



CARTA CONVITE

Brasília-DF, 02 de julho de 2026.

Prezado (a),

O **WWF-Brasil** convida para a participação no processo de contratação nº **005615**.

Somos uma organização não-governamental brasileira e sem fins lucrativos que trabalha para mudar a atual trajetória de degradação ambiental e promover um futuro mais justo e saudável para todos, no qual sociedade e natureza vivam em harmonia.

Abaixo você encontrará o detalhamento deste processo de concorrência.

1. Contextualização

O WWF-Brasil é uma organização da sociedade civil brasileira e sem fins lucrativos que atua em defesa da vida. Trabalhamos para mudar a atual trajetória de degradação ambiental e promover um futuro em que sociedade e natureza vivam em harmonia. Criada em 1996, nossa organização atua em todo Brasil e integra a Rede WWF (Fundo Mundial para a Natureza), presente em mais de 100 países.

Por todo o país, em especial nos biomas Amazônia, Cerrado, Pantanal, Mata Atlântica e nos Oceanos, o WWF-Brasil atua em nove frentes: conservação de ecossistemas, espécies e biodiversidade, recursos hídricos, áreas protegidas, paisagens sustentáveis, mudanças climáticas, restauração florestal, produção responsável e consumo responsável.

Acreditamos que as transformações que almejamos só serão alcançadas pelo trabalho coletivo. Por isso, trabalhamos lado a lado com outras ONGs, empresas, governos e produtores rurais, sempre com independência, transparência e objetivos muito claros.

Buscamos na Ciência os fundamentos para ancorar nossas estratégias e propostas à sociedade brasileira. Produzimos e disseminamos conhecimento técnico e científico para subsidiar tomadores de decisão e a formulação de políticas públicas e privadas, e promovemos a capacitação de técnicos e profissionais para o uso de novas ferramentas e práticas responsáveis de produção.

Entendemos que é preciso informar e formar a sociedade para um novo modo de ser e estar no mundo. O que passa pelo engajamento em torno de grandes questões do nosso tempo, mas também pelas atitudes cotidianas: o consumo responsável e a redução do desperdício de alimentos, por exemplo.

Trabalhamos na conscientização e mobilização de pessoas e empresas para ações concretas balizados por uma estratégia composta, que combina a ação em campo com esforços sistemáticos de advocacy



CARTA CONVITE

e engajamento público. Como atuamos em defesa da vida de maneira sistêmica, o impacto das nossas ações não se restringe apenas às populações diretamente atingidas.

Diante dos desafios colocados na defesa do meio ambiente e da vida no país, o trabalho de design de publicações e outras peças de divulgação do WWF-Brasil se faz necessário para atingirmos nossos objetivos de informação e engajamento da sociedade brasileira e da rede WWF.

2. Objeto de Contratação

Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de comunicação, compreendendo o desenvolvimento de narrativas, estratégias de comunicação, identidades visuais, conteúdos, peças gráficas, materiais audiovisuais e demais produtos de comunicação necessários à execução de campanhas e ativações institucionais do WWF-Brasil, conforme demandas apresentadas ao longo da vigência contratual.

A presente contratação terá caráter de **contrato guarda-chuva**, não gerando exclusividade nem quantidade mínima de demandas, sendo acionada por meio de solicitações específicas durante a vigência do contrato.

Os serviços poderão incluir, entre outros:

- Desenvolvimento de narrativas, conceitos criativos, estratégias de comunicação e planos de execução para campanhas e ativações;
- Criação e desenvolvimento de identidade visual para campanhas, projetos e iniciativas específicas;
- Elaboração de conteúdos em diferentes formatos e linguagens;
- Produção de peças gráficas impressas e digitais;
- Produção de materiais audiovisuais;
- Produção de textos, relatórios, publicações, conteúdos para redes sociais, apresentações institucionais e outros materiais de comunicação;
- Desenvolvimento de infográficos, ilustrações e recursos visuais;
- Adaptação e desdobramento de peças para diferentes formatos e canais;
- Planejamento e operacionalização de campanhas e ativações, quando solicitado pelo WWF-Brasil.



CARTA CONVITE

Os materiais produzidos poderão ser físicos ou digitais, conforme a necessidade identificada em cada demanda, e deverão ser concebidos considerando os objetivos do projeto, os públicos-alvo definidos e os canais de comunicação previstos.

Os produtos desenvolvidos poderão ser utilizados pelo WWF-Brasil e por seus parceiros institucionais em:

- Canais próprios de comunicação;
- Redes sociais;
- Websites e plataformas digitais;
- Eventos e reuniões;
- Apresentações institucionais;
- Publicações impressas ou digitais;
- Ações de relacionamento e engajamento;
- Outras finalidades institucionais consideradas pertinentes pelo WWF-Brasil.

O WWF-Brasil terá direito de utilização irrestrita dos materiais contratados para fins institucionais, podendo compartilhá-los com parceiros e apoiadores, bem como disponibilizá-los publicamente quando julgar adequado.

2.2 Modelo de Operação da Contratação

O WWF-Brasil fornecerá à contratada briefings e informações técnicas necessárias ao desenvolvimento das demandas.

Para cada campanha ou ativação será realizada reunião de alinhamento que resultará em documento orientador contendo, no mínimo:

1. Objetivo do projeto;
2. Público-alvo;
3. Escopo e entregáveis previstos;
4. Especificações técnicas e requisitos de qualidade;
5. Orçamento disponível;

CARTA CONVITE

6. Cronograma e prazos;
7. Indicadores ou expectativas de desempenho, quando aplicável.

Cada demanda contará com um representante designado pelo WWF-Brasil, responsável por:

- Realizar o alinhamento inicial do projeto;
- Esclarecer dúvidas;
- Articular o contato da contratada com as equipes técnicas do WWF-Brasil;
- Acompanhar o desenvolvimento dos trabalhos;
- Consolidar comentários e solicitações de ajustes;
- Validar as entregas finais.

2.3 Planejamento das Campanhas e Ativações

Dependendo da necessidade da demanda, o planejamento de comunicação poderá ser:

- a) elaborado pelo WWF-Brasil e executado pela contratada; ou
- b) elaborado e executado pela própria contratada, mediante solicitação expressa do WWF-Brasil.

Quando solicitado à contratada, o planejamento deverá contemplar:

- Plano de trabalho;
- Estratégia de comunicação;
- Narrativa e abordagem criativa;
- Mensagens-chave;
- Definição de entregáveis;
- Cronograma;
- Estimativa orçamentária;
- Recomendações de canais e formatos.

O desenvolvimento desse planejamento deverá ser considerado pela proponente na composição de sua metodologia de atendimento e na precificação dos itens constantes da memória de cálculo.



CARTA CONVITE

Planos de mídia paga, quando necessários, constituirão produtos específicos e somente serão executados após validação formal do orçamento correspondente pelo WWF-Brasil.

2.4 Fluxo Operacional das Demandas

As demandas seguirão, preferencialmente, o seguinte fluxo:

- I. O WWF-Brasil encaminhará solicitação formal à contratada contendo briefing, escopo preliminar e número da Solicitação de Compras (SC);
- II. Será realizada reunião de alinhamento, quando necessária;
- III. A contratada analisará a demanda e apresentará proposta técnica e financeira contendo escopo, metodologia, cronograma, composição de custos e prazo de execução;
- IV. Após aprovação do orçamento e do plano de execução pelo WWF-Brasil, os serviços serão autorizados para início;
- V. A contratada executará os serviços e apresentará as entregas para validação;
- VI. Após aprovação final, os produtos serão entregues em seus formatos definitivos e editáveis.

2.5 Previsão de Demandas

Considerando a natureza do presente contrato guarda-chuva, a contratação dos serviços ocorrerá mediante emissão de ordens de serviço pelo WWF-Brasil, de acordo com suas necessidades específicas. Não há quantidade mínima mensal assegurada, tampouco compromisso de contratação de volume determinado, sendo as demandas realizadas exclusivamente sob demanda durante a vigência contratual.

O WWF-Brasil não se compromete com volume mínimo de contratação, quantidade mínima de projetos, faturamento mínimo mensal ou utilização total dos serviços previstos.

O pagamento será realizado exclusivamente pelas demandas efetivamente aprovadas, contratadas e executadas.

CARTA CONVITE

2.6 Tipologia de Demandas

Para fins de dimensionamento das propostas, as demandas poderão ser classificadas conforme abaixo.

2.6.1 Ativação

Ações pontuais de comunicação voltadas à divulgação de marcos institucionais, datas comemorativas, resultados de projetos ou registros de acontecimentos específicos.

Características gerais:

- Duração de até uma semana;
- Até 8 ativações ou desdobramentos;
- Escopo simplificado e execução rápida.

2.6.2 Campanha P (Pequena)

Campanhas de menor complexidade e abrangência.

Podem contemplar:

- Publicações em mídias sociais;
- E-mail marketing;
- Materiais impressos simples;
- Peças digitais;
- Pequenos eventos ou ações promocionais.

Duração aproximada: entre 7 dias e 1 mês.

2.6.3 Campanha M (Média)

Campanhas com estratégia mais estruturada e utilização de múltiplos formatos e canais.

Podem contemplar:



CARTA CONVITE

- Marketing de conteúdo;
- Publicidade digital;
- Produção audiovisual;
- Eventos locais;
- Materiais gráficos diversos.

Duração aproximada: até 60 dias.

2.6.4 Ativação Perene

Programas de comunicação contínuos e multicanais com objetivos de conscientização e engajamento de longo prazo.

Características:

- Produção recorrente de conteúdos;
- Planejamento continuado;
- Diversidade de formatos e canais;
- Duração aproximada de até 12 meses.

2.6.5 Banco de Imagens e Conteúdo Audiovisual

O WWF-Brasil disponibilizará acesso ao seu banco de imagens e demais materiais audiovisuais necessários para execução dos projetos.

Será responsabilidade da contratada:

- Realizar a curadoria dos materiais;
- Verificar adequação estética e técnica;
- Conferir restrições de uso e licenciamento;
- Sugerir os materiais mais adequados para cada projeto.

A utilização dos arquivos somente poderá ocorrer após aprovação formal do WWF-Brasil.



CARTA CONVITE

A eventual contratação de imagens, vídeos, ilustrações ou outros conteúdos externos não previstos será previamente autorizada pelo WWF-Brasil e deverá ser apresentada em orçamento específico.

2.6.6 Infográficos

Sempre que identificado benefício para a compreensão dos conteúdos, a contratada poderá propor a criação de infográficos.

A proposta deverá conter memória de cálculo detalhada, contemplando o esforço de pesquisa, estruturação da informação, criação gráfica e revisões.

2.6.7 Tradução e Adaptação de Conteúdo

A tradução de conteúdos para outros idiomas poderá ser contratada diretamente pelo WWF-Brasil.

Entretanto, a contratada deverá apresentar em sua memória de cálculo os custos de adaptação, diagramação, ajustes gráficos e adequação de materiais traduzidos para outros idiomas.

2.6.8 Fontes, Ícones e Licenças

O WWF-Brasil poderá disponibilizar elementos de sua identidade institucional, incluindo fontes, ícones e demais ativos gráficos.

A contratada deverá possuir acesso legal às licenças necessárias para utilização de fontes, bancos de ícones, imagens, recursos gráficos e softwares utilizados na execução dos trabalhos.

Todos os custos relacionados às licenças operacionais necessárias à prestação dos serviços deverão estar contemplados na proposta comercial.

2.6.9 Entregas

Todos os materiais deverão ser entregues:

- Em alta resolução;
- Em formato adequado para impressão, quando aplicável;
- Em formato otimizado para uso digital;



CARTA CONVITE

- Com arquivos editáveis abertos.

Conforme a natureza do projeto, deverão ser fornecidos arquivos-fonte, incluindo, entre outros:

- .AI
- .INDD
- .PSD
- .PPTX
- .PRPROJ
- .AEP
- Outros formatos editáveis pertinentes.

A entrega dos arquivos editáveis não implicará em custos adicionais para o WWF-Brasil.

2.6.10 Projeto Gráfico

Os materiais poderão seguir a identidade visual institucional do WWF-Brasil ou demandar a criação de identidade visual própria para projetos, campanhas ou ativações específicas.

As proponentes deverão prever em sua memória de cálculo os serviços relacionados à criação, adaptação e aplicação de projetos gráficos.

2.6.11 Criação de Marca e Identidade Visual

Determinadas demandas poderão exigir desenvolvimento de:

- Nome de campanha ou iniciativa;
- Marca;
- Sistema de identidade visual;
- Guia ou manual de aplicação da marca.

As proponentes deverão apresentar metodologia e memória de cálculo específicas para esses serviços.

CARTA CONVITE

2.6.12 Vigência Contratual

O contrato terá vigência estimada de **24 (vinte e quatro) meses**, contados a partir da data de sua assinatura.

A eventual prorrogação do prazo contratual poderá ocorrer mediante interesse das partes, formalização por escrito e celebração de Termo Aditivo, observadas as condições originalmente pactuadas e sem geração automática de custos adicionais ao WWF-Brasil.

2.7 Elegibilidade dos Proponentes

Este processo é exclusivo para Pessoas Jurídicas, não sendo permitida a participação de Empresas Individuais (MEI) e Pessoas Físicas.

Propostas que não atendam a este critério serão desconsideradas no processo de avaliação.

3. Atividades a serem desenvolvidas

Item	Atividades
1	<i>Desenvolvimento de conceitos criativos, narrativas e mensagens institucionais para campanhas, projetos e iniciativas estratégicas;</i>
2	<i>Elaboração de estratégias de comunicação integrada, incluindo planejamento de ações, definição de canais e públicos prioritários;</i>
3	<i>Criação e gestão de identidades visuais para campanhas, eventos, programas e ações institucionais;</i>
4	<i>Produção de conteúdos editoriais e institucionais para diferentes plataformas e formatos, incluindo textos, peças digitais e materiais impressos;</i>
5	<i>Desenvolvimento de peças gráficas, materiais promocionais e ativos visuais para comunicação interna e externa;</i>
6	<i>Produção, edição e finalização de materiais audiovisuais, como vídeos, animações, motion graphics, registros fotográficos e conteúdos multimídia;</i>
7	<i>Apoio à concepção e execução de campanhas de sensibilização, mobilização e engajamento de públicos de interesse;</i>
8	<i>Desenvolvimento de materiais de apoio para eventos, ativações institucionais, ações de relacionamento e divulgação;</i>

CARTA CONVITE

9	<i>Adaptação, atualização e desdobramento de conteúdos e peças de comunicação para diferentes canais e públicos;</i>
10	<i>Gestão da produção de produtos de comunicação, assegurando o alinhamento às diretrizes de marca, qualidade técnica e objetivos institucionais do WWF-Brasil.</i>

Há Prazo Final	Data
☒ Sim* ☐ Não	24 meses a partir da assinatura do contrato

*[Prazo Final: Assinalar "Sim" caso a entrega precise ser feita impreterivelmente até alguma data. Essa data deve ser inserida na coluna ao lado]

Necessidade de viagens:

Fornecedor precisará viajar para realizar as atividades?	Destino das viagens*
☐ Sim ☒ Não	[Inserir destino]

* Caso não saiba o destino no momento, preencher com "Sem definição no momento"

4. Entregas esperadas

Abaixo você encontrará a lista de entregas esperadas para esse processo de contratação.

Nº da Entrega	Entrega	Estimado, em dias, para entrega, após assinatura do contrato
Produto 1	Pacote sob demanda de materiais acordados em reunião de briefing (<i>Conforme demanda e de acordo com reunião de briefing correspondente</i>)	<i>Conforme demanda do pacote</i>
Produto 2	Pacote periódico com produção de conteúdo para canais digitais do WWF-Brasil (<i>Periodicidade definida no plano de trabalho</i>)	<i>Conforme periodicidade acordada</i>

É de suma importância que o proponente siga esses itens como referência para elaboração de sua proposta.

Esteja atento! Copie e cole estes produtos no arquivo "**Proposta Modelo**" enviado anexo e não altere os produtos, eles serão utilizados para comparar propostas entre os proponentes. Os produtos também serão utilizados posteriormente como comprovação da entrega e liberação dos pagamentos.

CARTA CONVITE

5. Orçamento

Produto	Item	Descrição da composição do produto/ serviço
Produto 1 – Planejamento da Ativação ou campanha	1.1	Plano de mídia paga
	1.2	Planejamento Estratégico de Comunicação: serviço consultivo cuja entrega final é um plano de comunicação estruturado, com diagnóstico, definição de públicos, mensagens-chave, canais, ações recomendadas, cronograma e indicadores. Não inclui a execução das ações previstas. Aplicação: deve ser utilizado apenas quando o planejamento estratégico for a entrega final ao cliente. Nos demais projetos, a Proposta de Trabalho é uma etapa inicial do processo, destinada a orientar as entregas táticas e já contemplada no escopo contratado, sem cobrança específica.
Produto 2 – Conteúdo para redes Produção de conteúdo para redes sociais	2.1	Post estático
	2.2	Post Carrossel
	2.3	Reels Simples (decupagem e corte de vídeo do nosso banco para legendagem e edição simples e aplicação de KV)
	2.4	Reels elaborado (pode conter: decupagem e corte de vídeo do nosso banco para legendagem e edição simples e aplicação de KV, mas contém também motion Graphic)
Produto 3 – Identidade visual Criação de identidade visual de campanha (preço único por projeto, variação conforme complexidade)	3.1	KV simples
		(preencher em descrição o que contém nessa precificação e enviar exemplos)
	3.2	KV médio (preencher em descrição o que contém nessa precificação e enviar exemplos)
	3.3	KV complexo (preencher em descrição o que contém nessa precificação e enviar exemplos)



CARTA CONVITE

Produto 4 - Vídeos Concepção de materiais de audiovisual dedicado às campanhas, sendo a filmagem de responsabilidade de outro fornecedor especializado WWF-Brasil	4.1	<i>Roteiro de vídeo e videocast (valor por minuto)</i>
	4.2	<i>Cortes e edição de vídeos (valor por minuto / vídeo bruto enviado por nós)</i>
	4.3	<i>Edição de vídeo em motion Graphic (valor por minuto, pode ou não conter partes em vídeos brutos enviados pelo WWF-Brasil)</i>
	4.4	<i>Criação de vinheta</i>
	4.5	<i>Produção de live (valor por hora Gerenciar Streaming yard, criar evento no streaming ou rede escolhidos, gerar minutagem do evento a partir de recebimento de roteiro orientativo do WWF-Brasil)</i>
	4.6	<i>Locução (valor por minuto)</i>
Produto 5 - Áudio Concepção de materiais de áudio, contemplando gravação, edição e entrega final.	5.1	<i>Roteiro de podcast e spot (por minuto)</i>
	5.2	<i>Produção e edição de podcast (por minuto gravação realizada a parte)</i>
	5.3	<i>Produção e edição de spot (por minuto gravação realizada a parte)</i>
	5.4	<i>Gravação de áudio com ferramentas on-line (valor por minuto)</i>
Produto 6 - Produtos digitais	6.1	<i>Conteúdo para Landing Page</i>
	6.2	<i>Layout de Landing Page no RD station (exemplo)</i>
	6.3	<i>E-mail marketing no RD station</i>
Produto 7 - Mídia Exterior (outdoor, busdoor, etc)	7.1	<i>Layout</i>

CARTA CONVITE

	7.2	Plano de mídia
Produto 8 - Peças para impressão Folder, postal, cartilha entre outros (valor por 1 página)	8.1	Layout de impresso simples (definir na descrição os tipos de peça inclusos em cada categoria)
	8.2	Layout de impresso médio
		(definir na descrição os tipos de peça inclusos em cada categoria)
	8.3	Layout de impresso complexo (definir na descrição os tipos de peça inclusos em cada categoria)
Produto 9 – Ambientação para evento Produção de peças para evento a variar a complexidade de acordo com dimensão do evento e pontos de ativação	9.1	Criação de banner
	9.2	Criação de backdrop
	9.3	Criação de stand
Produto 10 - Brindes e camisas	10.1	Sugestão e layout de aplicação da marca ou identidade visual em brinde
Produto 11 – Campanha Google Ads	11.1	Planejamento e execução
Produto 12 – Relatório de resultados e aprendizagem	12.1	Produto
Produto 13 - Conteúdo	13.1	Texto para site, release, e-mail, relatório de projeto, apresentação, materiais gráficos, etc (valor por lauda)
Produto 14 – Gestão de redes	14.1	Gestão mensal de rede social de projeto, Incluindo:
		1. criação de conteúdos para o Feed: Volume estimado de 4 publicações mensais na rede acordada (instagram, Likedin, tiktok ou outros): design + texto, sendo: ao menos 1 card estático, 1 carrossel e 1 reels simples

CARTA CONVITE

		<i>2. Sugestão de Stories diários: mínimo de 2 trazendo conteúdo próprio ou compartilhando notícias atuais de empresas, organizações ou pessoas parceiras.</i>
		<i>3. Monitoramento e interação com seguidores</i>
		<i>4. Relatórios mensais de desempenho</i>
Produto 15 – Gestão de e-mail	15.1	<i>Criação de e-mail;</i>
		<i>Disparo e análise de resultados e otimização.</i>
	15.2	<i>Criação de newsletter com notícias já publicadas no site e redes;</i>
		<i>Disparo e análise de resultados e otimização.</i>
	15.3	<i>Criação de LP para cadastro de leads recebimento de comunicação.</i>
	15.4	<i>Criação de LP para convite de eventos.</i>
	15.5	<i>Criação de LP para download de material gráfico.</i>

6. Observações

Para fins de avaliação da proposta, recomenda-se que as empresas apresentem:

- Metodologia de atendimento e gestão das demandas;
- Estrutura da equipe envolvida;
- SLA de atendimento e prazos de resposta;
- Memória de cálculo detalhada dos serviços;
- Valores unitários para os diferentes tipos de produtos e entregas;

CARTA CONVITE

- Critérios de precificação para revisões adicionais;
- Portfólio com experiências similares em campanhas institucionais, socioambientais ou de interesse público.

7. Condições de desembolso

Parcela	Condição de desembolso	Data de pagamento (prevista)	% paga por produto
N/A	Mediante entrega e aprovação do Produto.	A data estimada para a realização de pagamento será informada no ato da aprovação do produto.	<i>Mediante emissão da Nota Fiscal.</i>

Para pacotes que tenham tido periodicidade acordada, o pagamento será feito a cada entrega aprovada.

8. Critérios técnicos para seleção da proposta vencedora

A avaliação se dará pelas 3 seguintes etapas:

Etapas I – Análise Técnica: avaliação da proposta quanto aos critérios técnicos descritos abaixo.

Proponentes precisam alcançar, no mínimo, 60 de 100 pontos para avançar para a próxima etapa.

Critério Técnico para Avaliação	Peso por critério
Proposta Técnica em PDF: Aderência ao escopo da contratação Será avaliada a capacidade da proponente de compreender os objetivos da contratação e apresentar uma abordagem compatível com o escopo e a dinâmica operacional previstos neste Termo de Referência. Além da “proposta modelo (excel)” de precificação solicitada, a proponente deverá apresentar, em documento separado, uma Proposta Técnica, contendo no mínimo: • Compreensão do objeto da contratação e dos desafios relacionados ao escopo; • Entendimento do modelo de contratação guarda-chuva e da gestão de demandas sob demanda; • Metodologia de trabalho e fluxo de atendimento das solicitações; • Estrutura da equipe e papéis dos profissionais envolvidos; • Estratégia para planejamento, desenvolvimento e execução de campanhas e ativações; • Diferenciais da empresa para atendimento das necessidades do WWF-Brasil; • Experiências e casos relevantes que demonstrem capacidade de execução de serviços similares.	5

CARTA CONVITE

A **Proposta Técnica** em PDF será utilizada para avaliar o grau de aderência da empresa ao objeto da contratação, a consistência da metodologia apresentada e a capacidade da proponente de atender às demandas previstas neste Termo de Referência. Não deverão constar valores ou informações comerciais neste documento.

Comprovações Técnicas da Experiência da Proponente:

Com o objetivo de comprovar experiência específica e capacidade técnica compatível com o objeto desta contratação, a proponente deverá apresentar documentação que demonstre sua atuação em projetos de desenvolvimento e execução de campanhas, ativações, estratégias de comunicação, criação de identidade visual e produção de conteúdos e materiais de comunicação. A comprovação poderá ser realizada de forma simples e objetiva por meio da apresentação de um ou mais dos seguintes documentos:

- Atestados de capacidade técnica emitidos por clientes;
- Declarações de boa execução emitidas por contratantes;
- Contratos ou trechos de contratos que permitam identificar o objeto executado;
- Cartas de recomendação;
- Ordens de serviço, termos de aceite ou documentos equivalentes;
- Portfólio acompanhado de informações que permitam identificar o cliente e o escopo realizado.

Para facilitar a análise, a proponente deverá apresentar um quadro-resumo **“Critério Técnico”** da **“Proposta Modelo”** contendo, para cada experiência apresentada:

- Nome da organização contratante;
- Período de execução;
- Escopo do trabalho realizado;
- Principais entregas desenvolvidas;
- Documento comprobatório correspondente.

Serão consideradas mais relevantes as experiências relacionadas a:

- Desenvolvimento e gestão de campanhas de comunicação;
- Planejamento e execução de ativações institucionais;
- Criação de identidade visual para campanhas, programas ou projetos;
- Produção de conteúdos para múltiplos canais de comunicação;
- Produção de peças gráficas e materiais audiovisuais;
- Comunicação de causas, mobilização social, educação, sustentabilidade, conservação ambiental, responsabilidade socioambiental ou temas de interesse público;
- Atendimento a organizações da sociedade civil, fundações, institutos, organismos internacionais ou instituições com atuação nacional.

CARTA CONVITE

<i>Recomenda-se que a proponente apresente, preferencialmente, de 3 a 5 experiências diretamente relacionadas ao objeto desta contratação, priorizando qualidade e aderência ao escopo em detrimento da quantidade de projetos apresentados.</i>	
Capilaridade e representatividade regional , com pontuação diferenciada para empresas sediadas fora do eixo Rio de Janeiro–São Paulo, visando ampliar a diversidade de perspectivas e contextos territoriais.	10
Portifólio: Para fins de avaliação da experiência e capacidade técnica, a proponente deverá apresentar portfólio em documento separado, contendo projetos executados nos últimos 5 (cinco) anos que demonstrem experiência compatível com o escopo desta contratação	25
Comprovações de Diversidade dos profissionais (faixa etária, raça/etnia, identidade de gênero, orientação sexual — incluindo pessoas LGBTQIAP+ - entre outros aspectos de diversidade).	10
Experiência com projetos voltados para conservação ambiental e inclusão social.	25
Total	100

Etapla II - Análise de Preço - Os proponentes classificados na Etapa I terão as suas propostas de preço avaliadas e que também poderá chegar ao máximo de 100 pontos.

Etapla III - Análise Final - A nota final será a soma das duas notas anteriores, porém ponderadas, onde a nota técnica tem 70% do peso e a nota de preço tem 30% do peso.

9. Proposta Técnica e Comercial

O proponente deve responder sua proposta **técnica e comercial** através do preenchimento do arquivo **“Proposta Modelo”** em Excel.

O proponente também deverá apresentar a **equipe** que fará a execução dos trabalhos e suas atribuições conforme consta na **“Proposta Modelo”**.

Sobre a proposta de preço favor apresentar os valores brutos, ou seja, incluindo impostos e encargos. Custos de transporte, deslocamento, alojamento, alimentação e outros custos indiretos, já devem estar dispostos dentro do valor final proposto, não havendo nenhum pagamento adicional.

10. Documentos

Esteja atento aos critérios técnicos que exigem comprovação, certificação e/ou documentos que precisam ser enviados juntos à proposta. **Documentos solicitados neste arquivo, são obrigatórios.**



CARTA CONVITE

Fique à vontade para enviar documentos adicionais, referentes a apresentação da empresa ou abordagem.

11. Prazos da concorrência

Envio de dúvidas: até 08/07/2026

Resposta de dúvidas: até 10/07/2026

Envio da proposta: até 30/07/2026

Divulgação do resultado do processo: até 30 dias após o envio das propostas

Toda a comunicação deve ser feita através do e-mail: compras@wwf.org.br com o seguinte assunto:
PROCESSO Nº **Processo nº 005615 – Contratação Guarda-Chuva para Campanhas de Comunicação**

12. Considerações finais

Atenção! Ao responder este orçamento/proposta, o proponente está de acordo com as regras e disposições gerais do WWF-Brasil disponível para leitura no [link](#).

Confira também nosso [portal do fornecedor](#), onde disponibilizamos instruções sobre:

- Requisitos mínimos para se tornar um fornecedor - [link](#)
- Documentação necessária na etapa de cadastro, ou seja, após a escolha da proposta vencedora - [link](#)
- Modelo de Proposta - [link](#)
