

**COLETA DE ORÇAMENTOS 003/2021  
REBRANDING  
BRB – BANCO DE BRASÍLIA**

Atendendo ao exposto na Lei nº 12.232/2010, que “dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências”, especificamente sobre o texto do art. 14 da mesma Lei, convidamos a empresa de V.Sa. a participar da Coleta de Orçamentos 003/2021, para desenvolvimento de rebranding que compõe a campanha institucional, com as seguintes características:

**ORÇAMENTO PARA DESENVOLVIMENTO DE REBRANDING DA MARCA DO BANCO DE BRASÍLIA, CONTEMPLANDO AS ENTREGAS ABAIXO:**

**1. Alinhamentos Gerais:**

1.1 Primeiros passos para a organização do projeto.

**2. Diagnóstico**

2.1 Análise de percepção e visibilidade do momento atual da marca por meio de pesquisas qualitativas e quantitativas com seguintes públicos:

Público interno (corpo diretor, funcionários e parceiros)

Público externo (clientes, formadores de opinião e sociedade)

Stakeholders

2.2 Mercado e concorrentes:

Análise de presença da marca nas redes

Benchmarking

Futurabilidade

**3. Estrutura de marcas**

3.1 Mapeamento de todas as empresas e iniciativas com a Marca BRB, definição da relação entre elas e especificação do papel de cada uma no escopo da empresa.

**4. Plataforma da marca**

4.1 Brand persona

4.2 Propósito

4.3 Posicionamento (discurso de venda):

Públicos-alvo

Mercado foco

Diferenciais competitivos

Discurso de posicionamento

4.4 Proposta de valor (personalidade da marca):

Coração/alma da marca

Expoentes, singularidades e traços

Propriedade

Manifesto

4.5 Cultura corporativa:

Missão

Visão

Valores

Atitudes

**5. Nome**

Etapa a ser realizada para a nomeação do Novo banco digital e para a revisão do nome Nação BRB Fla



## 5.1 Definição de nome

Estudo do mercado de atuação da marca

Mapeamento de nomes de concorrentes e da categoria

Pesquisa básica na internet e Google para verificação dos nomes

Apresentação de lista com até quatro nomes

## 6. Marca Corporativa

6.1 Desenvolvimento de nova identidade visual para:

BRB e conglomerados

Nação BRB Fla

Novo banco digital

6.2 Estudo de códigos visuais da categoria e concorrência

6.3 Apresentação de até três versões de nova identidade e conceitos criativos

6.4 Estudo tipográfico, cromático e formal

## 7. Identidade

7.1 Universo visual:

Paleta de cores

Formas gráficas

Tipografias

Texturas

Imagens e ilustrações

Motion Design (logo e identidade em movimento)

Descritivo legal

7.2 Universo verbal:

Tom de voz

Discurso

Regência (pessoa verbal)

Território de palavras

7.3 Universo olfativo:

Identidade olfativa para agências

7.4 Universo sonoro:

Sound Branding para agências

7.5 Arquitetura e portfólio de marcas e produtos, com posicionamento e padronização da comunicação.

## 8. Materiais Corporativos

8.1 Desenvolvimento de plano de migração para a gradual mudança da marca

8.2 Desenvolvimento de leiaute base para os principais materiais de contato dos públicos com a marca, tais como:

Cartão de visita

Assinatura de e-mail

Papelaria básica: crachá, cordão de crachá, envelope, papel timbrado, pasta

Template para apresentações em PowerPoint (até cinco slides, capa e miolo)

Template para e-mail marketing



- 8.1 Projeto de identidade e ambientação corporativa (agências, escritórios, prédios, etc)
- 8.2 Jornada e persona do consumidor

## 9. Pré-teste

### 9.1 Pré-teste com stakeholders

Segmentação por crivos conforme o grupo de representatividade dos stakeholders do BRB, com foco especial para: clientes, parceiros, público interno, Formadores de opinião públicos e privados a ser realizado após a finalização do desenvolvimento dos materiais e conceitos  
Grupos de discussão, com perfil a ser definido

## 10. Guia de Branding

10.1 Desenvolvimento do Guia de Branding, com a compilação e organização do conteúdo para todas as marcas.

Apresentação da Marca: Logotipo e Marca Símbolo.

Assinaturas: Relações e proporções da marca símbolo, logotipo e slogan (caso exista).

Área de Segurança: Estudo e definição da área de aplicação que proteja e preserve a marca nas diversas aplicações.

Alinhamento: Estudo e definição do alinhamento da marca em relação a elementos externos à marca.

Redução: Estudo e definição da maior redução que permita leitura e reprodução gráfica, sem prejuízo da leitura da marca.

Ampliação: Estudo de comportamento da marca em dimensões maiores, considerando diferentes tipos de plataformas de aplicação da Marca.

Definição de Cores: Estudo e definição das cores da marca em relação a cores especiais (Pantone), policromia, uma cor, aplicações negativas, retículas, aplicações de cor luz (RGB) e HTML.

Tipografia: Manualização de famílias de fontes para textos corporativos e institucionais.

Motion Design: Normatização da marca em movimento.

Briefing completo, solicitar por e-mail: [producao@calixpropaganda.com.br](mailto:producao@calixpropaganda.com.br)

A/C: Kamila Rodrigues - Produção | Cálix Propaganda – (61) 3248-4505

### PRAZO PARA EXECUÇÃO:

À definir

### CONDIÇÕES GERAIS:

Para participação no certame, as empresas deverão estar previamente cadastradas no banco de dados de fornecedores do **BRB – BANCO DE BRASÍLIA**, junto à Agência de Publicidade, conforme prescreve o contrato do **BRB – BANCO DE BRASÍLIA**, com a referida agência de Publicidade.

Apresentar previamente a Agência Cálix o portfólio de produções de peças conforme descrição, para ateste de capacidade técnica da empresa.

As empresas participantes deverão apresentar os seguintes documentos:

- Comprovação de inscrição no CNPJ (Receita Federal);
- Certidão Conjunta de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União (Receita Federal);
- Certidão Negativa de Débito Previdenciário (INSS);
- Certificado de Regularidade do FGTS emitido pela Caixa Econômica Federal;
- Certidão Negativa de Tributos expedida pela Secretaria de Estado de Fazenda do DF, ou no caso de empresa com matriz fora do Distrito Federal, Certidão Negativa de Tributos expedida pela Secretaria de Estado de Fazenda do Estado e do Município da sede da empresa.
- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (Tribunal Superior do Trabalho TST);





BANCO DE BRASÍLIA



O não cumprimento de alguma das condições estabelecidas acima incidirá na eliminação imediata da empresa, quando da abertura dos envelopes e da detecção da situação de irregularidade.

#### **ENTREGA DE ENVELOPES:**

Os dois envelopes (documentação/certidões e orçamento/preço) deverão ser entregues LACRADOS, SEPARADOS e IDENTIFICADOS com os dados da empresa e com o seu respectivo conteúdo até às **11h30 do dia 19/03/21 (Sexta-feira)**, na **CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA – SHIS QI9/11 Bloco L, Salas 105 e 106 – Ed. Dona Marta XIX – Lago Sul, Brasília/DF.**

As empresas de fora do Distrito Federal, deverão mandar seus envelopes via Correio, ou por um parceiro local, desde que cheguem no prazo determinado.

Outras informações poderão ser obtidas por meio do telefone (61) 3248-4505, no horário das 9h às 12h e das 14h às 19h.

#### **ABERTURA DE ENVELOPES - SESSÃO PÚBLICA:**

O orçamento preparado por V.Sa., e pelas demais empresas convidadas, serão levados em seus respectivos envelopes fechados e lacrados para a devida abertura em SESSÃO PÚBLICA a ser realizada na data, horário e endereço seguintes: BRB – BANCO DE BRASÍLIA S.A., localizada no Centro Empresarial CNC - ST SAUN Quadra 5 Lote C, Bloco B e C - BRASÍLIA-DF CEP 70.091-900, no dia **19/03/21 (Sexta-feira) às 16h00.**



Brasília  
SHIS QI 9/11 Bloco L Sala 106 | Ed. Dona Marta XIX  
CEP: 71625-125 - Brasília-DF  
CNPJ: 05.893.556/0001-78

Rio de Janeiro  
Avenida das Américas, 3443, 2º andar | Barra da Tijuca  
CEP: 22631-003 - Rio de Janeiro-RJ  
CNPJ: 05.893.556/0002-59

[www.calixpropaganda.com.br](http://www.calixpropaganda.com.br)

