



## Request for Proposal (RFP)

### Serviços de Marketing e Comunicação referentes a Proadi-SUS da BP – A Beneficência Portuguesa de São Paulo

#### **Introdução**

A BP – Beneficência Portuguesa de São Paulo é uma instituição com 165 anos de mercado e um dos principais *hubs* de saúde do país. Atualmente, está localizada em São Paulo (capital), com uma infraestrutura que conta com dois hospitais, uma rede de clínicas, medicina diagnóstica, educação e pesquisa. Além de sua atuação no setor privado, a BP é uma das instituições que compõe o Proadi-SUS - Programa de Apoio ao Desenvolvimento Institucional do Sistema Único de Saúde. O PROADI-SUS, foi criado em 2009 com o propósito de apoiar e aprimorar o SUS por meio de projetos de capacitação de recursos humanos, pesquisa, avaliação e incorporação de tecnologias, gestão e assistência especializada demandados pelo Ministério da Saúde. Hoje, o Proadi-SUS é composto por seis hospitais: Hospital Alemão Oswaldo Cruz, BP – A Beneficência Portuguesa de São Paulo, Hcor, Hospital Israelita Albert Einstein, Hospital Moinhos de Vento e Hospital Sírio-Libanês.

Os projetos acontecem em triênios e podem ser executados uma instituição apenas, por parte das instituições ou pelas seis instituições. Eles acontecem em âmbito nacional.

#### **Sobre a RFP**

Essa RFP é um convite para a sua empresa participar do processo concorrencial de prestação de serviços de Marketing e Comunicação para os cerca de 20 projetos relacionados ao Proadi-SUS e que são desenvolvidos e executados pela BP – A Beneficência Portuguesa de São Paulo, individualmente e/ou com parceiros, durante esse triênio (2024 a 2026).

Os proponentes deverão utilizar esta e qualquer outra informação fornecida em conjunto com ela, única e exclusivamente para responder a esta solicitação.

#### **Confidencialidade**

Todas as informações fornecidas neste documento (bem como em seus anexos) e ao longo do processo de RFP são confidenciais, ficando os proponentes obrigados a manter sigilo sobre elas.

Deverão também instruir seus funcionários, representantes e/ou prepostos quanto ao dever extensível aos mesmos, de guardar absoluta CONFIDENCIALIDADE dos dados e informações por eles manipuladas, assim como, deverá exercer rigoroso controle sobre as atividades de seus funcionários, representantes ou prepostos no sentido de evitar qualquer transgressão à CONFIDENCIALIDADE a que se obrigou.

Por sua vez, a BP se responsabilizará em não revelar qualquer dado ou informação recebida através dos proponentes, a nenhuma pessoa que não esteja envolvida na avaliação e decisão deste processo.



## **Cronograma**

- Envio da RFP ao mercado: 05/07/2024
- Envio de dúvidas à BP: 24/07/2024
- Respostas da BP às dúvidas dos fornecedores: 26/07/2024
- Envio das propostas técnica e comercial (separadas): 29/07/2024
- Reuniões de alinhamento com os proponentes: 02/08/2024
- Envio da proposta final (técnica e comercial) atualizada: 07/08/2024
- Definição do fornecedor: 14/08/2028
- Análise e Cadastro de fornecedor 16/08/2024
- Contrato assinado: 30/08/2024

Ao longo do processo, caso surjam necessidades de alteração das datas divulgadas, a BP anunciará as mudanças de forma simultânea a todos os proponentes envolvidos.

## **Sobre o escopo da RFP**

Os serviços de comunicação e marketing, incluem: o desenvolvimento de conceitos criativos para cada campanha brifada, de acordo com os guias de marca e restrições vigentes, desdobramento em peças de comunicação para atender a diferentes públicos em um mesmo projeto, finalização de materiais em formatos digitais.

De forma adicional, pode ser necessário a execução da comunicação em projetos específicos (impressões, distribuição de materiais etc.), uso de ações promocionais, construção de hotspots e landing pages, manuais etc. Nesses casos, os custos de produções e eventuais contratações adicionais serão considerados à parte, mediante três orçamentos de fornecedores e com a necessidade de aprovação.

Os projetos de comunicação e marketing foco dessa RFP estão distribuídos em cinco frentes de atuação: capacitação de recursos humanos; pesquisas de interesse público; estudos de avaliação e incorporação de tecnologias; desenvolvimento de técnicas e operação de gestão em serviços de saúde; e assistência especializada complementar.

## **Público**

Usuários, Gestores e Profissionais de saúde (médicos, enfermeiros, psicólogos, fisioterapeutas, terapeutas ocupacionais e dentistas, entre outros) que atuam no Sistema Único de Saúde (SUS) e/ou que atuam na BP – A Beneficência Portuguesa de São Paulo (times de projetos).

Vale ressaltar que esses profissionais de saúde exercem sua profissão muitas vezes em áreas vulneráveis, com difícil acesso à internet e a tecnologia. Endossamos que pode ser necessário a este público abordagem via comunicação *offline* e/ou *online* nas campanhas.



Os projetos da BP – A Beneficência Portuguesa de São Paulo no Proadi-SUS demandam peças de comunicação e marketing para divulgação e sensibilização *online* e *offline*: redes sociais, cards para apps de comunicação, folheteria e papelaria, *landing pages*, conteúdos educacionais, material multimídia (produção e edição de vídeos, podcasts, lives) etc. Considerar 15 peças de comunicação por projeto ao longo do triênio, em média.

Contudo, alguns projetos têm demandas específicas de atração e engajamento de profissionais de saúde para capacitação via EAD utilizando a plataforma Moodle (ferramenta de cursos EAD utilizada pela BP) e atração e engajamento de serviços de saúde para os projetos nos variados níveis de atenção, da primária à especializada. Para estes, é esperado que a agência auxilie a BP no desenvolvimento de um plano de comunicação para datas específicas.

O resumo de cada projeto será enviado para consulta e maior entendimento da dinâmica.

## Local

Os projetos e, conseqüentemente, as campanhas são de abrangência Nacional. Devem levar em consideração projetos que acontecem também em regiões afastadas de grandes capitais, com restrições tecnológicas e de conectividade.

## Descrição dos serviços a serem prestados:

- **Planejamento estratégico:** ter visão 360 de marketing e comunicação para que possa nos apoiar com planos robustos para atingimentos das metas dos projetos. Considerar estratégias *online* e *offline* que se conectem com o público-alvo que desejamos atingir.
- **Materiais gráficos:** considerar a criação e produção de e-book, infográfico, banner, panfletos, woobler, card para whatsapp, materiais de ponto de venda e outros materiais visuais que possam surgir ao longo das ações dos projetos. Lembrando que projetos que demandam impressão, contratação de promotores etc serão sempre orçados como adicionais.
- **Landing Page:** recurso será usado, em sua grande parte, para divulgar mais informações sobre os cursos e/ou projetos do PROADI-SUS. Precisaremos da construção da identidade visual, escolha da plataforma para criação da LP, hospedagem dentro ou fora do site institucional da BP ou do Proadi-SUS, organização das mensagens e eventual criação da URL.
- **E-mail MKT:** construção de identidade visual, organização das mensagens e criação do HTML.
- **Produção e edição de vídeos:** captação de imagens, roteirização, gravação e edição de vídeos para divulgação dos projetos. Escopo com detalhes a ser passado conforme a necessidade e com aprovação de valores à parte.
- **Webinar e Lives:** acompanhamento e organização de lives e webinars. Considerar: escolha de plataforma e acompanhamento com as diretrizes do seu uso. Conduzir as webinar e lives de modo a estar apto para atuar com eventuais problemas técnicos que possam surgir. Gravação e edição do conteúdo caso haja necessidade. Acompanhamento ao vivo dos comentários e reações do público. Essas ações deverão ter seus valores apartados do *fee*, em preço-tabela previamente negociado para contratação esporádica.



- **Produção de podcast:** produção e edição de podcasts. Produção de roteiros e condução de gravações. Essas ações deverão ter seus valores apartados do *fee*, em preço-tabela previamente negociado para contratação esporádica.
- **Gestão de Comunidades:** ações de engajamento para comunidades, em especial para pacientes e/ou agentes de saúde. Essas ações deverão ter seus valores apartados do *fee*, em preço-tabela previamente negociado para contratação esporádica.
- **Produção de Conteúdo e Texto:** desenvolver a narrativa de conteúdos produzidos pelas equipes técnicas para uma linguagem publicitária mais adequada aos targets.
- **Eventos:** planejamento e criação de eventuais eventos. Essas ações deverão ter seus valores apartados do *fee*, em preço-tabela previamente negociado para contratação esporádica.

### **Documentação para Análise e Cadastro de Fornecedor**

Envio da documentação para análise e cadastro de PJ, contendo: Rol de documentos:

Contrato Social (última alteração) ou Estatuto Social e ata da última Assembleia;  
CNPJ;  
CND Federal;  
CND Estadual;  
CND Municipal;  
CND Trabalhista;  
Certificado FGTS – CRF (Caixa Econ. Federal);  
Inscrição Municipal (CCM);  
Inscrição Estadual – I.E (se aplicável);  
Alvará de Funcionamento da Prefeitura (se aplicável);  
Certificado CREMESP (se aplicável);  
Balanco Patrimonial ou DRE dos últimos três meses – justificar se não tiver a documentação;  
Proposta Comercial;  
Fichas cadastrais (anexas) – mencionar dados bancários de Pessoa Jurídica;

### **Metodologia**

Após o envio da proposta, um grupo multidisciplinar avaliará as propostas considerando os seguintes critérios:

- 1) Infraestrutura e capacidade de atuação em marketing 360° e planejamento estratégico
- 2) Experiência no mercado de saúde, educação ou correlatos
- 3) Complexidade dos trabalhos apresentados como cases
- 4) Estrutura proposta para atendimento às demandas
- 5) Valores propostos para atendimento às demandas
- 6) Situação da empresa a partir dos documentos enviados

### **Prazo do Contrato**

Execução entre agosto de 2024 até dezembro de 2026.



A Beneficência  
Portuguesa  
de São Paulo



## Dúvidas

Dúvidas técnicas deverão ser reportadas conforme cronograma aos cuidados do Sr. Felipe Almeida Fares Menhem do Marketing para o e-mail: [felipe.menhem@bp.org.br](mailto:felipe.menhem@bp.org.br), com cópia para o Sr. Edgar Eusébio da Silva de Suprimentos no e-mail: [edgar.silva@bp.org.br](mailto:edgar.silva@bp.org.br).

Todos os questionamentos e respostas serão consolidados e enviados para todos os proponentes.

A proposta técnica e comercial deverá ser encaminhada para aos cuidados do Sr. Edgar Eusébio para o e-mail: [edgar.silva@bp.org.br](mailto:edgar.silva@bp.org.br).

## Forma de pagamento

A BP realiza os pagamentos dos fornecedores e prestadores de serviços via depósito em conta ou transferência bancária, considerando três janelas fixas mensais conforme mencionado abaixo, com o prazo de pagamento mínimo (60 dias):

NFs com vencimento entre os dias 1 e 10 do mês - Pagamento será realizado no dia 11 do mesmo mês.

NFs com vencimento entre os dias 11 e 20 do mês - Pagamento será realizado no dia 21 do mesmo mês.

NFs com vencimento entre os dias 21 e 30 ou 31 do mês – Pagamento será realizado no 1º dia útil do mês subsequente.

## Código de Conduta

O Proponente declara para todos os fins de direito, que leu, anuiu e cumprirá integralmente todas as disposições do Código de Conduta da BP - A Beneficência Portuguesa de São Paulo, disponível no website (<http://www.bp.org.br/institucional/codigo-de-conduta/>).

O não envio das informações requeridas neste documento, ou o envio fora do prazo estipulado, implicará a desclassificação de sua empresa no processo.

Solicitamos que o proponente, no caso de opção pela não participação neste processo, manifeste-se formalmente e informe o que motivou tal decisão até 11/Jul/2024.

A participação neste processo de RFP não implica qualquer obrigação da BP para com o proponente.

A BP poderá cancelar em todo ou parcialmente o objetivo da RFP sem que caiba aos proponentes qualquer direito, vantagens ou indenizações a qualquer título.

## Propriedade Intelectual

A BP e o Ministério da Saúde via PROADI-SUS são detentores dos direitos autorais sobre o conteúdo deste (devidamente registado) documento, tal conteúdo, na sua totalidade ou partes, não pode ser utilizado ou reproduzido sem a expressa autorização da BP.



A Beneficência  
Portuguesa  
de São Paulo



## **Orientações Gerais**

Qualquer alteração pretendida pelo proponente nos documentos integrantes desta RFP, deve ser comunicada em reunião conforme cronograma especificado neste documento e será considerada quando da análise dos proponentes.

Esta concorrência é intransferível e nenhuma indenização será devida aqueles que participarem da mesma, seja a que título for.

Quaisquer investimentos que a empresa tiver que realizar para participar da concorrência não serão, sob nenhuma hipótese, reembolsados pela BP.

Atenciosamente,

Francis Willian Calvo Borges

**Gerência de Suprimentos**

Hospital Beneficência Portuguesa

Rodrigo Quirino dos Reis

**Gerência Projetos de Prodi**

Hospital Beneficência Portuguesa



A Beneficência  
Portuguesa  
de São Paulo

