



ANEXO A - ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA

Brasília-DF, 03 de julho de 2024

Prezado (a),

Solicitamos a gentileza de apresentar proposta de serviço para campanhas de comunicação socioambiental dos projetos e círculos do WWF-Brasil.

1. Contextualização e justificativa do trabalho

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 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. Objetivo do trabalho

O objetivo deste convite é a contratação de serviços de planejamento e execução de campanhas de comunicação socioambiental focadas nas transformações e nos projetos de restauração e conservação do WWF-Brasil, de agosto de 2024 a agosto de 2026.

3. Escopo do trabalho

a. Atividades a serem desenvolvidas

- I.** Realizar o trabalho 100% de modo remoto e com recursos próprios (computador, telefone, etc)
- II.** Elaborar e validar ativações e campanhas após alinhamentos com a equipe do WWF-Brasil. As campanhas e ativações podem ser planejadas internamente e executadas pela agência contratada, ou, planejadas e executadas pela contratada.
- III.** Desenvolvimento de narrativa e estratégia de campanhas e ativações de acordo com estabelecido em reuniões com a equipe do WWF-Brasil
- IV.** Produção de materiais gráficos, audiovisuais e/ou em texto para campanhas ou ativações.

Os materiais propostos podem ser físicos ou digitais a depender da necessidade apontada, eles serão produzidos com base no público-alvo da campanha ou ativação.

Os materiais finais serão utilizados nos canais de comunicação do WWF-Brasil na internet. Também poderão ser utilizados em reuniões, eventos, apresentações institucionais e demais oportunidades que o WWF-Brasil julgar pertinente podendo ser compartilhados, inclusive, com parceiros ou disponibilizados livremente.

O WWF-Brasil será apoiador no processo de desenvolvimento das campanhas ou ativações e fornecerá briefings qualificados para o planejamento e execução. Ademais, para cada campanha ou ativação na constância da contratação, haverá uma reunião de briefing que originará documento norteador do projeto. Esse documento deverá conter, obrigatoriamente:

1. Objetivo do projeto;
2. Público-alvo;

3. Especificações técnicas de qualidade; e
4. Prazos;

Para cada campanha ou ativação será indicado um representante do WWF-Brasil que irá auxiliar a empresa vencedora no processo de elaboração da proposta. Além de fazer a ponte com a equipe técnica de conservação do WWF-Brasil, acompanhará o processo desde a reunião de briefing até a revisão da versão final.

Cabe ao representante do WWF-Brasil dizer quais itens e serviços (com memória de cálculo previamente acordada) devem ser acionados naquela situação. A agência fornecedora, fará então um orçamento para acordar o valor da ativação solicitada.

O WWF-Brasil estima que, ao longo de cada ano, serão emitidas aproximadamente duas ordens de serviço por mês, exceto em situações previamente acordadas entre o WWF-Brasil e a empresa vencedora.

O pagamento será realizado com base no tipo de projeto realizado. O WWF-Brasil não se compromete em atingir o limite mínimo mensal de produção, tampouco o número total de ordens de serviço estimadas por mês.

Sobre fotos

O WWF-Brasil disponibilizará as fotos e vídeos brutos necessários para as campanhas e ativações. Sendo eles extraídos da nossa base de imagens, HIVE, Shutterstock e ou eventualmente com contratos pontuais para cessão e ou produção de imagens.

Sobre infográficos

Durante o processo de produção dos textos, a empresa vencedora poderá indicar a necessidade de produção de infográficos para facilitar o entendimento dos conteúdos. A empresa vencedora deverá realizar a memória de cálculo para a produção de infográficos.

Sobre as traduções

Versões em línguas estrangeiras poderão ser realizadas nas versões finais dos textos. Este trabalho será contratado diretamente pelo WWF-Brasil. E empresa vencedora deverá apresentar memória de cálculo para adaptação de conteúdos em outros idiomas. Por exemplo, custo de ajuste por página.

Sobre iconografia e fontes

O projeto gráfico do WWF dispõe de alguns ícones e fontes que poderão ser utilizados pela empresa vencedora. Porém, será necessário que a empresa vencedora disponha de acesso a bancos de ícones e fontes para eventual uso.

Sobre a entrega

Todas as publicações deverão ser entregues em alta resolução. Fechadas para impressão (exemplo: marcas de corte e sangrias quando necessário) e versão web.

Todas as entregas deverão contar também com os arquivos abertos (com imagens, fontes e o arquivo editável, por exemplo, .indd, .ai, .ppt e atc).

Sobre o projeto gráfico

As publicações podem seguir o projeto gráfico do WWF (anexo) ou, pode ser necessária a criação de uma identidade visual específica para a campanha ou ativação. Desta forma a empresa candidata deverá prever na memória de cálculo o valor da elaboração de projeto gráfico.

Sobre a criação de marca e identidade visual

Determinados projetos demandarão desenvolvimento de uma identidade visual diferente do padrão utilizado pelo WWF. Desta forma a empresa candidata deverá prever na memória de cálculo o valor da elaboração de marca, identidade visual e manual de marca.

4. Período do trabalho

O período de trabalho será aproximadamente 2 anos (período estimado de agosto de 2024 a agosto de 2026). Qualquer prorrogação deste prazo deverá ser concedida e aprovada previamente, por escrito, de comum acordo entre as partes contratada e contratante, sem custo adicional ao contratante e mediante um Termo Aditivo ao contrato a ser assinado.

5. Produtos esperados e cronograma de realização

Item	Produtos	Prazo de Entrega	Período de Aprovação
1	Pacote sob demanda de materiais acordados em reunião de briefing	Conforme demanda e de acordo com reunião de briefing correspondente	Conforme demanda do pacote

2	Pacote periódico com produção de conteúdo para canais digitais do WWF-Brasil	Periodicidade definida no plano de trabalho	Conforme periodicidade acordada
---	--	---	---------------------------------

Todos os produtos devem ser validados e aprovados pela equipe técnica do projeto. A realização de modificações sugeridas deverá estar contemplada na proposta financeira, bem como no prazo de entrega definido.

Os prazos e períodos aqui apresentados podem sofrer alterações conforme a duração do processo de seleção e elaboração de contrato ou acordo entre a Contratada e equipe técnica.

6. 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.	Mediante emissão da Nota Fiscal.

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

7. Orçamento

Memória de cálculo por produto

A agência concorrente deve preencher de acordo com os valores que costuma praticar. Após a escolha da agência, caso no pedido de briefing haja alguma especificidade não orçada para aquele item é possível fazer um orçamento especial justificando o custo a mais ou a menos do pedido.

Caso a agência concorrente não lide com algum desses itens sinalizar na descrição, caso algum item precise de um briefing mais específico para orçamento sinalizar em valores que o item será orçado a cada briefing.

Produtos	Descrição	Descrição da composição do produto/ serviço	Valores
Produto 1 – Ativação	1.1	Um mini-plano único contendo: um breve descritivo da ativação, plano de trabalho, mensagem-chave, grade de conteúdo (o valor dos conteúdos, peças e demais serviços é a parte conforme acordado abaixo).	
<i>Uma ativação simples para marcar uma data emblemática, um marco de um projeto ou um fato que deve ser registrado. (dura entre 1 dia e uma semana e conta com no máximo 8 ativações)</i>			
Produto 2 – Campanha P	2.1	Apresentação	

<p>São campanhas de comunicação mais simples e de menor escala. Envolve uma diversidade pequena de ativações, ações como anúncios em mídias sociais, panfletos impressos, e-mails diretos ou pequenos eventos promocionais. O objetivo principal é aumentar a conscientização ou promover um produto, serviço ou evento em um contexto mais limitado. (dura entre 7 dias e um mês)</p> <p>Produto 1 – Campanha M</p>	2.2	Plano de trabalho		
	2.3	Narrativa de campanha + mensagens-chave		
	2.4	Plano de mídia paga		
	2.5	Grade de conteúdos (o valor dos conteúdos, peças e demais serviços é a parte conforme acordado abaixo).		
<p>Envolve uma estratégia mais abrangente e recursos um pouco mais substanciais do que as campanhas pequenas. Pode incluir uma combinação de diferentes canais de comunicação, como publicidade online, relações públicas, marketing de conteúdo e eventos locais. (dura em torno de 60 dias)</p> <p>Produto 1 – Campanha G</p>	3.1	Apresentação		
	3.2	Plano de trabalho		
	3.3	Narrativa de campanha + mensagens-chave		
	3.4	Plano de mídia paga		
<p>São campanhas perenes multi-canais. Geralmente envolvem uma diversidade de ativações maior e periodicidade. O objetivo é tornar um assunto recorrente criando impacto significativo na conscientização das pessoas sobre o tema. (Exemplo: abordagem do assunto alimentação com um tema mensal Duração: 1 ano)</p> <p>Produto 5 – Conteúdo para redes</p>	3.5	Grade de conteúdos (o valor dos conteúdos, peças e demais serviços é a parte conforme acordado abaixo).		
	4.1	Apresentação		
	4.2	Plano de trabalho		
	4.3	Narrativa de campanha + mensagens-chave		
<p>Produção de conteúdo para redes sociais</p>	4.4	Plano de mídia paga		
	4.5	Grade de conteúdos (o valor dos conteúdos, peças e demais serviços é a parte conforme acordado abaixo).		
	5.1	Post estático		
	5.2	Post Carrossel		
<p>Produção de conteúdo para redes sociais</p>	5.3	Reels Simples (decupagem e corte de vídeo entregue por nós para legendagem e edição simples e aplicação de KV)		
	5.4	Reels elaborado (pode conter: decupagem e corte de vídeo entregue por nós para legendagem e edição simples e aplicação de KV,		

		mas contém também motion Graphic)		
Produto 6 – Identidade visual	6.1	KV simples (preencher em descrição o que contém nessa precificação)		
<i>Criação de identidade visual de campanha (preço único por projeto, variação conforme complexidade)</i>	6.2	KV médio (preencher em descrição o que contém nessa precificação)		
	6.3	KV complexo (preencher em descrição o que contém nessa precificação)		
	7.1	Roteiro de vídeo e vídeocast (valor por minuto)		
Produto 7 - Vídeos	7.2	Cortes e edição de vídeos (valor por minuto / vídeo bruto enviado por nós)		
<i>Concepção de materiais de audiovisual dedicado às campanhas, sendo a filmagem de responsabilidade de outro fornecedor especializado WWF-Brasil</i>	7.3	Edição de vídeo em motion Graphic (valor por minuto, pode ou não conter partes em vídeos brutos enviados pelo WWF-Brasil)		
	7.4	Criação de vinheta		
	7.5	Produção de live (valor por hora Gerenciar Streaming yard, criar evento no streaming ou rede escolhido, gerar minutagem do evento a partir de recebimento de roteiro orientativo do WWF-Brasil)		
	7.6	Locução (valor por minuto)		
	8.1	Roteiro de podcast e spot (por minuto)		
Produto 8 - Áudio	8.2	Produção e edição de podcast (por minuto gravação realizada a parte)		
<i>Concepção de materiais de áudio, contemplando gravação, edição e entrega final.</i>	8.3	Produção e edição de spot (por minuto gravação realizada a parte)		
	8.4	Gravação de áudio com ferramentas on-line (valor por minuto)		
	9.1	Conteúdo para Landing Page		
Produto 9 - Produtos digitais				

	9.2	Layout e programação de Landing Page	Varia de acordo com a demanda	Orçamento mediante briefing
	9.3	E-mail marketing		
Produto 10 - Mídia Exterior	10.1	Layout		
<i>(outdoor, busdoor, etc)</i>	10.2	Plano de mídia		
Produto 11 - Peças para impressão	11.1	Layout de impresso simples (definir na descrição os tipos de peça inclusos em cada categoria)		
	11.2	Layout de impresso médio (definir na descrição os tipos de peça inclusos em cada categoria)		
Folder, postal, cartilha entre outros (valor por 1 página)	11.3	Layout de impresso complexo (definir na descrição os tipos de peça inclusos em cada categoria)		
Produto 12 – Ambientação para evento	12.1	Ambientação simples (descrever ao lado as peças pensadas para esse orçamento)		
	12.2	Ambientação mediana (descrever ao lado as peças pensadas para esse orçamento)		
<i>Produção de peças para evento a variar a complexidade de acordo com dimensão do evento e pontos de ativação</i>	12.3	Ambientação complexa	Varia de acordo com a demanda	Orçamento mediante briefing
Produto 13 - Brindes e camisas	13.1	Sugestão e layout		
Produto 14 – Campanha Google Ads	14.1	Planejamento e execução		
Produto 15 – Relatório de resultados e aprendizagem	15.1	Produto		
Produto 16 - Conteúdo	16.1	texto para site, release, e-mail, relatório de projeto, apresentação, materiais gráficos, etc (valor por lauda)		

Sobre a proposta de preço incidirão, ainda, os encargos e impostos, que serão descontados dos valores a serem pagos.

8. Critérios de seleção

A modalidade de seleção desta contratação será **contratação por cotação**. A proposta será avaliada e a contratação validada com base nos seguintes itens:

1. O proponente ter apresentado toda a documentação necessária, conforme Seção 2 desta Carta Convite.
2. Proposta de valor e adequação da proposta ao escopo do projeto;
3. Região do país, com pontuação maior para empresas sediadas fora do eixo Rio – São Paulo;
4. Portfólio;
5. Diversidade dos profissionais (etnia, raça e gênero);
6. Experiência com projetos voltados para conservação ambiental e inclusão social.

9. 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.**

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

10. Prazos da concorrência

Envio de dúvidas: até **11/07/2024**

Resposta de dúvidas: até **15/07/2024**

Envio da proposta: até **19/07/2024**

Divulgação do resultado do processo: até **10** 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 **001860_AGÊNCIAS DE CAMPANHA**

11. 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 [manual do fornecedor](#), onde disponibilizamos instruções sobre:

- Requisitos mínimos para se tornar um fornecedor
- Detalhamento das regras para apuração da concorrência
- Documentação necessária na etapa de cadastro, ou seja, após a escolha da proposta vencedora

➤ Regras gerais quanto as condições de pagamento
