TERMO DE REFERÊNCIA NÚMERO 110.2026
TERMO DE CONVÊNIO Nº 13-2/2024

ELABORAÇÃO DE ESTUDO DE MERCADO SOBRE O SUCO DE UVA

O Instituto de Gestão, Planejamento e Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado do Rio Grande do Sul – CONSEVITIS-RS, com sede na Alameda Fenavinho, n° 481, Bloco 2, sala 301, município de Bento Gonçalves, RS, CEP 95703-364, inscrito no CNPJ 44.563.912/0001-47, visa a contratação de empresa de pesquisa de estudos para realização de estudos quantitativos e qualitativos sobre o suco de uva.

1. JUSTIFICATIVA

Justifica-se a presente contratação por força do Termo de Colaboração FPE nº 4837/2022, celebrado entre o Estado do Rio Grande do Sul e CONSEVITIS-RS, a contratação empresa de pesquisa de estudos para realização de estudos quantitativos e qualitativos sobre o suco de uva.

A proposta deverá conter os itens citados abaixo no “Objeto da Prestação de Serviços”.

2. OBJETO DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

O presente Termo de Referência tem por objeto a contratação de empresa especializada para a realização de **estudo estratégico de mercado, comportamento do consumidor e posicionamento mercadológico (branding) do suco de uva brasileiro**, com abrangência nacional e internacional, visando gerar inteligência de mercado para subsidiar a definição de estratégias voltadas ao fortalecimento da categoria, ampliação do consumo, desenvolvimento de novos mercados e incremento da competitividade do produto.

A contratação não tem por finalidade o desenvolvimento de identidade visual, criação de marca ou elaboração de peças de comunicação. Para fins deste Termo de Referência, o conceito de branding refere-se ao processo estratégico de construção, fortalecimento e reposicionamento da percepção de valor do suco de uva brasileiro perante consumidores,

compradores e formadores de opinião, fundamentado em evidências obtidas por meio de pesquisa e análise de mercado.

O estudo deverá reunir informações atualizadas sobre o mercado de suco de uva, contemplando aspectos relacionados ao comportamento do consumidor, percepção de valor, posicionamento competitivo, atributos valorizados, hábitos e ocasiões de consumo, tendências de mercado, oportunidades de crescimento e desafios para expansão da categoria.

Os trabalhos deverão contemplar obrigatoriamente:

1) **Mercado doméstico (Brasil)**;
2) **Mercados internacionais prioritários:** Estados Unidos, China, Paraguai, Emirados Árabes Unidos, Japão e Rússia.

A empresa contratada poderá, com base nas evidências levantadas durante o estudo, recomendar a inclusão de outros mercados considerados estratégicos para o desenvolvimento futuro do setor.

Como fonte das informações, deverão ser consultadas bases de dados FAOSTAT, Associação Internacional de sucos de frutas e vegetais (IFU), Comex Stat (Portal de Estatísticas de Comércio Exterior Brasileiro), SISDEVIN – não se limitando apenas a esses.

Mais do que apresentar um diagnóstico mercadológico, espera-se que o estudo responda, de forma objetiva e fundamentada, à seguinte questão estratégica:

Como posicionar o suco de uva brasileiro de forma competitiva nos mercados nacional e internacional, ampliando sua percepção de valor, relevância e atratividade perante os consumidores, de modo a impulsionar o crescimento sustentável do consumo e da comercialização do produto?

O estudo deverá possuir caráter eminentemente estratégico e aplicado, não se limitando à apresentação de dados estatísticos ou análises descritivas. Espera-se que seus resultados gerem inteligência de mercado capaz de subsidiar decisões relacionadas ao posicionamento da categoria, desenvolvimento de produtos, estratégias de comunicação, promoção, distribuição, comercialização e abertura de novos mercados.

Como resultado da contratação, a empresa deverá **apresentar um Plano Estratégico de Posicionamento do Suco de Uva Brasileiro**, contendo recomendações práticas, fundamentadas e passíveis de implementação, voltadas ao fortalecimento da categoria no mercado brasileiro e nos mercados internacionais analisados.

2.1 ESCOPO MÍNIMO DO ESTUDO

O estudo deverá contemplar, no mínimo, os seguintes eixos de análise, com amostragem representativa:

I – Diagnóstico do mercado

- Dimensionamento dos mercados analisados;
- Dados de produção, consumo, comercialização, importação e exportação, quando aplicável;
- Evolução histórica e perspectivas para os próximos cinco anos;
- Estrutura competitiva;
- Participação dos principais concorrentes;
- Tendências de consumo;
- Mensuração de panorama do que é comercializado no mercado interno em termos de suco de uva (integral, reconstituído, etc);
- Paladar infantil – qual tipo de uva é mais bem aceito para esse perfil de consumidor;
- Oportunidades e ameaças para o setor;
- Elaboração de matriz SWOT para os mercados analisados.

II – Perfil e comportamento do consumidor

A pesquisa deverá identificar e analisar:

- perfil demográfico e socioeconômico;
- perfil comportamental;
- hábitos de consumo;
- frequência de consumo;
- ocasiões de consumo;
- locais de consumo (residência, trabalho, restaurantes, cafeterias, escolas, eventos, entre outros);
- jornada de compra;
- canais preferenciais de aquisição;
- fatores determinantes para a decisão de compra;
- percepção de valor do produto;
- sensibilidade ao preço;
- ticket médio;
- barreiras e estímulos ao consumo;
- fatores de fidelização.

III – Conhecimento e percepção da categoria

O estudo deverá avaliar:

- grau de conhecimento da categoria "suco de uva";
- grau de conhecimento da categoria "suco de uva 100%";
- percepção sobre qualidade;
- percepção sobre saudabilidade;
- percepção sobre naturalidade;
- confiança no produto;
- atributos mais valorizados pelos consumidores;
- principais dúvidas existentes;
- fatores que limitam o consumo;
- oportunidades para educação do consumidor.

Também deverá avaliar como os consumidores compreendem diferentes terminologias utilizadas na comunicação do produto, tais como:

- "100% suco";
- "100% fruta";
- "suco integral";
- "NFC (Not From Concentrate)";
- "sem adição de açúcar";
- demais denominações utilizadas em cada mercado.

IV – Posicionamento competitivo

O estudo deverá analisar o posicionamento do suco de uva frente às principais bebidas concorrentes, contemplando:

- comparação com outros sucos de frutas;
- bebidas funcionais;
- bebidas naturais;
- néctares;
- refrigerantes;
- demais categorias substitutas.

Deverá ainda identificar:

- fatores que levam o consumidor a escolher o suco de uva em relação a outras bebidas;
- diferenciais competitivos da categoria;

- oportunidades de posicionamento.

V – Comunicação e branding

A empresa deverá identificar quais atributos apresentam maior potencial para construção da percepção de valor do produto, considerando aspectos como:

- sabor;
- qualidade;
- saudabilidade;
- naturalidade;
- origem;
- sustentabilidade;
- autenticidade;
- benefícios funcionais;
- benefícios emocionais;
- praticidade.

Também deverá avaliar:

- relevância da comunicação dos varietais utilizados na elaboração do produto;
- efetividade da comunicação sobre "100% suco" em cada mercado;
- necessidade de adaptação das mensagens para diferentes públicos;
- mensagens com maior potencial para geração de valor percebido.

VI – Embalagem

O estudo deverá avaliar a influência da embalagem sobre o comportamento do consumidor, contemplando:

- aceitação dos diferentes formatos disponíveis no mercado;
- percepção sobre embalagens cartonadas (Tetra Pak®), vidro, PET e demais formatos relevantes;
- influência da embalagem na decisão de compra;
- percepção quanto à preservação da qualidade e das características do produto;
- praticidade;
- sustentabilidade;
- tamanho ideal;
- formatos mais adequados para diferentes ocasiões de consumo.

VII – Precificação

O estudo deverá contemplar:

- levantamento dos preços praticados nos mercados analisados;
- comparação entre concorrentes;
- posicionamento de preço do suco de uva brasileiro;
- percepção de valor associada ao preço;
- disposição do consumidor em pagar (willingness to pay);
- recomendações de posicionamento de preço.

VIII – Canais de comercialização

O estudo deverá identificar os canais com maior potencial para desenvolvimento da categoria, contemplando, quando aplicável:

- supermercados;
- atacarejos;
- lojas especializadas;
- empórios;
- lojas de produtos naturais;
- food service;
- restaurantes;
- cafeterias;
- hotéis;
- escolas;
- conveniência;
- comércio eletrônico;
- marketplaces;
- clubes de assinatura;
- demais canais relevantes.

IX – Benchmark nacional e internacional

A empresa deverá analisar casos de sucesso relacionados ao reposicionamento de categorias de alimentos e bebidas, identificando estratégias que possam servir de referência para o desenvolvimento do suco de uva brasileiro.

Poderão ser considerados exemplos como:

- açaí – o mais indicado para o mercado internacional;
- água de coco;
- kombucha;
- cranberry;

- romã;
- aloe vera;
- outras categorias consideradas relevantes.

O estudo deverá apresentar análise crítica da aplicabilidade dessas estratégias ao contexto do setor.

X – Inteligência de mercado

Além da análise dos mercados definidos neste Termo de Referência, a empresa deverá identificar novos mercados com potencial para expansão da categoria, considerando:

- potencial de consumo;
- crescimento esperado;
- ambiente competitivo;
- barreiras comerciais;
- perfil do consumidor;
- oportunidades de diferenciação;
- viabilidade de acesso ao mercado.

Ao final, deverá ser apresentada uma matriz de priorização indicando os mercados com maior potencial estratégico para o desenvolvimento do suco de uva brasileiro.

2.2 METODOLOGIA

A empresa contratada terá autonomia para definir a metodologia mais adequada para execução do objeto, desde que tecnicamente fundamentada e suficiente para atingir os objetivos propostos.

A metodologia poderá contemplar, entre outras técnicas:

- pesquisas quantitativas;
- pesquisas qualitativas;
- entrevistas em profundidade;
- grupos focais (focus groups);
- pesquisas de percepção;
- análise documental;
- levantamento de dados primários e secundários;
- benchmarking;
- análise estatística;
- utilização de bases de dados públicas e privadas;

- demais métodos técnicos reconhecidos.

A metodologia deverá ser apresentada previamente à contratante para validação antes do início da execução dos trabalhos.

2.3 ENTREGAS MÍNIMAS

A empresa contratada deverá entregar, no mínimo:

a) Plano de trabalho contendo metodologia, cronograma detalhado, etapas de execução e produtos previstos;

b) Relatórios mensais de acompanhamento contendo atividades desenvolvidas, resultados parciais e planejamento das etapas subsequentes;

c) Participação em reuniões de acompanhamento, sendo: reuniões virtuais sempre que solicitadas pela contratante; até duas reuniões presenciais ao longo da prestação, em Bento Gonçalves/RS, em datas previamente acordadas.

d) Relatório Técnico Final, em formato editável e PDF, contendo todas as análises, bases de dados utilizadas, resultados, conclusões e recomendações estratégicas. O relatório deverá possuir linguagem técnica, organização didática e apresentação gráfica de alta qualidade, utilizando gráficos, tabelas, mapas, infográficos e demais recursos visuais que facilitem a compreensão das informações.

e) Sumário Executivo dos resultados, entregue em: formato textual executivo; formato infográfico.

f) Plano Estratégico de Posicionamento do Suco de Uva Brasileiro, contemplando:

- diagnóstico consolidado;
- proposta de posicionamento para o mercado brasileiro;
- recomendações específicas para cada mercado internacional analisado;
- definição dos públicos prioritários;
- atributos prioritários de comunicação;
- mensagens-chave;
- recomendações para embalagem;
- recomendações para precificação;
- recomendações para comunicação e promoção;
- recomendações para desenvolvimento de novos mercados;
- plano de ação estruturado em curto, médio e longo prazo;

- indicadores sugeridos para monitoramento da implementação.

g) Apresentação presencial dos resultados finais do estudo em Bento Gonçalves/RS, acompanhada da disponibilização da apresentação em formato digital editável.

Todos os produtos deverão ser entregues em língua portuguesa, em formatos editáveis e não editáveis, passando a integrar o acervo técnico da contratante para utilização em ações de planejamento estratégico, desenvolvimento setorial, comunicação institucional, promoção e apoio à tomada de decisão.

3. VIGÊNCIA

O prazo de vigência será até o dia 31 de setembro de 2027 e após feita todas as entregas mencionadas no objeto, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante Termo Aditivo.

4. PROPOSTA FINANCEIRA

A proposta financeira deverá ser apresentada conforme o presente Termo de Referência, devendo conter as seguintes informações:

- ➔ Razão Social, CNPJ, endereço, contato telefônico e e-mail;
- ➔ Descrição do objeto supramencionado;
- ➔ Quantidades dos itens/serviços a serem prestados;
- ➔ Data da emissão da proposta;
- ➔ Nome legível e assinatura do representante legal.
- ➔ Valor e Forma de Pagamento. A proposta financeira deverá ser apresentada de acordo com a presente solicitação. O valor apresentado deverá contemplar as despesas de toda e qualquer espécie, seja advinda da execução total do contrato, seja de ordem tributária, trabalhista, previdenciária, despesas de deslocamento, alimentação e hospedagem.

5. FORMA E RECEBIMENTO DA PROPOSTA FINANCEIRA

A proposta financeira deverá ser enviada para os e-mails gerenciami@consevitis-rs.com.br, supervisaomi@consevitis-rs.com.br, rafael@winesofbrazil.com.br e rodolfo@winesofbrazil.com.br até às 18:00 horas do dia 20/01/2027.

6. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

A proposta financeira que apresentar menor valor total global será a vencedora.

Não serão admitidos fornecedores nos casos:

a) Cuja empresa esteja inadimplente junto ao CONSEVITIS-RS ou que ela e/ou seus sócios não desfrutem de idoneidade fiscal e jurídica no momento da habilitação, contratação e/ou curso do contrato.

b) Propostos por empregados efetivos do CONSEVITIS-RS, assim como por seus parentes até o terceiro grau.

c) De sócios pessoas politicamente expostas, com litígios com a Administração Pública (Federal, Estadual e/ou Municipal) ou implicadas em fatos relacionados a crimes contra a ordem financeira, crimes contra a administração pública, ao meio ambiente, às condições de trabalho, peculato, corrupção e outros fatos penalmente tipificados, desabonadores de idoneidade.

7. DIVULGAÇÃO DO RESULTADO

A critério do CONSEVITIS-RS todas as decisões serão divulgadas no website do CONSEVITIS-RS (www.consevitis-rs.com.br) ou por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação.

Os resultados serão publicados em até 15 (quinze) dias após a data de entrega das propostas.

8. DOCUMENTOS E DA FORMALIZAÇÃO DO CONTRATO

Sob pena de desclassificação sumária, a empresa vencedora deverá, no prazo de 20 (vinte) dias após o envio do e-mail de confirmação pelo CONSEVITIS-RS, apresentar a documentação abaixo:

a) Mínimo de 02 (dois) atestados/certidões de capacidade técnica emitido em nome da proponente, por pessoa jurídica de direito público ou privado existente há mais de 6 (seis) meses, que comprove que a empresa executou serviços equivalentes e está apta para o desempenho de atividades pertinentes e compatíveis e quantitativos com o objeto deste Termo de Referência.
b) Ato constitutivo da empresa;
c) Documento que comprove quem é o representante legal se o ato constitutivo não possuir;
d) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Federal;
e) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual (se aplicável);
f) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal;
g) Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Municipal (CND);
h) Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Estadual (CND);
i) Prova regularidade fiscal com a Fazenda Pública Federal (CND);
j) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho;
k) Certidão atualizada de regularidade relativa ao FGTS, expedida pela Caixa Econômica Federal;
l) Declaração de que não emprega pessoa menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, que também não emprega menor de dezesseis anos em qualquer situação, ressalvada na de aprendiz, e que não emprega menor de quatorze anos, nem possui condenação ou contratação análoga à escravidão; (fornecida pelo CONSEVITIS-RS)
m) Declaração de não parentesco até o terceiro grau com empregados do CONSEVITIS-RS e das entidades que fazem parte do seu Conselho (fornecida pelo CONSEVITIS-RS);
n) Declaração de que não possui entre seus sócios pessoas politicamente expostas, com litígios com a Administração Pública (Federal, Estadual e/ou Municipal) ou implicadas em fatos relacionados a crimes contra a ordem financeira, crimes contra a administração pública, ao meio ambiente, às condições de trabalho, peculato, corrupção e outros fatos penalmente tipificados, desabonadores de idoneidade.
o) Declaração que a empresa está adequada à Lei Geral de Proteção de dados pessoais Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), Lei nº 13.709/2018.

p) Declaração formal assinada pelo representante legal da empresa, declarando que sob as penalidades da lei, tem pleno conhecimento das condições e peculiaridades inerentes à natureza da prestação dos serviços, assumindo total responsabilidade por esse fato e informando que não utilizará para quaisquer questionamentos futuros que ensejassem avenças técnicas ou financeiras.

Após a análise dos documentos acima, o CONSEVITIS-RS enviará o Contrato para a empresa vencedora, caso a empresa não apresente os documentos acima ou os mesmos estiverem vencidos a empresa será inabilitada.

9. FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento será realizado integralmente ao final das comprovações de todas as entregas mencionadas no objeto, mediante comprovação da prestação de serviços através de relatório contendo a comprovação das horas prestadas, fotos, lista de presença, mediante aprovação prévia do CONSEVITIS-RS.

A CONTRATADA deverá entregar a Nota Fiscal, preenchida de acordo com as orientações da equipe interna do CONSEVITIS-RS. A falta desses documentos impossibilitará o pagamento.

A Nota Fiscal deverá apresentar a seguinte informação: “CONSEVITISRS CV N° 13-2/2024”.

10. AVALIAÇÃO DO SERVIÇO

O CONSEVITIS-RS terá o direito de exercer ampla fiscalização sobre a prestação dos serviços objeto do presente termo, ainda que por intermédio de prepostos seus, tendo como atribuições precípuas as seguintes:

a) Exigir da CONTRATADA a estrita obediência às estipulações deste Termo de Referência e ao Contrato e à melhor técnica consagrada pelo uso para a execução dos serviços objeto deste Instrumento.
b) Solicitar para que a CONTRATADA faça, corrija, ou refaça serviços defeituosos.

c) Controlar as condições da prestação de serviços, ajustando com a CONTRATADA as alterações na sequência da execução que forem consideradas convenientes ou necessárias, e controlar tais condições de modo a exigir desta, na ocorrência de atraso nos serviços, a adoção de regime de trabalho diferente.
d) Dar permanente assistência aos serviços, na interpretação e na solução de problemas surgidos.
e) Encaminhar à CONTRATADA as comunicações que se façam necessárias, com relação à fiscalização e controle dos serviços prestados.
f) Atestar a execução dos serviços referentes ao documento fiscal a ser apresentado.
g) Comprovar a regularidade fiscal, previdenciária e trabalhista, sem prejuízo cumprir com as solicitações por parte da CONTRATANTE. À Fiscalização caberá, ainda, determinar os prazos para cumprimento das exigências feitas.

11. DISPOSIÇÕES GERAIS

Os prazos previstos neste instrumento são improrrogáveis e correrão em dias corridos. A CONTRATADA deverá cumprir a legislação em vigor.

Os eventuais empregados e/ou prepostos da empresa contratada não terão qualquer vínculo empregatício com o CONSEVITIS-RS, sendo por conta exclusiva da empresa a ser contratada todas as obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e tributária.

A empresa contratada deverá manter absoluto sigilo e confidencialidade a respeito de quaisquer informações, dados, processos, fórmulas, códigos, cadastros, fluxogramas, diagramas lógicos, dispositivos, modelos ou outros materiais de propriedade do CONSEVITIS-RS, aos quais tiver acesso em decorrência da prestação de serviços. O valor/preço permanecerá fixo e irreajustável durante a vigência do termo.

O CONSEVITIS-RS não tem responsabilidade de arcar com qualquer dívida, pagamento, antecipação de valores, com fornecedores que o proponente possa vir a ter. O nome e/ou identidade da CONSEVITIS-RS e do Governo do Estado do Rio Grande do Sul não podem ser usados pelos proponentes para se beneficiarem em qualquer sentido que seja.

Não poderá prestar serviços que caracterizem qualquer conflito de interesses com o objeto deste.

Dentre outras a serem previstas contratualmente, serão obrigações da CONTRATADA:

a) Executar todos os serviços relacionados com o objeto e no Termo de Referência deste contrato.
b) Prestar esclarecimentos ao CONSEVITIS-RS sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam o proponente vencedor, seus sócios e/ou prepostos, independentemente de solicitação.
c) Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na contratação.
d) Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação aos serviços realizados ou distribuídos no exterior.
e) Assumir inteira responsabilidade pelas obrigações sociais, trabalhistas, previdenciárias, fiscais, tributárias, comerciais, civis (inclusive indiretas e extrapatrimoniais) e outras pertinentes ao objeto do contrato.
f) Responder perante ao CONSEVITIS-RS e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora em relação aos prazos assumidos, como também por qualquer culpa ou dolo na condução dos serviços de sua responsabilidade.
g) Responder pelos danos decorrentes da execução do presente contrato causados por seus empregados, prepostos ou contratados, perante a CONSEVITIS-RS, bem como terceiros, em decorrência da responsabilidade contratual ou extracontratual, subjetiva ou objetiva e, ainda, sem prejuízo da assunção de responsabilidade por eventual demanda judicial proposta por terceiros, incluindo, mas não se limitando a ações trabalhistas, em razão dos fatos decorrentes da execução do contrato.
h) Utilizar plataformas e aplicativos para prestação de contas, sempre de forma síncrona e detalhadamente em relação a cada tarefa executada.
i) Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades, enviando mensalmente estes a CONSEVITIS-RS ou, antes, conforme a sua solicitação.

j) Levar, imediatamente, ao conhecimento do CONSEVITIS-RS, qualquer fato extraordinário ou anormal que ocorrer na execução do objeto contratado, para adoção das medidas cabíveis.

12. PENALIDADES

Sem prejuízo à rescisão imediata em caso de inadimplência, a CONTRATADA estará sujeita, por falhas, irregularidades ou pelo não cumprimento dos prazos estipulados, com as seguintes penalidades, isoladas ou cumulativamente:

a) Advertência por escrito.

b) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor estimado do contrato, devidamente atualizado, pelo não cumprimento de qualquer das cláusulas deste instrumento e do contrato.

c) Juros de 1% (um por cento) ao mês sobre o valor estimado do contrato, desde o inadimplemento até a satisfação da obrigação.

13. IMPUGNAÇÃO

Será concedido o prazo de até 05 (cinco) dias da data fixada para o resultado, para impugnação, sob pena de preclusão.

Bento Gonçalves/RS, 13 de novembro de 2026.