Comunicação do Museu do Futebol, tais como pesquisas de satisfação de público, diagnóstico de maturidade digital, entre outros.
- Com base nesses insumos, a **CONTRATADA** deverá apresentar um texto base da Política de Comunicação para apontamentos e ajustes finais por parte da Contratante. Espera-se que o documento final seja sucinto, assertivo e tenha linguagem clara, a fim de que seja facilmente compreendido por todos os funcionários e públicos do Museu do Futebol. A diagramação do documento final será realizada pela equipe interna da **CONTRATANTE**.
- Na finalização do documento, deverá ser realizada uma oficina com os funcionários do Museu do Futebol para apresentação da Política. A oficina deverá ser oferecida em dois horários diferentes, para acomodação das escalas de trabalho dos equipes do Museu.
- A Política de Comunicação que será o produto final desta contratação será de propriedade exclusiva do Museu do Futebol, não sendo permitido o seu uso para outra instituição, salvo como exemplo ou *benchmarking*, sendo obrigatória a citação

à fonte.

- Caso o fornecedor ache necessário, é possível agendar uma visita técnica à instituição antes da elaboração da proposta, através do e-mail renata.beltrao@idbr.org.br.

4. ENVIO E FORMA DE ANÁLISE DAS PROPOSTAS:

As propostas deverão ser enviadas para os e-mails compras@idbr.org.br e renata.beltrao@idbr.org.br até às 18h do dia 14/10/2022. As propostas recebidas serão analisadas conforme o critério de técnica e preço. Para tanto, deverão ser enviadas:

- Proposta técnica especificando a metodologia e as etapas de trabalho.
- Currículo e/ou portfólio.
- Proposta comercial contemplando todos os custos, ser elaborada em papel timbrado, contendo o CNPJ do proponente e assinatura.

5. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

5.1 A **CONTRATADA** será responsável por todas as despesas referente a seus empregados e/ou contratados, tais como, mas não limitadas a: salários, adicionais devidos, férias, décimo terceiro, seguro de acidentes de trabalho, contribuições ou encargos devidos à previdência social, ao FGTS, ao PIS, bem como quaisquer outros encargos de natureza trabalhista, previdenciária ou tributária, não tendo a **CONTRATANTE** qualquer responsabilidade neste sentido;

5.2 A **CONTRATADA** será responsável pelo custeio de todos os tributos, taxas, contribuições fiscais, parafiscais, previdenciárias, trabalhistas, e de indenizações relativas a acidentes de trabalho que incidam ou venham a incidir sobre a prestação de serviços a ser realizada.

6. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:

- Fornecer acesso aos documentos e bases de dados necessárias para elaboração

da Política de Comunicação.

- Auxiliar a **CONTRATANTE** nos contatos com o público interno para agendamento de entrevistas.
- Aprovar a Metodologia apresentada.
- Realizar os apontamentos necessários e a aprovação do texto final da Política de Comunicação.
- Efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados no contrato a ser assinado.
- Rejeitar, no todo ou em parte, os serviços executados em desacordo com as exigências deste Termo de Referência e do contrato.

7. DA EXECUÇÃO DOS TRABALHOS:

- O desenvolvimento dos trabalhos será acompanhado por funcionários da Diretoria Executiva do Museu do Futebol em todas as etapas.
- A **CONTRATANTE** indicará o gestor do contrato para acompanhar, fiscalizar e atestar a realização dos serviços, e terá a competência de dirimir as dúvidas que surgirem no curso de sua execução.
- Os trabalhos devem ser realizados a partir da sede do Museu do Futebol ou remotamente, por videochamada. A execução de trabalhos fora da sede será possível mediante negociação com a **CONTRATANTE** e conforme as prioridades dos projetos expositivos.

8. DO PRAZO DE EXECUÇÃO:

O prazo para execução dos serviços será 2 (dois) meses, contados a partir da assinatura do contrato.

9. DO PAGAMENTO:

Ao apresentar a sua proposta comercial, o proponente estará ciente dos prazos de pagamentos estabelecidos pelo Núcleo Administrativo Financeiro, ciente de que não

haverá pagamentos antecipados ou fora do prazo pactuado.

Os pagamentos das Notas Fiscais serão efetuados apenas nos dias 10 e 25, após execução dos trabalhos, conforme segue:

9.1 Todas as Notas Fiscais deverão ser enviadas para o e-mail

financeiro@museudofutebol.org.br.

9.2 Notas Fiscais emitidas e enviadas entre os dias 01 e 15 terão o pagamento efetuado no dia 25 do mesmo mês.

9.2 Notas Fiscais emitidas e enviadas para o e-mail entre os dias 16 e 26 terão o pagamento efetuado no dia 10 do mês seguinte.

9.3 A NF da respectiva cobrança deverá ser emitida de acordo com o CNAE do serviço realizado.

9.4 As notas fiscais devem ser emitidas e enviadas para o e-mail acima indicado dentro do mês de competência da prestação dos serviços, sob pena de não serem aceitas fora do prazo aqui estabelecido.

9.5 O IDBRASIL recebe notas fiscais emitidas entre os dias 01 e 26 do mês da prestação dos serviços.

9.6 Notas fiscais emitidas entre os dias 27 e 30/31 não serão aceitas e, deverão ser canceladas pelo contratado.

10. DAS CONDIÇÕES GERAIS:

10.1 A contratação deste serviço não estabelece qualquer forma de associação ou relação entre a **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA**, especialmente as de natureza previdenciária, trabalhista e societária.

10.2 Este Contrato determina que todas as relações entre a **CONTRATANTE** e a **CONTRATADA** são de natureza meramente civil.

10.3 Poderá participar deste processo de seleção toda e qualquer sociedade

empresária do ramo, conforme CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) que atenda às exigências mínimas contidas no presente Termo de Referência.

Eventuais dúvidas deverão ser esclarecidas por escrito através do endereço de email: compras@idbr.org.br.

O IDBRASIL SE RESERVA O DIREITO DE SELECIONAR OS PARTICIPANTES, CONTRATAR PARCIALMENTE OS ITENS DESTA TR, DE ACORDO COM A DISPONIBILIDADE FINANCEIRA, CANCELAR OU SUSPENDER ESTE PROCESSO SELETIVO.