

**RFP COMUNICAÇÃO 2024-014  
REQUEST FOR PROPOSAL  
CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PROMOÇÃO**

---

**ANEXO I  
TERMO DE REFERÊNCIA**

**1. OBJETO**

Contratação de serviços de prospecção, planejamento, concepção criativa, criação e produção de peças, logística e campanhas para promoção e eventos de qualquer natureza voltados aos públicos interno e externo do Banco do Nordeste, além de monitoramento dos resultados das ações.

1.1 Compreendem o objeto as atividades complementares e os serviços especializados pertinentes a:

a) prospecção, planejamento, desenvolvimento, formatação, organização e coordenação de ações promocionais do Banco do Nordeste, direcionadas aos públicos interno e externo, em território nacional;

b) criação e execução técnica de ações e/ou materiais promocionais, no âmbito do contrato;

c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de ações promocionais, destinadas a expandir os efeitos das ações do Banco do Nordeste junto a públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

1.1.1 A contratação dos serviços terá como objetivo fortalecer marcas, difundir ideias e princípios, posicionar o Banco do Nordeste e seus programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, estreitar o relacionamento da instituição com seus públicos de interesse e estimular a experimentação e a venda de produtos e serviços, por meio de soluções promocionais.

1.1.2 O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações promocionais para alcance dos objetivos de promoção e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.3 Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação promocional do Banco do Nordeste, no seu relacionamento com públicos de interesse.

1.2 O levantamento de orçamentos ora empreendido visa subsidiar composição de preço para contratação de 2 (duas) agências de promoção, cada uma doravante denominada licitante ou contratada.

**2. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS**

2.1 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o Banco do Nordeste na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de promoção, abrangendo:

a) Produtos e Serviços Essenciais: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo CONTRATANTE, com os respectivos quantitativos estimados de execução, nos Anexos II Especificação Técnica de Produtos e Serviços de Promoção e III Modelo de Proposta de Preço - Serviços de Promoção;

b) Produtos e Serviços Complementares: contemplam itens básicos e pontuais não passíveis de prestação pela contratada, nem de previsão pelo CONTRATANTE, mas indispensáveis para a adequada execução contratual, prestados por meio de fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da contratada, cujas categorias estão descritas no Anexo II Especificação Técnica de Produtos e Serviços de Promoção.

2.2 Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares do CONTRATANTE relativas ao objeto da contratação e contemplam ações previstas nas seguintes soluções de promoção:

Campanhas promocionais: ações de interação com públicos de interesse do Banco do Nordeste, intervenções em locais públicos ou privados, mobilizações de determinados segmentos da sociedade envolvendo, ou não, algum tipo de compensação (real ou simbólica), com o intuito de destacar informação pública relevante, incrementar a percepção relativa à atuação do BNB, estimular o engajamento ou a adoção de determinado comportamento acerca de um tema ou causa ou mesmo de alavancar a venda de produtos e serviços;

Ações de relacionamento: ações de aproximação que visam estreitar e fortalecer vínculos entre o Banco do Nordeste e públicos específicos, fidelizar segmentos de clientes com o intuito de promover o diálogo e a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas, diminuir a distância entre a esfera governamental e o cidadão, bem como de alavancar a venda de produtos e serviços, a longo prazo;

Ações de marketing esportivo: ações voltadas para a promoção da prática de atividades esportivas e para a geração de entretenimento, bem-estar e saúde da população. Visam fortalecer a marca do Banco do Nordeste, agregando atributos positivos relacionados aos valores do esporte, como superação, trabalho em equipe e liderança, além de gerar oportunidades para aproximação com públicos de interesse e para fidelização de segmentos de clientes. Indiretamente contribuem para a geração de riqueza na cadeia do esporte, para a geração de empregos e trazem benefícios diversos para o país;

Ações de marketing cultural: ações voltadas para a promoção de atividades culturais e apoio aos artistas brasileiros, incluindo as artes visuais, musicais, cenográficas e quaisquer outros tipos relacionados à cultura. Visam fortalecer a marca do Banco do Nordeste Cultural agregando atributos positivos à sua imagem, como o compromisso com a cultura e com os valores nacionais, e geram oportunidades para aproximação com públicos de interesse e para fidelização de segmentos de clientes. Indiretamente contribuem para a geração de riqueza na cadeia cultural, geração de empregos e trazem benefícios diversos para o país;

Ações de marketing social e ambiental: ações com teor inclusivo e comunitário no âmbito social que visam apoiar os segmentos menos favorecidos da sociedade, ampliar o acesso a benefícios, disseminar soluções, propagando a obtenção de resultados. Também podem estar associadas à conscientização, orientação e mobilização da sociedade em torno de questões e temáticas ambientais e visam

fortalecer as marcas Banco do Nordeste, Crediamigo e Agroamigo Banco do Nordeste, agregando atributos positivos às marcas, relacionados à responsabilidade socioambiental; e

Ações de *brand experience*: ações executadas para proporcionar a um público específico experimentação da marca, temática, produto ou serviço do Banco do Nordeste. A vivência construída se dá em uma situação controlada, desde o primeiro contato até o seu término, de forma a criar receptividade em relação ao propósito de atuação do BNB, lembranças positivas na interação com produtos e serviços, ou mesmo conscientização por meio de impactos que demonstrem a gravidade de uma questão relevante para a sociedade.

2.3 Os Produtos e Serviços Essenciais estão especificados no Anexo II Especificação Técnica de Produtos e Serviços de Promoção, com a descrição das seguintes informações:

- a) Título;
- b) Descritivo;
- c) Entregas;
- d) Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- e) Características consideradas na classificação da complexidade;
- f) Complexidade; e
- g) Prazo de entrega.

2.4 As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pelo CONTRATANTE, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a contratada, no decorrer da execução contratual.

2.5 Quando identificada a necessidade de execução de item não previsto na lista de Produtos e Serviços de Promoção, constante no Anexo II, mas necessário à execução contratual, a contratada deverá apresentar ao CONTRATANTE justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das mesmas informações dispostas no subitem 2.3, para aprovação de sua execução, desde que o item guarde compatibilidade com o objeto do contrato.

2.5.1 Após a aprovação da execução do Produto e Serviço Essencial, não previsto na lista do Anexo II, o item poderá passar a integrar o rol de serviços.

2.6 Quando identificada a necessidade de execução de Produtos e Serviços Complementares, prestados por meio de fornecedores especializados, a contratada deverá apresentar ao CONTRATANTE justificativa acompanhada das especificações técnicas e da estimativa de custos, para sua aprovação.

2.7 As categorias de Produtos e Serviços Complementares constantes no Anexo II constituem uma relação exemplificativa que não esgota a contratação dos componentes indispensáveis à perfeita execução contratual e podem ser ajustadas às necessidades específicas de cada ação, com a prévia anuência e aprovação do CONTRATANTE, observadas as condições contratuais.

### **3. JUSTIFICATIVA DA CONTRATAÇÃO**

3.1 A presente proposta de contratação terá como objetivo, na esfera de marketing, prover o Banco do Nordeste de estrutura necessária para o cumprimento dos seus objetivos institucionais e negociais,

garantindo a visibilidade da marca, dos seus produtos e serviços operacionalizados em eventos, feiras, ações de ativação promocional e no relacionamento com os públicos de interesse.

#### **4. DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

4.1 As despesas decorrentes da contratação correrão à conta de recursos previstos em dotação orçamentária própria, sob a(s) rubrica(s) 251 - EVENTOS EXCETO CENTRO CULTURAL; 463 - EXPOSIÇÕES, CONGRESSOS E ESTANDES; e 326 - DIVULGAÇÃO, PROMOÇÕES E RELAÇÕES PÚBLICAS.

#### **5. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

5.1. Para a elaboração da proposta de preços, devem ser consideradas as especificações técnicas constantes no “Anexo II Especificação Técnica de Produtos e Serviços de Promoção”.

5.2 A apresentação da proposta de preços deve ser realizada a partir do preenchimento do “Modelo de Proposta de Preço - Serviços de Promoção” que compõe o Anexo III.

#### **6. CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DO FORNECEDOR QUANDO DA ABERTURA DO EDITAL DO PROCEDIMENTO DE LICITAÇÃO**

6.1. Poderão participar do procedimento de licitação a ser lançado empresas especializadas na prestação de serviços de promoção, que cumulativamente:

- a) sejam estabelecidas no País, que satisfaçam as condições e disposições contidas no Edital; e
- b) estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF ou que apresentem a documentação relacionada em item específico do Edital.

6.2. Não poderão participar do procedimento de licitação a ser lançado a empresa especializada na prestação de serviços promoção:

- a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Banco do Nordeste;
- b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de recuperação extrajudicial ou judicial, ou em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal;
- d) estrangeira que não funcionem no País;
- e) cujos sócios, controladores, dirigentes, administradores, gerentes ou empregados integrem a Subcomissão Técnica ou tenham qualquer vínculo profissional com o CONTRATANTE;

f) que esteja reunida em consórcio, qualquer que seja a sua forma de constituição; ou

g) que atue sem fins lucrativos.

6.3 Cada agência contratada resultante do procedimento de licitação deverá comprovar que possui, no mínimo, os seguintes profissionais com as respectivas qualificações dedicados à execução contratual:

- a) 1 (um) Diretor Geral (de conta) com no mínimo 7 (sete) anos de experiência na atividade;
- b) 1 (um) Diretor de Atendimento com no mínimo 7 (sete) anos de experiência na atividade;
- c) 1 (um) Profissional de Planejamento Sênior com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na atividade;
- d) 1 (um) Profissional de Atendimento Sênior com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na atividade;
- e) 1 (um) Profissional de Criação Sênior com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na atividade;
- f) 1 (um) Profissional de Redação Sênior com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na atividade;
- g) 1 (um) Profissional de Produção Sênior com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na atividade;
- h) 1 (um) Profissional de Revisão Sênior com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na atividade.

6.3.1 Todos os profissionais listados no subitem 6.3 deverão possuir graduação superior nas áreas de comunicação, marketing, administração, design ou áreas correlatas à atribuição no objeto contratual.

6.3.2 A contratada deverá manter o Profissional de Atendimento correspondente à alínea “d” do subitem 6.3 em Fortaleza (CE).

## **7. VIGÊNCIA DO CONTRATO**

7.1 O prazo de vigência do Contrato será de 18 (dezoito) meses, podendo ser prorrogado por sucessivos períodos, mediante aditivo contratual, limitado a 60 (sessenta) meses.

## **8. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO**

8.1 O pagamento será efetuado no 10º (décimo) dia útil do mês subsequente ao da prestação dos serviços, mediante crédito em conta corrente indicada pela CONTRATADA, não sendo admitida a cobrança por meio de boleto bancário, devendo a CONTRATADA apresentar, impreterivelmente, até o dia 15 do mês referente à prestação dos serviços as notas fiscais/faturas em boa e devida forma para efetivação do pagamento, ficando sua liberação condicionada à total observância do Contrato.

## **9. GARANTIA CONTRATUAL**

9.1 Para assegurar o integral cumprimento de todas as obrigações contratuais assumidas, a CONTRATADA deverá apresentar, no prazo de 10 (dez) dias úteis, prorrogável por igual período, a critério do BANCO, a contar do início da vigência do Contrato, comprovante de prestação de garantia de execução equivalente a 5% (cinco por cento) do preço global contratado.

## **10. REGIME DE EXECUÇÃO**

10.1 Empreitada por preço unitário.

## **10. MODELO DE CONTRATAÇÃO**

11.1 O procedimento de licitação quando lançado terá como critério de julgamento a melhor técnica.

## **12. UNIDADE RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DO TERMO DE REFERÊNCIA E FISCALIZAÇÃO**

12.1 Ambiente de Marketing

Ambiente de Marketing  
**Superintendência de Marketing e Comunicação**  
Banco do Nordeste do Brasil S.A.

Contato exclusivo: [promocao@bnb.gov.br](mailto:promocao@bnb.gov.br)