

Termos de Referência

Título da Consultoria	Desenvolvimento e execução do Plano de Comunicação e Marketing do Projeto Mercado Sur Sur Brasil
Unidade de dependência	Endereço comercial
Alcance	Brasil
Relações internas	Gerente de Projetos do Mercado Sul Sul
Relações externas	Organizações / Consultores
Reporta para	Endereço comercial

Contexto da Consultoria

Em seu plano estratégico, CLAC contempla algumas prioridades e uma delas é direcionada ao incremento de mercados existentes e novos. Desta forma, estamos na fase de implantação do **Projeto Piloto Mercado Sul Sul Brasil**, que possui 02 (dois) eixos prioritários: **Mercado** e **Cultura do Comércio Justo**. Este trabalho coroa todos os esforços direcionados aos pequenos produtores (as), com ênfase na abertura, manutenção e ampliação dos canais de comercialização.

Para que estes canais de comercialização sejam efetivamente abertos é crucial nos estruturarmos para o lançamento da marca FAIRTRADE no Brasil e em todos os seus desdobramentos.

Consideramos que uma marca, mesmo sem ter sido efetivamente lançada em um determinado território, indubitavelmente, já possui concorrentes – fácil ou dificilmente mapeados. Somos sabedores de que produtos e serviços inovadores no mercado têm a capacidade de destruir, em pouco tempo, a posição aparentemente confortável de empresas líderes. Para enfrentar a concorrência ou sobreviver, as organizações precisam se auto reinventar continuamente, quer seja através de seu portfólio de produtos e serviços; dos seus métodos de produção; das suas estratégias de marketing e/ou das tecnologias de produtos e processos – isto só para exemplificarmos.

Nosso foco, através deste trabalho, está direcionado à elaboração e execução do Plano de Comunicação e Marketing do Projeto Piloto Mercado Sul Sul Brasil, com a finalidade de permitir às organizações de pequenos(as) produtores(as) e aos trabalhadores (as) associados(as) à CLAC explorar e inserir seus produtos no mercado brasileiro.

A consultoria/agência contará com os insumos necessários (estudo de mercado, banco de fotos e vídeos) para prestação de serviços especializados na área de Comunicação Social e Marketing. Portanto, a consultoria/agência será encarregada de elaborar e executar um plano de comunicação e marketing, pelo período de 12 (doze) meses, para lançamento e posicionamento da marca FAIRTRADE no Brasil, priorizando, neste momento, a Região Sudeste, envolvendo os estados de Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, potenciais mercados consumidores.

I) **Objetivo da Consultoria**

Elaborar e executar um plano anual de comunicação e marketing para lançamento e posicionamento da marca Fairtrade no Brasil.

Informações adicionais para o desenvolvimento dos trabalhos a serem compartilhadas, com a empresa vencedora, após assinatura do contrato a ser firmado com CLAC:

Avaliação da demanda real e do perfil do potencial consumidor para o lançamento da marca do FAIRTRADE no Brasil

- Locais nos quais estes consumidores teriam tendência a procurar pelos produtos FAIRTRADE;
- Estimativa do quantitativo de potenciais consumidores para os produtos FAIRTRADE, a saber: **café** (torrado, torrado e moído, solúvel e cápsulas/pods), **sucos** (nas categorias mais comercializadas no Brasil, a serem especificadas na proposta) e **vinhos** (nas categorias mais comercializadas no Brasil, a serem especificadas na proposta);
- Definição do perfil dos potenciais consumidores dos produtos FAIRTRADE. Categorização deste consumidor, abordando diversas questões, incluindo, também, as tendências até 2025.

Indicação sobre principal (is) eixo (s) que deverá (ão) balizar a estratégia que será adotada para o lançamento da marca FAIRTRADE no Brasil.

Serão considerados os pilares de atuação de CLAC / FAIRTRADE com relação ao Comércio Justo, percebidos como diferenciais prioritários da certificação FAIRTRADE, a saber:

- ✓ Respeito ao meio-ambiente,
- ✓ Segurança alimentar,
- ✓ Rastreabilidade,
- ✓ Comércio direto entre produtores (as) e consumidores (as),
- ✓ Renda digna para produtores (as) e trabalhadores (as),
- ✓ Valorização dos mercados locais.

Além das questões referentes aos Eixos Transversais:

- ✓ Gênero,
- ✓ Mudança Climática,
- ✓ Soberania Alimentar,
- ✓ Proteção Infantil,
- ✓ Inclusão de Jovens,
- ✓ Sustentabilidade Ambiental,
- ✓ Respeito aos Direitos Humanos (Cumprimento de legislação trabalhista; mitigação de trabalho escravo; apoio a maiores vulneráveis etc.).

Destacamos, os pontos considerados mais estratégicos, a serem adotados para calcarmos o lançamento da marca FAIRTRADE no Brasil, junto aos potenciais consumidores (B2C) e aos interlocutores das distintas cadeias, responsáveis pelas compras e/ou programas de sustentabilidade destes produtos (B2B).

Será compartilhado, também, extrato de relatório com tabulação e análise das informações, baseadas em pesquisas, indicando quais seriam os pilares de atuação de CLAC, que mais impactariam no potencial consumidor de produtos FAIRTRADE no Brasil (B2C) e nos interlocutores das distintas cadeias (B2B), com razões que respaldam esta conclusão.

A marca FAIRTRADE será lançada no Brasil baseada no conceito de Melhora Contínua e Inovação. Assim, a consultoria deverá utilizar os meios necessários criar um **Plano de Comunicação e Marketing** que esteja em consonância com este conceito, desenvolvendo sugestões das estratégias mais adequadas da construção deste processo.

Nos anexos [Campanha “What is Fair?”](#) e [Estratégia Global FAIRTRADE](#) disponibilizamos informações gerais acerca da Campanha “What is Fair?” e da estratégia global FAIRTRADE e da Campanha “What is Fair?”, que deverão ser utilizados como base para o desenvolvimento do Plano, objeto deste TDR.

II) Produtos Esperados

Plano de Comunicação e Marketing para lançamento e posicionamento da marca Fairtrade no Brasil. O plano deverá contemplar as fases de: pré-lançamento, lançamento e pós-lançamento. O período estabelecido para a consecução destes serviços é de 1 ano. A proposta deverá apresentar valores detalhados, por produtos e serviços a serem entregues, bem como cronograma de trabalho e respectivas fases.

É fundamental que o Plano de Comunicação e Marketing seja desenvolvido com o objetivo maior direcionado à geração de negócios para às organizações de pequenos (as) produtores (as) e trabalhadores (as) associados (as) à CLAC, através da inserção dos seus produtos no mercado brasileiro.

O Plano de Comunicação e Marketing deverá contemplar, inclusive, os seguintes tópicos, com informações referentes ao quantitativo das peças a serem elaboradas e/ou serviços a serem prestados, assim como, a periodicidade de cada ação.

- Criação e desenvolvimento de peças para mídias online e off-line, tais como: banners, folhetos, panfletos, fachadas e outros;
- Desenvolvimento de projetos gráficos;
- Desenvolvimento de identidade visual;
- Asesorar en el desarrollo del sitio web del proyecto Mercado Sur Sur Brasil
- Atualização, produção e gerenciamento de conteúdo no website (inserir na proposta número de publicações, periodicidade, formato, conteúdo e outros itens a serem contemplados);
- Tratamento de imagens;
- Criação e gestão das redes sociais Facebook e Instagram, bem como a criação e publicação de posts, capas e toda a estrutura de ambas as redes sociais;

- Determinação dos Key Performance Indicators (KPIs) das redes sociais Facebook e Instagram, com a apresentação de relatórios mensais das métricas;
- Produção de materiais gráficos de divulgação para redes sociais (pagas e orgânicas) e outros meios de comunicação;
- Planejamento e execução das campanhas publicitárias para as redes sociais, bem como elaboração de um calendário de conteúdo editorial;
- Produção de conteúdo para jornais e outros meios de comunicação;
- Desenvolvimento de estratégia para a disseminação de e-mail marketing, propondo periodicidade e conteúdos;
- Elaboração de proposta de calendário de eventos estratégicos para o lançamento da marca FAIRTRADE no Brasil. Deverá ser considerado como marco inicial, o segundo sábado de maio, mês do Comércio Justo – Dia Internacional do CJ (incluindo a Semana Internacional do Café – SIC). O foco inicial da Iniciativa está direcionado aos seguintes segmentos: café, suco de laranja e vinho;
- Elaboração e execução de avaliação da implantação do plano de comunicação e marketing, com mensuração de resultados.

III) **Duração e condições de contratação**

A empresa de consultoria selecionada será contratada pelo período de 01 ano, a contar da data de assinatura do contrato, para a execução dos trabalhos previstos neste TDR;

Todos os produtos serão entregues em português, e relatórios entregues em espanhol e português inclusive as apresentações em power point.

Todo o material oriundo do desenvolvimento deste Plano de Comunicação e Marketing será analisado pela equipe técnica responsável pelo Projeto, em prazo a combinar, a contar da data de entrega deste material. Fica certo que poderão ser demandados, à empresa contratada, ajustes para que esses materiais possam ser efetivamente aceitos;

No caso de serem demandados ajustes nos materiais entregues à CLAC, serão acertados entre as equipes de CLAC e a consultoria contratada prazos para a revisão dos produtos, assim como, prazo para que a equipe de CLAC possa realizar revisão destes produtos e formalizar o seu aceite;

Um cronograma detalhado deverá ser estruturado e apresentado à equipe de CLAC, para possíveis adequações, para o início efetivo dos trabalhos. Deverão ser contempladas, ao menos, 02 (duas) reuniões de trabalho mensais, entre a empresa contratada e CLAC,

À medida que os trabalhos avancem e os produtos sejam gerados, estes deverão ser apresentados à CLAC, para conhecimento, aprovação e, se for o caso, ajustes que deverão ser efetuados pela contratada. Estes produtos deverão ser reapresentados à CLAC para nova avaliação e posicionamento da organização a respeito, sendo certo que CLAC aprovará e/ou recomendará possíveis ajustes nos materiais a serem desenvolvidos.

Os pagamentos se realizarão, depois da assinatura do contrato e de acordo com o exposto abaixo, cujos detalhes serão validados e especificados, juntamente com respectivo cronograma físico e financeiro.

Etapa 1 – Proposta do Plano de Comunicação e Marketing Anual, com cronograma físico e financeiro, juntamente com o calendário de conteúdo editorial para as redes sociais e meios de comunicação - da Fase 1 (Pré-lançamento) - apresentadas integralmente para análise, considerações, eventuais ajustes e aprovação de CLAC. **Ao finalizar a Etapa 1 deverá ser entregue à CLAC, relatório de resultados, de acordo com o formato proporcionado por esta organização, nos idiomas português e espanhol.**

Etapa 2 – Execução integral e concluída da Fase 1 (Pré-lançamento) do Projeto. Apresentação do calendário de conteúdo editorial para as redes sociais e meios de comunicação - da Fase 2 (Lançamento). Este material deverá ser apresentado integralmente para análise, considerações, eventuais ajustes e aprovação de CLAC. **Ao finalizar a Etapa 2 deverá ser entregue à CLAC, relatório de resultados, de acordo com o formato proporcionado por esta organização, nos idiomas português e espanhol.**

Etapa 3 – Execução integral e concluída da Fase 2 (Lançamento) do Projeto. Apresentação do calendário de conteúdo editorial para as redes sociais e meios de comunicação - da Fase 3 (Pós-Lançamento). Este material deverá ser apresentado integralmente para análise, considerações, eventuais ajustes e aprovação de CLAC. **Ao finalizar a Etapa 3 deverá ser entregue à CLAC, relatório de resultados, de acordo com o formato proporcionado por esta organização, nos idiomas português e espanhol.**

Etapa 4 – Execução integral e concluída da Fase 3 (Pós-Lançamento) do Projeto. Elaboração e execução de avaliação da implantação do plano de comunicação e marketing, com mensuração de resultados. Este material deverá ser apresentado integralmente para análise, considerações, eventuais ajustes e aprovação de CLAC. **Ao finalizar a Etapa 4 deverá ser entregue à CLAC, relatório de resultados, de acordo com o formato proporcionado por esta organização, nos idiomas português e espanhol.**

Deverão ser entregues 2 (duas) apresentações com o trabalho desenvolvido, tendo como conteúdo a mensuração de resultados do Plano de Comunicação e Marketing (uma com todo o conteúdo e outra de forma mais sintética, em português e espanhol), juntamente com um relatório final englobando todas as etapas do trabalho desenvolvido.

Fica certo que todos os produtos e serviços oriundos desta contratação deverão ser formalmente aprovados por CLAC, podendo ser demandados ajustes nestes materiais, sempre que necessário. Isto inclui a aprovação prévia de todos os serviços e produtos relativos à cada fase da proposta.

CLAC realizará os pagamentos da empresa contratada sem incorrer em retenções de nenhum tipo, pelo que as obrigações fiscais que se gerem como resultado desta prestação de serviços, estarão sob a responsabilidade da empresa contratada, de acordo com a legislação brasileira.

NOTA: Os recursos para a contratação de espaços publicitários (pauta) em meios de comunicação não devem ser incluídos na oferta econômica, unicamente o custo dos serviços que serão oferecidos pela empresa a ser contratada.

Todos os custos necessários à execução dos serviços objeto deste TDR, incluindo impostos, transferências bancárias e/ou quaisquer outros que possam ocorrer serão por conta única e exclusiva da empresa contratada.

A empresa contratada deverá manter uma comunicação fluída com interlocutor (a) designado pela CLAC, responsável pela interface de CLAC com a empresa contratada para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários com relação ao trabalho a ser desenvolvido.

Serão realizadas ao menos 02 (duas) reuniões quinzenais, com a duração necessária para o acompanhamento e consecução dos trabalhos, entre representantes de CLAC e representantes da empresa contratada, para acompanhamento das atividades a serem desenvolvidas, ou sempre que necessário. Estas reuniões deverão ser inseridas no cronograma de atividades a ser proposto pela empresa contratada.

IV) Plano de entrega, verificação e edição final

A empresa consultora deverá apresentar um Plano de Trabalho que contemple os tempos estimados necessários (com uma breve justificativa) para o desenvolvimento de cada produto.

V) Requisitos da Empresa Contratada

As empresas interessadas em prestar estes serviços de consultoria devem demonstrar que cumprem com os seguintes requisitos:

- Empresa de Comunicação e Marketing com experiência, de pelo menos 5 anos, em desenvolvimento de Planos de Comunicação e Marketing para lançamento de grandes marcas, com foco nos mercados B2B e B2C;
- Empresa de Comunicação e Marketing, com experiência de pelo menos 5 (cinco) anos, de serviços prestados no desenvolvimento de identidade visual e/ou marca institucional para o setor público ou privado;
- Empresa de Comunicação e Marketing, com experiência de Comunicação e Marketing, com experiência de pelo menos 5 (cinco) anos em elaboração de planos de mídia e em contratação de espaços publicitários (compra de pauta) em meios de comunicação e redes sociais;
- Empatia com a causa do Comércio Justo.

Todas as comprovações de experiências e de prestação de serviços mencionadas em este TDR referem-se única e exclusivamente ao mercado brasileiro.

VI) Diferenciais

Serão percebidos como diferenciais para fins de avaliação das propostas:

- a) a empresa que contar em seu portfólio com trabalhos desenvolvidos com relação ao Comércio Justo e/ou com trabalhos semelhantes que tenham consonância com os propósitos do comércio justo e/ou da economia solidária.

- b) o nível de criatividade que balizará a formatação da proposta técnico-financeira a ser apresentada pelas empresas.

Será objeto deste processo de seleção a análise dos seguintes itens, com relação às pessoas jurídicas e seus respectivos colaboradores:

- Atestados da empresa candidata, comprovando sua experiência neste segmento de atuação;
- Portfólio da empresa candidata.

VII) Condições da Contratação

O tempo estipulado para esta consultoria é de 1 ano. A entrega dos produtos se realizará de acordo com o cronograma pré-estabelecido e aprovado pela CLAC.

Nota: Para agilizar e facilitar a realização das atividades, a empresa consultora receberá o apoio da equipe operativa do Projeto Mercado Sul Sul Brasil e da Unidade de Comunicação Estratégica, que lhes facilitarão a informação geral necessária e a apoiarão com relação à definição do cronograma geral.

VIII) Principais responsabilidades da empresa contratada:

1. Elaborar um plano de entregas, onde se especifique: cronograma de tempos esperados para o desenvolvimento do Plano de Comunicação e Marketing do Projeto, contemplando todos os produtos citados anteriormente;
2. Seguir as especificações do manual de marca proporcionado por CLAC;
3. Participar de reuniões de trabalho com a equipe operativa de CLAC, coordenadas pela Unidade de Comunicação Estratégica;
4. Apresentar os produtos para revisão da equipe de CLAC, para aprovação formal final dos produtos elaborados;
5. Contactar aos meios de comunicação selecionados para cotização dos valores dos espaços publicitários;
6. Preparar versão final dos produtos a serem entregues à CLAC;
7. Manejar adequadamente e ético dos elementos visuais, assim como dos documentos e informações que lhes sejam facilitados no marco da consultoria;
8. Obter as autorizações para o uso da imagem das pessoas que venham a ser entrevistadas, em caso de ser requerido;
9. Realizar a Gestão do conteúdo da página web do Projeto Mercado Sul Sul Brasil, segundo o Plano de Comunicação e Marketing;

10. Realizar a Gestão do conteúdo das redes sociais segundo o Plano de Comunicação e Marketing;
11. Garantir que as ferramentas, redes sociais, plataformas e serviços utilizados durante a execução do plano e que sejam requeridos para um funcionamento futuro sejam adquiridos sob o nome de CLAC.

IX) Principais responsabilidades de CLAC:

1. Orientar a empresa contratada na criação e desenvolvimento do Plano de Comunicação e Marketing do Projeto e todos os produtos nele contemplados, que são objeto deste TDR;
2. Retroalimentar à empresa e à sua equipe de profissionais sobre os produtos da consultoria;
3. Realizar os pagamentos correspondentes, de acordo com as condições pré-estabelecidas no TDR e no contrato a ser firmado.

X) Propriedade Intelectual

Fica estabelecido no presente Termo de Referência, sendo parte indivisível do contrato, que gere a contratação da empresa e sua respectiva equipe, que todo o material visual ou produção intelectual resultante do trabalho realizado e qualquer outra informação complementar será considerada, desde sua elaboração, como propriedade de CLAC e Fairtrade Internacional, que terão os direitos exclusivos para publicar ou difundir os mesmos.

XI) Duração e condições de contratação

- A empresa de consultoria contratada não deverá exceder ao prazo de 1 ano, a contar da data de assinatura do contrato, para a finalização dos trabalhos e entrega de todos os produtos solicitados;
- Todos os produtos a serem entregues deverão ser desenvolvidos em português. Deverão ser entregues 2 (duas) apresentações com o trabalho desenvolvido, tendo como conteúdo o resultado da avaliação do Plano de Comunicação e Marketing (uma com todo o conteúdo e outra de forma mais sintética, em português e espanhol). Todo o material oriundo do desenvolvimento deste estudo será analisado pela equipe técnica responsável pelo Projeto, num prazo de até 20 (vinte) dias úteis, a contar da data de entrega deste material. Fica certo que poderão ser demandados, à empresa contratada, ajustes para que esses materiais possam ser efetivamente aceitos;
- Um cronograma detalhado deverá ser estruturado para o início efetivo dos trabalhos e deverão ser contempladas, ao menos, 02 (duas) reuniões de trabalho mensais, entre a empresa contratada e CLAC,
- Fica certo que, à medida que os trabalhos avancem e os produtos sejam gerados, estes deverão ser apresentados à CLAC, para conhecimento, aprovação e, se for o caso ajustes que deverão ser efetuados pela contratada em um prazo acordado com CLAC. Estes produtos deverão ser reapresentados à CLAC para nova avaliação e posicionamento da

organização a respeito, sendo certo que CLAC aprovará e/ou recomendará possíveis ajustes nos materiais a serem desenvolvidos.

XII) Critérios de seleção

A avaliação será feita nas seguintes etapas:

- a) Comprovação da experiência da empresa candidata, com relação a trabalhos similares desenvolvidos anteriormente;

Documento	Tipo	Observação
Atestados de capacidade técnica	Cópia simples	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa de Comunicação e Marketing com experiência, de pelo menos 5 (cinco) anos, em desenvolvimento de Planos de Comunicação e Marketing para lançamento de grandes marcas, com foco nos mercados B2B e B2C; • Empresa de Comunicação e Marketing, com experiência de pelo menos 5 (cinco) anos, de serviços prestados no desenvolvimento de identidade visual e/ou marca institucional para o setor público ou privado; • Empresa de Comunicação e Marketing, com experiência de Comunicação e Marketing, com experiência de pelo menos 5 (cinco) anos em elaboração de planos de mídia e em contratação de espaços publicitários (compra de pauta) em meios de comunicação e redes sociais; • Empatia com a causa do Comércio Justo. <p>Todas as comprovações de experiências e de prestação de serviços mencionadas em este TDR referem-se única e exclusivamente ao mercado brasileiro.</p>

- b) Comprovação da experiência da empresa candidata, com relação à equipe envolvida nesta prestação de serviços;

Perfil	Experiência	Comprovação
Disponível em seu quadro de profissional (is) com experiência em desenvolvimento de Planos de Comunicação e Marketing para lançamento de grandes marcas, com foco nos mercados B2B e B2C;	Experiência mínima de cinco anos	Declarações de serviços prestados com curriculum vitae Portfólio de projetos
Disponível em seu quadro, de profissional (is) com experiência em serviços prestados no desenvolvimento de identidade visual e/ou marca institucional para o setor público ou privado;	Experiência mínima de cinco anos	Declarações de serviços prestados com curriculum vitae Portfólio de projetos
Disponível em seu quadro, de profissional com experiência de Comunicação e Marketing, em elaboração de planos de mídia e em contratação de espaços publicitários (compra de pauta) em meios de comunicação e redes sociais;	Experiência mínima de cinco anos	Declarações de serviços prestados com curriculum vitae Portfólio de projetos

XIII) Diferencial:

Quesito	Comprovação	Observação
a) a empresa que contar em seu portfólio com trabalhos desenvolvidos com relação ao Comércio Justo e/ou com trabalhos semelhantes que tenham consonância com os propósitos do comércio justo e/ou economia solidária.	Portfólio	
b) o nível de criatividade que balizará a formatação da proposta técnico-financeira a ser apresentada pelas empresas.		

Apresentação dos seguintes documentos, pela empresa candidata, com relação à habilitação jurídica e fiscal:

Documento	Tipo	Observação
Ato constitutivo, estatuto, contrato social em vigor (com as respectivas alterações ou consolidação contratual), devidamente registrado no órgão competente (Junta comercial, cartório, OAB).	Cópia simples	O objeto social da empresa deve ser compatível com a prestação de serviços objeto deste TDR, explicitando a natureza de prestação de serviços de consultoria nas áreas correlatas a este TDR.
Comprovante de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ.	Cópia simples emitida eletronicamente e com data atualizada	
Comprovantes de regularidade: 1) Fazenda Federal (tributos federais e dívida ativa da União), 2) Fazenda Estadual, 3) Fazenda Municipal do domicílio ou sede da matriz/filial da empresa, na forma da lei.	Cópia simples, emitida eletronicamente	Deverá constar o cabeçalho e o rodapé do site da internet em que foram emitidos estes comprovantes, com a indicação da data de emissão e o endereço eletrônico. Mesmo as empresas isentas de Inscrição Estadual deverão enviar o devido comprovante/ documento que ateste essa condição.
Comprovante de regularidade relativo ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), no cumprimento dos encargos instituídos por lei.	Cópia simples, emitida eletronicamente	Deverá constar o cabeçalho e o rodapé do site da internet em que foi emitida, com a indicação da data de emissão e o endereço.
*Termo de Confidencialidade (no momento da assinatura do contrato)	Documento original, assinado pelo representante legal, em papel timbrado da empresa candidata.	
*Declaração com relação à Política de Proteção vigente em CLAC (no momento da assinatura do contrato)	Documento original, assinado pelo representante legal, em papel timbrado da empresa candidata.	

XIV) Apresentação da Proposta Técnica e Financeira

Documento	Tipo	Nota
Proposta detalhada dos produtos e serviços e respectivos valores, que serão oferecidos através desta consultoria, com respectivos valores.	Documento original, assinado pelo representante legal, em papel timbrado da empresa candidata.	

XV) Recepção das propostas

As empresas interessadas que cumpram com os requisitos descritos devem enviar os seguintes documentos a fim de serem considerados para o processo de seleção:

- Portfólio atualizado;
- Cartas de referência, com comprovação de experiência;
- Cronograma de tempos esperados para a elaboração dos produtos, com proposta técnico-financeira;
- Carta de motivação;
- Proposta detalhada do Plano de Comunicação e Marketing, com produtos e serviços a serem oferecidos a CLAC.
- Demais documentos citados no corpo deste TDR.

Importante:

O envio destes documentos por correio eletrônico não deve exceder 50MB, do contrário se recomenda realizar o envio através de OneDrive, Google Drive, WeTransfer ou similares.

A data máxima para o envio das propostas é **de até 31/10/2022**. As propostas incompletas ou que não tenham considerado as indicações contidas neste TDR serão descartadas automaticamente.

Com base na revisão detalhada deste Termo de Referência, os interessados poderão enviar a sua proposta técnico-financeira e os demais documentos solicitados neste TDR, para o endereço eletrônico: adquisiciones@clac-comerciojusto.org com cópia para noe.h@clac-comerciojusto.org com assunto: **“Plano de Comunicação e Marketing – Projeto Mercado Sul Sul Brasil”**.

Os licitantes são responsáveis por garantir que suas propostas atendam aos requisitos técnicos especificados neste documento;

À CLAC reserva-se o direito de rescindir este Termo de Referência ou modificar os requisitos de notificação aos licitantes.