

	<b>TERMO DE REFERÊNCIA</b> <b>FONTE DE RECURSOS:</b>  CONTRATO DE GESTÃO Nº 03/2021 SECRETARIA DA CULTURA, ECONOMIA E INDÚSTRIA CRIATIVAS DO ESTADO DE SÃO PAULO – MUSEUDO FUTEBOL.	 MUSEU DO FUTEBOL
<b>Núcleo Emitente:</b> Núcleo de Comunicação e Marketing	<b>DATA DE EMISSÃO</b> 05/02/2024	
<b>Assunto:</b> Contratação de Empresa Especializada em Comunicação para Divulgação da Reabertura da Exposição de Longa Duração do Museu do Futebol		

## 1. DO OBJETIVO:

Contratação de empresa especializada em fornecimento de serviços de comunicação para apoiar o Museu do Futebol na divulgação da abertura da nova exposição de longa duração, prevista para maio de 2024.

### CONTRANTE

IDBRASIL CULTURA, EDUCAÇÃO E ESPORTE

CNPJ: 10.233.223/0001-52

MUSEU DO FUTEBOL

Praça Charles Miller, s/n - Pacaembu

CEP 01234-010 – São Paulo - SP

## 2. JUSTIFICATIVA

O Museu do Futebol está reformulando sua exposição de longa duração, também chamada de exposição principal, com previsão de reabertura em abril de 2024. São mudanças grandiosas e socialmente relevantes, que irão requerer um trabalho intenso de divulgação para que reverberem o máximo possível junto à sociedade. Por esse motivo, torna-se necessário reforço de agência especializada no apoio ao trabalho da equipe interna de comunicação do Museu do Futebol, hoje formada por três

profissionais *full-time* (design, social media e assessoria de imprensa), além da coordenação e assistência. Espera-se que o fornecedor contratado apresente um plano de comunicação que acrescente novos *insights* ao trabalho já realizado pela equipe interna, ajudando o Museu a amplificar o seu alcance e a encontrar novos públicos, neste momento de renovação.

### **3. CONTEXTO**

O Museu do Futebol foi inaugurado em 2008 no Estádio do Pacaembu, em São Paulo como o primeiro museu dedicado ao futebol brasileiro. Junto com o Museu da Língua Portuguesa, inaugurado dois anos antes, ele foi pioneiro na forma de abordagem do patrimônio imaterial, com grande ênfase na experiência do público visitante, uso intensivo de acervos audiovisuais e recursos interativos, e pouca presença de objetos tridimensionais. Com essa proposta, o Museu do Futebol se consolidou como um dos mais visitados do Brasil, recebendo cerca de 350.000 visitantes por ano. Além disso, seu modelo inspirou a reformulação ou criação de outros museus esportivos e memoriais de clubes brasileiros.

Quinze anos depois da inauguração, o Museu do Futebol está reformulando sua exposição de longa duração com o objetivo de rever conteúdos e incluir novos temas, atualizar o parque tecnológico, criar novos recursos interativos e lúdicos para o engajamento do público. O projeto tem coordenação curatorial de Leonel Kaz, Marcelo Duarte e Marília Bonas; expografia de Daniela Thomas e Felipe Tassara; além da participação de dezenas de outros profissionais do próprio Museu e de empresas fornecedoras em várias frentes de trabalho.

Haverá maior presença do futebol de mulheres, dos torcedores e de futebol para todos – modalidades e práticas diversas protagonizadas por pessoas comuns, em todo o Brasil e acessibilidade para pessoas com deficiência. Além disso, o museu passa a reverberar temas que se tornaram prementes no mundo do futebol nas duas últimas décadas, como a diversidade, a inclusão e a questão racial.

Especialmente o futebol de mulheres ganhará muito mais destaque na nova

exposição, com a inclusão na Sala das Origens de mais fotografias de mulheres jogando bola no começo do século XX, descobertas em pesquisas recentes. A modalidade também aparecerá com mais ênfase na Sala das Copas do Mundo. Uma nova instalação com imagens inéditas vai contar como a modalidade driblou a proibição do futebol feminino entre 1941 e 1979. Todas as Copas femininas, realizadas a partir de 1991, serão incorporadas na exposição, ao lado das masculinas.

Haverá, ainda, novas salas como a Dança do Futebol, em que serão exibidas – de forma interativa - jogadas emblemáticas do futebol brasileiro e a renovação da Sala Pelé, ampliando a homenagem do Museu ao nosso maior ídolo. Destaca-se, ainda, as experiências da área “Jogo de Corpo” em que os visitantes podem vivenciar de forma lúdica a experiência do futebol em jogos que misturam o físico e o digital.

### **Comunicação no Museu do Futebol hoje**

Em 2023, até novembro, foram publicadas 4.142 matérias sobre o Museu do Futebol, incluindo 170 em veículos televisivos, totalizando mais de 16 horas de material veiculado. Os resultados foram impulsionados especialmente pela exposição [Rainhas de Copas](#), sobre as Copas do Mundo FIFA de Futebol de Mulheres, além da própria realização de mais uma edição do mundial, realizado entre julho e agosto na Austrália e Nova Zelândia, o que tornou o museu fonte e cenário naturais para o tema.

A instituição mantém perfis ativos no Instagram, Facebook, X (antigo Twitter), LinkedIn, YouTube, TikTok e Threads, totalizando no momento cerca de 237 mil seguidores. São realizadas parcerias esporádicas com influenciadores digitais para divulgação do museu – principalmente das exposições - mas sem estabelecimento de relação comercial. Também de maneira esporádica são realizadas campanhas de impulsionamento no Facebook e Instagram (via Meta). Há um mailing com cerca de 50 mil usuários ativos para os quais são enviadas periodicamente informações sobre o museu, com taxa de abertura média de 23% em 2023.

Adicionalmente, o Museu do Futebol utiliza alguns espaços de anúncios mediante permuta, em veículos impressos e online.

## **Possibilidades a explorar**

Como já mencionado na justificativa, o Museu do Futebol pretende, com esta contratação, explorar novas possibilidades de comunicação para amplificar a divulgação da reabertura da exposição principal, contribuindo para ativar os principais *stakeholders*, os públicos já engajados com o Museu e mobilizar novos públicos. A contratação de uma empresa especializada tem, portanto, o intuito de trazer novos aportes técnicos e criativos, visando acrescer ações e atividades que a equipe interna ainda não realiza, ou aprimorar as que já são feitas.

Para o momento da reabertura da exposição principal, algumas possibilidades são, por exemplo, a sensibilização de formadores de opinião, parcerias com influenciadores digitais, impulsionamento de conteúdos de maneira estratégica, exploração de mídias alternativas, definição de estratégia para redes sociais, entre outras possibilidades. Estes são apenas alguns exemplos, sendo as empresas concorrentes livres para apresentação das soluções que considerarem pertinentes.

## **4. ORÇAMENTO DISPONÍVEL**

R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais).

## **5. MODALIDADE DE CONCORRÊNCIA**

Esta concorrência será realizada na modalidade de **melhor técnica**.

## **6. FORMA DE APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA**

6.1. As propostas deverão ser apresentadas em três arquivos separados:

- a) Portfólio da empresa
- b) Proposta de trabalho
- c) Orçamento

6.2. Cada arquivo deve ter, no máximo, 1.5 MB. Os documentos devem ser elaborados em papel timbrado, contendo o CNPJ da empresa e assinatura da pessoa responsável.

6.3. As empresas concorrentes deverão apresentar propostas de trabalho que prevejam a utilização da totalidade do orçamento disponível (item 4). O valor previsto já inclui despesas com mídia, desenvolvimento e execução de materiais e produtos, deslocamento, alimentação, contratação de profissionais, a remuneração da própria agência e quaisquer outros custos decorrentes da realização do trabalho.

6.4. Não se espera que as propostas venham em grande nível de detalhamento das ações táticas – o que será exigido apenas após a contratação, com a apresentação de um Plano de Comunicação detalhado. Para a concorrência, a equipe do Museu precisa ter uma ideia global das soluções pensadas pela empresa a fim de ter subsídios para avaliá-la em comparação às demais participantes.

6.5. Sugere-se que as propostas incluam pelo menos os seguintes itens:

- a) Estratégia geral - breve justificativa da escolha das ações propostas e os efeitos esperados.
- b) Ações propostas - indicação das ações idealizadas para o trabalho, incluindo produtos e materiais, se houver. Quando for necessário para compreensão do volume de recursos financeiros a serem utilizados e do alcance esperado, as ações, produtos e materiais devem ser quantificados.
- c) Orçamento

6.6. A apresentação do orçamento é **obrigatória** para todas as empresas concorrentes. A planilha orçamentária deve especificar quanto a empresa pretende aplicar nas ações propostas, contratação de terceiros, aquisição de mídia e/ou produção de materiais. Deve, também, indicar a remuneração da própria empresa, eventuais comissões cobradas por ela, além de eventuais despesas com alimentação, deslocamentos, entre outros.

6.7. As concorrentes deverão prever no mínimo **três meses** para execução dos serviços, podendo sugerir, se assim for necessário à estratégia proposta, um prazo maior. A execução deve necessariamente envolver os 30 dias que antecedem e os 30 dias que sucedem a data de reinauguração da exposição de longa duração.

## **7. REUNIÃO DE BRIEFING E DÚVIDAS**

7.1. A fim de melhor subsidiar os concorrentes na apresentação de suas propostas, a equipe do Museu do Futebol receberá os interessados em uma reunião on-line no dia 19/2/2024, das 10h às 12h, em que todos os participantes poderão saber mais detalhes do projeto de renovação da exposição principal e tirar as dúvidas que considerarem pertinentes. As pessoas que desejem participar devem solicitar o link de acesso a [renata.beltrao@idbr.org.br](mailto:renata.beltrao@idbr.org.br) até o dia 15/2/2024.

## **8. CRITÉRIOS DE ANÁLISE DA PROPOSTA**

As propostas serão analisadas por uma comissão interna de funcionários do Museu do Futebol, a partir dos seguintes critérios:

- a) Demonstração de capacidade técnica
- b) Pertinência da estratégia e das ações previstas
- c) Criatividade das soluções apresentadas
- d) Pertinência e equilíbrio da proposta orçamentária

## **9. ENVIO DAS PROPOSTAS:**

9.1. Em razão da impossibilidade de realização de sessão de abertura de envelopes das propostas de preços, a Diretoria Executiva comunica que a presente contratação será realizada de forma exclusivamente remota. As propostas deverão ser enviadas para os e-mails [renata.beltrao@idbr.org.br](mailto:renata.beltrao@idbr.org.br) e [compras@idbr.org.br](mailto:compras@idbr.org.br) até às 18h do dia 04/03/2024.

**A Empresa vencedora deste processo deverá apresentar antes da assinatura do contrato a seguinte documentação:**

- Comprovante de Inscrição Estadual;
- Comprovante de Inscrição Municipal;
- Certidões negativas de protestos;
- Certidões negativas do INSS e FGTS;
- Certidão negativa da Receita Federal;
- Certidão Negativa da Receita Estadual (ICMS) no estado da matriz de sua empresa e nos estados envolvidos nesta cotação;
- Certidão Negativa de Dívidas com o Município;
- Estatuto ou contrato social consolidado, ou envio das últimas alterações;
- Cópia do RG e CPF dos sócios e procuradores;
- Cópia da procuração das pessoas autorizadas para representar a empresa na negociação comercial;
- Cópia Cartão CNPJ

## **10. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:**

10.1. 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;

10.2. 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.

## **11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE:**

11.1. Efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados no contrato a ser assinado;

11.2 Rejeitar, no todo ou em parte, os serviços executados em desacordo com as exigências deste Termo de Referência e do contrato.

## **12. DIREITOS AUTORAIS**

12.1. A **CONTRATADA** reconhece desde já ser a **CONTRATANTE** a organizadora dos resultados, onde os serviços ora contratados poderão, a critério da **CONTRATANTE**, serem aproveitados, bem como cede à **CONTRATANTE** a integralidade dos direitos patrimoniais de autor incidentes sobre todo o material criado ou que venha ser criado em razão desse contrato desde a aprovação de tais resultados pela **CONTRATANTE**, cessão esta que se encontra devidamente remunerada, conforme previsto na cláusula 3 supra.

12.1.1. Na condição de titular dos direitos patrimoniais de autor incidentes sobre o material produzido em razão do presente Contrato, a **CONTRATANTE** poderá dispor livremente de tal material para toda e qualquer modalidade de utilização, por si e/ou por terceiros por ela autorizados para tais fins.

12.2. Todo material criado em cumprimento a este contrato terá característica de absoluta originalidade e ineditismo, sendo de total responsabilidade da **CONTRATADA** qualquer reivindicação futura que a **CONTRATANTE** venha a sofrer, fundada em direito de autoria sobre o material.

12.3. A **CONTRATANTE** ressalva os direitos autorais sobre as imagens havidas em seus acervos e concedidas à **CONTRATADA** para a execução dos serviços, especialmente àquelas relativas ao histórico de atuação do Museu do Futebol, as quais, sempre que solicitadas e cedidas implicarão na publicação dos créditos e permissões de uso.



### **13. DA EXECUÇÃO DOS TRABALHOS:**

13.1. O desenvolvimento dos trabalhos será acompanhado por funcionários da Diretoria Executiva do Museu do Futebol em todas as etapas.

13.2. **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.

### **14. DO PRAZO DE EXECUÇÃO:**

A contratação se dará a partir da assinatura do contrato com a vigência até a conclusão dos serviços, no máximo até dezembro de 2024.

### **15. DO PAGAMENTO:**

15.1. O pagamento será feito em três parcelas iguais, no seguinte cronograma:

1ª parcela - Na entrega e aprovação do Plano de Comunicação detalhado

2ª parcela - 30 dias após a aprovação do Plano de Comunicação

3ª parcela - na entrega do Relatório Final de Atividades e Resultados

15.2. O proponente, ao apresentar a sua proposta comercial, estará ciente dos prazos de pagamentos estabelecidos pelo Núcleo Administrativo Financeiro, ciente de que não haverá pagamentos antecipados ou fora do prazo pactuado.

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

*a) Notas Fiscais emitidas e enviadas para o e-mail [financeiro@museudofutebol.org.br](mailto:financeiro@museudofutebol.org.br) entre os dias 01 e 15 terão pagamento efetuado no dia 25 do mesmo mês.*

- b) *Notas Fiscais emitidas e enviadas para o e-mail [financeiro@museudofutebol.org.br](mailto:financeiro@museudofutebol.org.br) entre os dias 16 e 26 terão pagamento efetuado no dia 10 do mês seguinte.*
- c) *A NF da respectiva cobrança deverá ser emitida de acordo com o CNAE do serviço realizado.*
- d) *As notas fiscais devem ser emitidas e enviadas para o e-mail [financeiro@museudofutebol.org.br](mailto:financeiro@museudofutebol.org.br) dentro do mês de competência da prestação de serviços, sob pena de não serem aceitas fora do prazo aqui estabelecido.*
- e) *O IDBRASIL recebe notas fiscais emitidas entre os dias 01 e 26 do mês da prestação dos serviços.*
- f) *Notas fiscais emitidas entre os dias 27 e 30/31 não serão aceitas e, deverão ser canceladas pelo contratado.*
- g) *Os pagamentos se darão exclusivamente por boleto bancário, com o CNPJ em nome da empresa CONTRATADA, o IDBrasil não realiza pagamento de factoring ou com CNPJ diferente da Razão Social da empresa CONTRATADA.*

## **16. DAS CONDIÇÕES GERAIS:**

16.1. 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.

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

16.3. 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](mailto:compras@idbr.org.br) e [renata.beltrao@idbr.org.br](mailto:renata.beltrao@idbr.org.br).

**O proponente, ao apresentar a sua proposta comercial, declara estar ciente e manifesta sua concordância com o fato de que a CONTRATANTE, na qualidade de Organização Social qualificada perante a Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo, para fins de atendimento do Decreto Estadual nº 64.056/2018 e demais determinações dos órgãos públicos, disponibilizará em seu sítio eletrônico a relação dos prestadores de serviços por ela contratados, com indicação do tipo de serviço, vigência e valor do ajuste, a ser disponibilizada com a prestação de contas de cada exercício, salvo nos casos em que houver cláusula de confidencialidade previamente aprovada, ressalvando a publicação, quando as informações serão cujas informações serão apresentadas somente ao órgão contratante e aos órgãos de controle.**

**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.**