

TERMO DE REFERÊNCIA

Contratação de Agência de Publicidade

Sumário

1. ÁREAS INTERESSADAS.....	3
2. ÁREA RESPONSÁVEL	3
3. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO	3
4. OBJETO	3
5. OBJETIVO.....	3
6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO	4
7. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS	4
8. ACORDO DE NÍVEL DE SERVIÇO	9
9. PENALIDADES	9
10. OBRIGAÇÕES DA EMPRESA A SER CONTRATADA.....	10
11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA.....	11
12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS	13
13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO	13
14. HABILITAÇÃO JURÍDICA.....	14
15. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA.....	14
16. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA.....	14
17. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA	14
18. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO	15
19. CLÁUSULAS REFERENTES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD) ¹⁶	
20. ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO	17
21. VIGÊNCIA CONTRATUAL	17
22. CANAL DE COMUNICAÇÃO DESTE TERMO DE REFERÊNCIA.....	17
23. DISPOSIÇÕES FINAIS.....	18

1. ÁREAS INTERESSADAS

- 1.1 Gerência de Rede de Atendimento;
- 1.2 Gerência de Relacionamento com Clientes;
- 1.3 Gerência de Riscos, Controles Internos e Segurança da Informação;
- 1.4 Gerência de Saúde.

2. ÁREA RESPONSÁVEL

- 2.1 Gerência de Estratégia e Organização.

3. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO

- 3.1 A contratação de agência tem o objetivo de possibilitar a ampla divulgação de produtos e serviços da CASSI, com alcance que extrapole seus públicos de relacionamento, canais e formas de comunicação já estabelecidos.

4. OBJETO

- 4.1 Além do planejamento de campanhas e produção de peças para atender a pauta mensal da CASSI (divulgação dos produtos e serviços, peças promoção da saúde e prevenção de doenças e datas comemorativas), a agência deve focar no aumento das adesões por parte de potenciais participantes: familiares até o 4º grau consanguíneo e até o 2º grau por afinidade de funcionários, aposentados, pensionistas do Banco do Brasil e da CASSI, ex-funcionários que saíram do Plano de Associados e de funcionários egressos de instituições incorporadas pelo BB e seus familiares. Também fazem parte do público de interesse ex-participantes da CASSI.
- 4.2 A agência deverá propor a estratégia para alcançar os públicos relacionados no item 4.1, o planejamento de comunicação para lançamentos e sustentação dos novos planos (nacionais e regionais) e serviços, a criação de peças e condução das ações para execução do planejamento e gestão de mídias on e offline, além da contratação de fornecedores para execução destas ações.
- 4.3 Além disso, a agência deverá planejar, executar e fazer gestão de mídias on e off- line de outras campanhas da CASSI, a fim de divulgar os serviços e atividades fins da CASSI.
- 4.4 As campanhas deverão ter segmentação de público-alvo, praça e região.

5. OBJETIVO

- 5.1** Divulgar os produtos e serviços que a CASSI oferece.
- 5.2** Desenvolver campanhas de captação e sustentação de planos já existentes e novos produtos que a CASSI venha a comercializar.
- 5.3** Lançar novos planos que a CASSI venha a comercializar.
- 5.4** Induzir das vendas dos planos.
- 5.5** Melhorar a imagem da CASSI perante os públicos de relacionamento.
- 5.6** Tornar a CASSI mais conhecida no mercado.
- 5.7** Reposicionar a marca CASSI.

6. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

- 6.1** Poderá participar deste processo a agência de publicidade que atender às condições deste Termo de Referência e apresentar os documentos nele exigidos.
- 6.2** Não poderá participar desta concorrência a agência de publicidade:
 - 6.2.1** Cujas falências 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.
 - 6.2.2** Que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o órgão/entidade.
 - 6.2.3** Que tenha sido considerada inidônea, pela Administração Pública Federal, estadual ou municipal.
 - 6.2.4** Estrangeira que não funcione no País.
 - 6.2.5** Que atuem sem fins lucrativos.
 - 6.2.6** Que não tenha, no mínimo, 10 anos de atuação no mercado de publicidade.
 - 6.2.7** Que não tenha atendido, no mínimo, 3 empresas de grande porte por, pelo menos, 12 meses.
- 6.3** Nenhuma proponente poderá participar deste processo com mais de uma proposta.

- 6.4** A participação no presente processo implica, tacitamente, para a proponente: a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Termo, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.
- 6.5** A proponente assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas Técnica e Comercial e dos documentos de habilitação exigidos nesta concorrência, não sendo a CASSI, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo.

7. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS E CONDIÇÕES DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1 Escopo do trabalho:

7.1.1 Definição de estratégia de divulgação de produtos:

- I)** Propor estratégias de comunicação voltadas ao público-alvo: participantes e familiares até 4º grau consanguíneo e até 2º grau por afinidade de funcionários, aposentados, pensionistas e ex-funcionários do Banco do Brasil e da CASSI, egressos de instituições incorporadas pelo BB e seus familiares com esse mesmo grau de parentesco.

7.1.2 Planejamento e execução de campanhas, por exemplo lançamento e divulgação/sustentação de produtos, planos regionais e outras novidades que a CASSI lançar:

- I)** Definir campanhas e ações de divulgação de impacto, com segmentação de público-alvo, praça e região, referente a produtos e serviços, fora dos canais da CASSI, para lançamento, conhecimento e sustentação desses produtos e serviços, alinhadas à estratégia proposta.
- II)** Elaborar ações de divulgação dos produtos para os canais próprios da CASSI (site, app, caderno CASSI na intranet BB, agência de notícias do BB, redes sociais, e-mail marketing, push e SMS) e para espaços de atendimento da CASSI (Unidades, CliniCASSI, Central CASSI) levando em conta a peculiaridade de cada canal e espaço.
- III)** Propor ações de divulgação junto a entidades representativas dos funcionários do BB (Anabb, AABB AAFBB, AFABB e Previ) e influenciadores (conselheiros de usuários da CASSI que atuam de forma voluntária e

promotores da marca nas redes).

- IV)** Estabelecer cronograma mensal de ações para dar conhecimento e sustentação aos produtos e serviços. Ao final deste período, gerar relatório de resultado referente a campanha on-line para validar ou reavaliar o plano.
- V)** Criar/propor brindes personalizados de acordo as temáticas da campanha/mercado.
- VI)** Submeter todas as propostas para validação pela CASSI/Divisão de Marketing e Comunicação.
- VII)** Executar as ações propostas.

7.1.3 Criação de linha de comunicação, identidade visual e linha criativa para as campanhas:

- I)** Criar a linha de comunicação e a identidade visual das campanhas, incluindo logomarca e linha criativa (para os novos produtos da CASSI). Quando necessário, readequar a linha de comunicação para os produtos já lançados.
- II)** Submeter à CASSI/Divisão de Marketing e Comunicação a proposta para validação.
- III)** Depois de aprovado planejamento e identidade visual, apresentar o trabalho à Diretoria Executiva.

7.1.4 Criação de peças on e offline (on-line consiste em comunicações que são possíveis com uso da internet, como e-mail marketing, Whatsapp, Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, VT etc. Já a mídia offline refere-se à propagandas em veículos que não precisam de internet, jornal, como revista, folder, cartaz, outdoor, rádio, TV, VT, backbus etc.):

- I)** Criar peças de comunicação alinhadas com a estratégia, o planejamento e o conceito criativo da campanha e adequadas para cada canal/formato já usado pela CASSI ou novos canais/formatos que vierem a ser indicados no planejamento (landing pages, hotsite, spots, podcast etc.).
- II)** Criar e finalizar (para peças impressas) ou programar (para peças de mídia online) – até 50 peças mensais de comunicação. As peças de comunicação atenderão diversos formatos, como imagem digital, roteiro para filme ou spot e impressos.

- III) As peças deverão atender todos os públicos de relacionamento da CASSI - colaboradores, participantes (matrículas indicadoras), prestadores, participantes em potencial (ex- participantes, indicados, prospects etc.).
- IV) A entrega das peças deverá ser feita em todos os formatos a serem usados pela CASSI, incluindo os canais próprios, e também devem ser entregues os arquivos editáveis (PSD ou AI).
- V) As peças deverão ser validadas pela CASSI/Divisão de Marketing e Comunicação.
- VI) Caso exista a necessidade de impressão de peças (banners, cartazes, folders, adesivos etc.), a agência deverá contratar um fornecedor, apresentando os orçamentos para que a CASSI escolha o vencedor e, depois, repasse do valor de contratação à agência, que fará o pagamento ao fornecedor.

A empresa proponente obriga-se a fazer cotação prévia de preços, observadas as disposições a seguir:

- a) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações de preços;
 - b) Nas propostas devem constar cotação de todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários e totais;
 - c) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, dentre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável pela empresa fornecedora;
 - d) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a empresa a ser contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- VII) Elaboração de roteiro para vídeos, spots/podcast - Criação de roteiro prevendo os diferentes formatos de vídeo (feed, stories e live) no Facebook, no Instagram, Youtube, conforme definido no planejamento das campanhas e outras necessidades e demandas da CASSI, e formatos de áudio (spots e podcasts) para mídia caso o planejamento aponte necessidade desta ação.

VIII) Caso exista a necessidade de produzir filmes, spots/podcast a agência deverá contratar um fornecedor, apresentando os orçamentos para que a CASSI escolha o vencedor e, posteriormente, repasse do valor de contratação à agência, que fará o pagamento ao fornecedor.

A empresa proponente obriga-se a fazer cotação prévia de preços, observadas as disposições a seguir:

- a)** Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações de preços;
- b)** Nas propostas devem constar cotação de todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários e totais;
- c)** As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, dentre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável pela empresa fornecedora;
- d)** Se não houver possibilidade de obter três propostas, a empresa a ser contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

7.1.5 Plano e gestão de mídia on-line (a agência faz o planejamento e a gestão dessas campanhas):

- I)** Planejamento estratégico de conteúdo para redes sociais envolvendo: benchmarks, definição dos pilares estratégicos, tom de voz, linhas editoriais e identidade visual. *Não inclui SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente).
- II)** Planejamento e compra de mídia on-line, acompanhamento e otimização das campanhas.
- III)** Tagueamento técnico para campanhas de performance.
- IV)** Acompanhamento dos KPIS (Key Performance Indicator) estabelecidos entre as partes.
- V)** Relatório mensal de resultados.
- VI)** Sinalização das imagens a serem utilizadas, para compra pela CASSI para ilustrar os conteúdos.

VII) Google Ads/remarketing: compra de palavras chaves e anúncios direcionados, mediante levantamento, se a estratégia e o planejamento apontarem este caminho.

7.1.6 Plano e gestão de mídia offline (a agência faz o planejamento e a gestão dessas campanhas):

I) Construção do plano de mídia estratégico e tático (definição de meios, veículos, período etc).

II) Execução do plano de mídia offline nas praças definidas pela CASSI.

III) Geração de relatórios sobre execução do plano.

7.1.7 Contratação com fornecedores:

I) Quando necessário contratar fornecedores de produção para serviços não desenvolvidos pela agência, como vídeos, áudios e impressão, a agência deverá fazer a prospecção e contato, buscando melhores soluções para a estratégia de comunicação e condições negociais.

II) Quando os serviços forem realizados por fornecedores, a empresa a ser contratada obriga-se a fazer cotação prévia de preços, observadas as disposições a seguir:

a) Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações de preços;

b) Nas propostas devem constar cotação de todos os produtos ou serviços que a compõem, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários e totais;

c) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, dentre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável pela empresa fornecedora;

d) Se não houver possibilidade de obter três propostas, a empresa a ser contratada deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

III) As propostas devem ser avaliadas pela CASSI/Divisão de Marketing e Comunicação.

IV) A contratação do serviço de terceiros será feita

diretamente pela agência e a CASSI repassará os valores para o pagamento desses serviços.

7.1.8 Apresentação de tabela de custos internos do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda) com valores para ações extras, caso necessário:

- I) A agência deverá apresentar valor unitário de serviços e ações possíveis (peças de comunicação, vídeos, landing pages etc.), que não estejam no escopo da contratação e que forem desenvolvidos pela agência, para eventual contratação extra, se necessário, para reforço das ações de comunicação não contempladas no *fee* ou que extrapolem o limite planejado/contratado.
- II) Para os trabalhos não contemplados no *fee* a agência deverá praticar, entre os valores da tabela SINAPRO da praça da agência de publicidade vigente na data de execução da demanda e da praça de Brasília, o que for menor, com desconto de 60% sobre o valor.

7.1.9 Outras considerações:

- I) A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no *fee*.

8. ACORDO DE NÍVEL DE SERVIÇO

8.1 Conforme especificações constantes no item 10, obrigações da empresa a ser contratada.

9. PENALIDADES

9.1 O não cumprimento dos níveis de serviço estabelecido neste Termo de Referência, acarretarão as seguintes penalidades à empresa a ser contratada.

9.1.1. Aplicar multa moratória, não compensatória, caso haja atraso por parte da empresa a ser contratada no cumprimento do prazo estabelecido para a prestação dos serviços, por dia de atraso, de 2% sobre o valor mensal do contrato.

9.1.2. Aplicar multa de natureza compensatória, correspondente a 5% do valor total do Contrato, pelo descumprimento das demais cláusulas contratuais e/ou disposições legais, exceto pela condição prevista no item (9.1.1) acima.

9.1.3. Rescindir o contrato.

10. OBRIGAÇÕES DA EMPRESA A SER CONTRATADA

10.1. Constituem obrigações da empresa a ser contratada, além das demais previstas neste Termo ou dele decorrentes:

- 10.1.1.** Atender todas as determinações relacionadas neste Termo de Referência.
- 10.1.2.** Prestar os serviços de acordo com o modo e prazos definidos neste instrumento.
- 10.1.3.** Realizar reunião de kickoff em até 02 (dois) dias após o início da vigência do contrato.
- 10.1.4.** Disponibilizar relatório mensal de resultados da campanha, contemplando os indicadores de performance, acordados com a CASSI.
- 10.1.5.** Entregar o relatório dos resultados da campanha até 15 (quinze) dias corridos, após finalização da campanha.
- 10.1.6.** Prestar adequadamente os serviços objetos do presente Termo, envidando seus melhores esforços e aplicando todo o seu conhecimento e técnica na execução do Contrato, assegurando, ademais, a observância do padrão e da qualidade dos serviços reconhecidos pelo mercado e exigidos pela CASSI.
- 10.1.7.** Responder integralmente pelos serviços, indicando, sempre que requerido pela CASSI, soluções para melhoria da qualidade desses serviços.
- 10.1.8.** Elaborar campanhas e peças avulsas e alterar peças estáticas e vídeos, conforme demanda e negociação entre as partes. Ficando desde já acertado que a empresa a ser contratada deve concluir as demandas nos seguintes prazos:
 - a) Até 10 dias para entrega do planejamento de campanhas;
 - b) Até 20 dias para entrega das peças de campanhas (ex.: aniversário da CASSI, Outubro Rosa e lançamento de novos planos);
 - c) Até 2 dias úteis para alteração de peças estáticas;
 - d) Até 3 dias úteis para alteração de vídeos;
 - e) Até 5 dias úteis para produção de peças avulsas; e
 - f) Até 20 dias corridos para produção de vídeos avulsos.

- 10.1.9.** Refazer, prestar novamente, ajustar ou consertar, às suas próprias custas e expensas, todos os serviços razoavelmente rejeitados pela CASSI, sempre que solicitado pela CASSI, nos prazos definidos no item 10.1.8 desta Cláusula, quando da ocorrência de tais casos.
- 10.1.10.** Não subcontratar terceiros para prestarem os serviços, total ou parcialmente, sem o prévio e expresso consentimento, por escrito, da CASSI. Na hipótese da subcontratação dos serviços (total ou parcialmente), fica desde já acertado que a empresa a ser contratada assumirá total responsabilidade pelo: (i) cumprimento dos serviços prestados pelos seus subcontratados; (ii) eventuais violações por parte dos subcontratados aos termos e condições deste Contrato; e (iii) por todas as outras ações ou omissões dos mesmos, inclusive pelo sigilo das informações a que eles tiverem acesso.
- 10.1.11.** A empresa a ser contratada se compromete, ainda, a incluir uma disposição em todos os contratos firmados com os subcontratados estabelecendo que os mesmos deverão procurar apenas e tão somente a empresa a ser contratada para fins de pagamento pela prestação dos serviços objeto do presente Contrato e não a CASSI.
- 10.1.12.** Custear todos os equipamentos, materiais e suprimentos necessários para assegurar o desempenho eficaz das atribuições decorrentes deste Termo.
- 10.1.13.** Executar os serviços contratados por profissionais especializados.
- 10.1.14.** Providenciar as informações e condições necessárias para a execução dos testes de aceitação a serem realizados, a critério da CASSI.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

- 11.1.** A apresentação das propostas será por meio de Plano de Divulgação Publicitária. O plano deverá ser formulado de acordo com as informações estabelecidas no escopo do trabalho (Anexo I - Briefing).
- 11.2.** O Plano de Divulgação Publicitária deverá compreender os seguintes quesitos:
- 11.2.1. Raciocínio Básico** – apresentação em que a proponente deve demonstrar sua compreensão sobre as informações expressas no briefing e que são importantes para a

divulgação publicitária, além de apresentar um diagnóstico das necessidades de divulgação para superar o desafio e alcançar os objetivos de divulgação definidos pela CASSI.

11.2.2. Estratégia de Divulgação Publicitária – apresentação em que a proponente deve defender, em linhas gerais, o partido temático e o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta para superar o desafio e alcançar os objetivos de divulgação definidos pela CASSI, além de explicitar e defender os principais pontos da estratégia de divulgação sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

11.2.3. Ideia Criativa – Orientações para a elaboração:

I) Apresentar a proposta de campanha publicitária desenvolvida com base no briefing, contemplando relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de divulgação publicitária, com comentários sobre cada peça e ou material (esses comentários estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material) limite.

11.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia, constituída de:

I) Apresentação em que a proponente explicitará as defesas das soluções de mídia e não mídia e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de divulgação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.2.5. Capacidade de Atendimento - A proponente deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial tamanho 12, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira folha interna, rubricadas e assinadas na última por seu representante legal.

I) A Capacidade de Atendimento será constituída de textos em que a proponente apresentará:

a) Clientes: relação nominal dos principais clientes atendidos pela proponente à época da apresentação da Proposta Técnica, com a

especificação do período de atendimento de cada um deles;

- b)** Equipe: quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que estarão à disposição da execução dos serviços à CASSI;
- c)** Infraestrutura: relação das instalações e a infraestrutura disponíveis para a execução do contrato;
- d)** Informações de Marketing: a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocarão regularmente à disposição da CASSI, sem ônus adicional, durante a execução dos serviços;
- e)** Os profissionais indicados para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, deverão participar da elaboração dos serviços objeto dos contratos a serem formalizados em decorrência deste processo. Caso a substituição de profissionais seja necessária, os currículos resumidos com comprovação de experiência equivalente ou superior, deverão ser submetidas para prévia aprovação da CASSI.

11.2.6. Repertório - será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela proponente, com formatação definida previamente pela CASSI.

11.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação e divulgação: a proponente deverá apresentar os documentos que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação e Divulgação. Tais relatos devem ter sido produzidos e veiculados, sendo que um deles, deve referir-se a case veiculado em meio digital.

11.3.1. Deverão ser apresentados relatos de 3 (três) casos, de no máximo 2 (duas) páginas cada, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

11.3.2. As peças eletrônicas e/ou os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos à CASSI; e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

- 11.3.3.** A juízo da CASSI, as ações de divulgação das proponentes poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, caso as proponentes venham a formalizar contrato de prestação de serviço com a CASSI.
- 11.4.** Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia e de divulgação, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.
- 11.5.** O julgamento do quesito Plano de Divulgação Publicitária, composto dos subquesitos raciocínio básico, estratégia de divulgação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, será efetuado com base em proposta apresentada pelas proponentes.
- 11.6.** Em caso de empate, serão consideradas como mais bem classificadas as proponentes que tiverem obtido as maiores pontuações nos quesitos do Plano de Divulgação Publicitária, observando-se a ordem abaixo, até que se obtenha o desempate:
- I)** Estratégia de Divulgação Publicitária;
 - II)** Ideia Criativa;
 - III)** Estratégia de Mídia e Não Mídia;
 - IV)** Capacidade de Atendimento;
 - V)** Repertório.

12. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

- 12.1** A prestação de serviço deve ser precificada em um modelo com remuneração mensal (*fee*) e o custo de ações fora da previsão mensal:
- 12.1.1** O custo mensal contemplará estratégia, planejamento e execução de ações de sustentação de produtos já existentes, o lançamento e a sustentação de novos produtos (planos), com ampla divulgação fora dos canais institucionais já estabelecidos, incluindo gestão de mídias, além de outras campanhas para divulgação dos produtos e serviços da CASSI.
- 12.1.2** Para os trabalhos não contemplados no *fee*, a agência deverá praticar entre os valores da tabela Sinapro da praça da agência de publicidade vigente na data de execução da demanda e da praça de Brasília, o que for menor, com desconto de 60% sobre o valor.

13. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1 Para ser declarado vencedor neste processo de concorrência é obrigatória a apresentação de toda a documentação relacionada nos itens 14 a 17.

ATENÇÃO: A DOCUMENTAÇÃO DEVERÁ SER ENVIADA SOMENTE APÓS SOLICITAÇÃO DE ENVIO PELA CASSI.

14. HABILITAÇÃO JURÍDICA

14.1 Os documentos a serem apresentados são:

14.1.1 Sociedade empresária ou empresa individual de responsabilidade limitada: Ato Constitutivo em vigor, devidamente registrado no órgão competente, com suas respectivas alterações, ou a sua última consolidação, acompanhado do documento comprobatório de seus administradores devidamente registrado.

14.1.2 Sociedade simples: Ato Constitutivo em vigor, devidamente registrado no órgão competente, com suas respectivas alterações, ou a sua última consolidação, bem como documento que comprove a indicação de seus administradores.

14.1.3 Prova de inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda – CNPJ/MF.

14.1.4 Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede do INTERESSADO, pertinente a seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

15. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

15.1 Os documentos a serem apresentados são:

15.1.1 Certidão Negativa de Débitos (CND) da fazenda municipal, estadual e federal;

15.1.2 Certidão Negativa junto ao Instituto Nacional de Seguridade Social - INSS;

15.1.3 Certidão Negativa junto ao Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

16. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

16.1 Os documentos a serem apresentados são:

- 16.1.1** Balanço Patrimonial dos últimos 03 anos;
- 16.1.2** Demonstração das Mutações do Patrimônio Social, Demonstração dos Fluxos de Caixa e Notas Explicativas dos 3 (três) últimos exercícios;
- 16.1.3** Comprovação de Constituição de Provisões e Reservas;
- 16.1.4** Relatório Circunstanciado da Auditoria Independente, se aplicável;
- 16.1.5** Relatório de Auditoria Independente sobre as Demonstrações Contábeis, se aplicável.

17. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

17.1 Os documentos a serem apresentados são:

- 17.1.1** Registro ou inscrição do INTERESSADO na entidade profissional competente, se houver;
- 17.1.2** Comprovação de que o INTERESSADO executa/executou serviço de natureza semelhante e compatível ao indicado neste Termo.
- 17.1.3** A comprovação será feita por meio de apresentação de atestados de capacidade técnica ou cópias de contratos, conforme abaixo:
 - I)** Demonstrando que o INTERESSADO executa/executou serviço de natureza semelhante e compatível ao indicado neste Termo.
 - II)** Será aceito o somatório de atestados e/ou declarações de períodos concomitantes para comprovar a capacidade técnica;
 - III)** Os atestados deverão se referir a serviços prestados, no âmbito de sua atividade econômica principal e/ou secundária, especificada no contrato social, devidamente registrado na junta comercial competente, bem como no cadastro de Pessoas Jurídicas da Receita Federal do Brasil – RFB.

18. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

18.1 Os pagamentos referentes aos serviços contratados e efetivamente prestados pela empresa a ser contratada, e aceitos pela CASSI, serão efetuados conforme quadro abaixo, após a entrega dos serviços e apresentação pela empresa a ser contratada de toda a documentação de cobrança à CASSI:

SERVIÇO	PRAZO
Mensalidade (<i>fee</i>)	Até 30 dias após emissão da nota fiscal e aceite pela CASSI.
Divulgação em veículos de mídia e demais produções	Até 30 dias após emissão da nota fiscal e aceite pela CASSI ou no prazo estabelecido em comum acordo entre as partes.

18.2 Os pagamentos estão condicionados à satisfação de todas as obrigações e deverão ocorrer mediante crédito em conta corrente formalmente indicada e de titularidade da empresa a ser contratada.

18.3 Todos os custos com terceiros, quando contratados pela empresa a ser contratada (mediante prévia e expressa autorização da CASSI), serão faturados à CASSI em nota de repasse, sem bitributação, sem taxa de agência ou qualquer outro encargo, devendo a fatura e o respectivo relatório demonstrativo ser recebidos pela CASSI com, no mínimo, 30 (trinta) dias de antecedência à data do vencimento da fatura.

18.4 A empresa a ser contratada obriga-se a quitar, de forma regular, os compromissos financeiros em aberto junto a terceiros, pautando seu comportamento na boa-fé contratual, de modo a evitar expor, de forma negativa, o nome da CASSI no mercado.

18.5 Caso a empresa a ser contratada deixe de efetuar 3 (três) ou mais pagamentos sucessivos devidos a terceiros contratados na forma do contrato, a CASSI, a fim de evitar o inadimplemento e outras medidas dele decorrentes, poderá realizar os pagamentos em seu lugar e, assim, descontar os valores então pagos mediante retenção proporcional no valor mensal.

18.6 Na hipótese do item 18.5, ficará assegurada à CASSI, a seu exclusivo critério, a rescisão contratual de pleno direito, bem como o recebimento de multa no valor de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato.

18.7 Caso a CASSI seja inscrita em qualquer dos cadastros restritivos de crédito (SPC, SERASA etc.) ou receba quaisquer protestos/apontamentos por conta do inadimplemento perpetrado pela empresa a ser contratada no âmbito do contrato, esta obriga-se a tomar todas as providências para eliminar as referidas pendências, responsabilizando-se pelo pagamento de todas as despesas, incluindo, mas não se limitando às taxas de baixa, cobradas em razão dos encargos acima mencionados.

18.8 Salvo acordo formal entre as partes, os prazos do contrato e dos documentos dele integrantes vencem nas datas fixadas, independentemente de notificação ou interpelação judicial ou extrajudicial. A aceitação por uma das partes de pedidos de prorrogação de prazos não eximirá a parte contrária da aplicação das penalidades cabíveis por atraso no cumprimento dos novos prazos fixados para o fornecimento dos bens e/ou a execução dos serviços.

19. CLÁUSULAS REFERENTES À LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS (LGPD)

19.1 Constam no Anexo II – Disposições Gerais da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD.

20. ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

20.1 A fiscalização de que trata este item não excluirá e nem reduzirá a responsabilidade da empresa a ser contratada por danos causados à CASSI ou a terceiros, decorrentes de ato ilícito na execução do contrato, ou por qualquer irregularidade e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da CASSI.

20.2 Será(ão) nomeado(s) Gestor(es) do contrato, que ficará(ão) responsável(eis) pela fiscalização e acompanhamento da execução do objeto contratado, devendo fazer anotações e registros de todas as ocorrências, determinando o que for necessário à regularização das falhas ou defeitos observados para o fiel cumprimento das cláusulas e condições estabelecidas, o que não exclui nem reduz as responsabilidades da empresa a ser contratada.

21. VIGÊNCIA CONTRATUAL

21.1 O instrumento contratual terá vigência de 36 meses, a contar da primeira reunião de alinhamento.

22. CANAL DE COMUNICAÇÃO DESTE TERMO DE REFERÊNCIA

22.1 Toda a comunicação acerca deste processo, seja para fornecimento de informações, orientações, definições, revisões de conteúdo, esclarecimento de dúvidas etc., será feita exclusiva e formalmente pela área de Divisão de Compras e Contratações da CASSI, por meio do contato abaixo:

E-mail: comissaotecnicaag@cassi.com.br

Contato: Flávio Borzani

22.2 Nenhuma outra pessoa, exceto a área acima identificada, está autorizada a falar comercialmente em nome deste processo.

22.3 Como forma de garantir a qualidade e transparência do processo, todos os questionamentos feitos serão compilados num único documento, sem especificar a empresa que formulou a pergunta, e serão publicadas no site da CASSI (www.cassi.com.br).

22.4 A documentação solicitada neste Termo de Referência deve ser encaminhada para o e-mail cotacoes@cassi.com.br até o dia 16 de Fevereiro de 2024.

23. DISPOSIÇÕES FINAIS

23.1 Integram este Termo de Referência os seguintes anexos:

- I) Anexo I – Briefing.
- II) Anexo II - Disposições Gerais da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD.