

## PROCEDIMENTOS DE SELEÇÃO INTERNA – CONCORRÊNCIA - ENTRE AS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA CONTRATADAS PELA CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

A Caixa Econômica Federal (CAIXA) institui, por meio deste documento, em conformidade com o previsto no subitem 1.11 do Anexo I – Termo de Referência do Edital de Licitação CAIXA nº 0345/5688-2021, os procedimentos de seleção interna – concorrência entre as agências de propaganda (Agências) contratadas pela CAIXA, para a execução das ações de publicidade, realizadas no âmbito dos contratos de publicidade firmados entre a CAIXA e as Agências.

1 A CAIXA, por intermédio da SUPUP – Superintendência de Publicidade, Propaganda e Marketing Digital, realizará seleção interna - concorrência, entre as Agências contratadas, para o desenvolvimento de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia, a partir de R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões de reais).

1.1 No caso de ações e/ou campanhas publicitárias com investimento em produção e mídia inferior a R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões de reais), a SUPUP poderá realizar o procedimento de seleção interna - concorrência, caso julgue necessário.

2 A SUPUP poderá dispensar o procedimento de seleção interna - concorrência, nas seguintes situações:

- a) a hipótese de a ação decorrer de iniciativa de uma das Agências;
- b) reaproveitamento de linha criativa aprovada anteriormente;
- c) situações peculiares que requeiram urgência na realização da ação de comunicação.

3 A SUPUP convocará as Agências, por meio de ofício ou por mensagem eletrônica, para participarem da seleção interna - concorrência.

4 O *briefing* da ação e/ou campanha, contendo todos os subsídios para que as Agências possam elaborar sua proposta de solução para a necessidade de comunicação da CAIXA, será repassado às Agências, em reunião realizada com essa finalidade.

5 O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão acordados no dia do repasse do *briefing*.

6 As Agências deverão entregar e/ou apresentar na data estipulada o material produzido, com o descritivo da ação e/ou campanha e as peças publicitárias.

7 O prazo de conclusão da avaliação será informado a cada seleção, de acordo com a necessidade da CAIXA.

8 As propostas de ações e/ou campanhas serão avaliadas por uma comissão julgadora, composta por profissionais indicados pela SUPUP.

8.1 A comissão julgadora poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas Agências sejam ajustadas ou refeitas, com o objetivo de aperfeiçoar a ação de comunicação publicitária ou viabilizar a sua execução, cabendo a CAIXA, a decisão e a definição da forma de participação das Agências.

9 A metodologia de avaliação das ações e/ou campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os pesos a seguir:

a) **Raciocínio Básico** - o grau de entendimento e compreensão do *briefing* (**peso 1**).

b) **Estratégia de Comunicação Publicitária** - a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa do tema e conceito propostos; a riqueza de desdobramentos que o tema e conceito possibilitam; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; a adequação da estratégia de comunicação com a verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária (**peso 2**).

c) **Ideia Criativa** - a adequação da proposta ao *briefing*; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos público-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a pertinência às atividades da CAIXA; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; a compatibilidade das peças aos meios propostos. (**peso 4**).

d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo; a consistência da estratégia proposta; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação; a otimização dos recursos nos meios recomendados; a criatividade em mídia. (**peso 3**).

10 O resultado será informado por meio de ofício ou por mensagem eletrônica às Agências participantes da seleção.

11 Não caberá às Agências participantes a apresentação de recurso da decisão.