



DIVULGAÇÃO

Brasília, 13 de julho de 2026.

Prezados Proponentes,

Com o objetivo de garantir transparência e isonomia entre todos os participantes, o WWF-Brasil consolidou abaixo as principais dúvidas recebidas durante o **Processo de concorrência nº 005615 – Contratação Guarda-Chuva para Campanhas de Comunicação**. As perguntas foram agrupadas por tema e respostas repetidas foram unificadas para facilitar a consulta.

1. Modelo de Contratação e Distribuição das Demandas

Como será definida a empresa responsável por cada demanda após a homologação?

O WWF-Brasil conta com uma equipe de comunicadores de projetos que gerencia demandas de forma individual ou em dupla. As solicitações poderão ser direcionadas a qualquer empresa homologada.

Na definição do fornecedor para cada demanda, poderão ser considerados fatores como:

- Preço;
- Disponibilidade operacional;
- Experiência e especialidade para o tema;
- Conhecimento prévio das estratégias e causas do WWF-Brasil;
- Aderência ao escopo solicitado.
- Não haverá rodízio obrigatório nem mini concorrências entre os fornecedores homologados.

Este processo serve apenas para homologação ou haverá novas concorrências para cada projeto?

O objetivo deste processo é a homologação e contratação de empresas especializadas por um período de **24 meses**.

Após a homologação, as demandas serão contratadas diretamente junto aos fornecedores homologados, por meio de solicitações de compras, sem realização de novas concorrências para cada projeto.

Como serão encaminhadas as demandas durante a vigência do contrato?

As demandas serão enviadas por e-mail e poderão ser detalhadas em reuniões de briefing, quando necessário.

O WWF-Brasil fornecerá as informações estratégicas e técnicas necessárias para o desenvolvimento dos trabalhos.

DIVULGAÇÃO

Quantas empresas homologadas atuam atualmente nesse modelo?

Atualmente, o WWF-Brasil trabalha com aproximadamente **duas empresas homologadas** para esse tipo de serviço.

2. Volume e Perfil das Demandas

Existe uma estimativa do volume de trabalho?

Nos últimos 12 meses foram registradas aproximadamente **57 solicitações de compras** direcionadas às agências homologadas.

Embora não haja uma classificação detalhada de todas as demandas, a experiência recente indica:

- Poucas campanhas de grande porte;
- Algumas campanhas de média complexidade;
- Volume predominante de ativações relacionadas a:
 - Eventos;
 - Datas comemorativas;
 - Lançamento de estudos;
 - Divulgação de resultados;
 - Marcos e etapas de projetos.

Esses números são apenas referenciais e não representam garantia ou compromisso de volume futuro.

Além de mídia digital, poderão ser solicitados outros tipos de materiais?

Sim. As demandas podem incluir:

- Campanhas de comunicação;
- Ativações;
- Websites e landing pages;
- Publicações institucionais;
- Relatórios;
- Apresentações;
- Materiais impressos;
- Conteúdos audiovisuais;
- Materiais para eventos;
- Conteúdo para redes sociais;



DIVULGAÇÃO

- Outros formatos previstos na carta-convite.

O limite de oito ativações representa o volume padrão por campanha?

Não. O quantitativo de até oito ativações foi apresentado apenas como referência para a categoria "Ativação".

Os volumes efetivos serão definidos conforme o escopo de cada briefing.

2. Produto 2 e Ativações Perenes

O Produto 2 corresponde a um fee mensal fixo?

Não.

O Produto 2 não representa um fee mensal obrigatório nem uma reserva exclusiva de equipe. Ele se refere a demandas contínuas ou recorrentes que poderão ser contratadas conforme a necessidade dos projetos.

O Produto 2 refere-se à comunicação institucional do WWF-Brasil?

Não.

O escopo está voltado à comunicação de projetos e iniciativas específicas do WWF-Brasil. Embora conteúdos possam ser publicados nos canais institucionais da organização, esta contratação não contempla a gestão contínua desses canais.

Como funciona o pagamento das ativações perenes ou recorrentes?

Quando houver uma periodicidade previamente acordada, o pagamento será realizado de acordo com as entregas aprovadas, conforme previsto na carta-convite.

O modelo de contratação dependerá do escopo de cada projeto.

Existe uma volumetria predeterminada para ativações perenes?

Não.

O volume, os canais utilizados, os formatos e a periodicidade serão definidos caso a caso, por meio dos briefings dos projetos.

As demandas do WWF-Brasil tendem a ser predominantemente sazonais e associadas a marcos específicos dos projetos.



DIVULGAÇÃO

4. Proposta Comercial e Precificação

A memória de cálculo deve ser apresentada em documento separado?

Para este processo, não é necessário apresentar documento complementar de memória de cálculo.

Todas as informações necessárias já estão contempladas na proposta-modelo disponibilizada pelo WWF-Brasil.

Solicita-se que o modelo não seja alterado, garantindo a comparabilidade entre as propostas.

Devem ser apresentados valores para todos os produtos e serviços da planilha?

Sim.

A proposta comercial deve contemplar todas as linhas de produtos e serviços previstas na seção **"Orçamento – na aba Proposta Comercial"**, conforme o modelo disponibilizado.

Serviços específicos como infografia, tradução, projeto gráfico e identidade visual devem ser precificados?

Sim.

Devem constar na proposta comercial, mesmo que venham ou não a ser utilizados durante a vigência contratual.

É possível propor descontos para pacotes de peças?

Para fins comparativos, os valores devem seguir o modelo padrão disponibilizado.

Entretanto, durante a execução contratual, caso uma demanda apresente complexidade significativamente superior ou inferior ao previsto, a contratada poderá justificar ajustes de preço no orçamento específico.

Os orçamentos das campanhas futuras já estão definidos?

Não.

Os orçamentos serão definidos posteriormente, de acordo com as necessidades de cada projeto.

Os valores apresentados nesta concorrência servirão como referência para futuras solicitações de compras.

5. Avaliação das Propostas

O que será mais valorizado na proposta técnica?



DIVULGAÇÃO

A avaliação será realizada por uma banca interna especializada em comunicação.

Serão considerados, entre outros fatores:

- Qualidade do portfólio;
- Capacidade estratégica;
- Criatividade;
- Metodologia de trabalho;
- Participação da empresa no processo criativo e estratégico;
- Experiência da equipe;
- Capacidade consultiva;
- Conhecimento de temas socioambientais.

Experiências relacionadas a sustentabilidade, conservação ambiental, inclusão social e temas correlatos possuem maior aderência ao escopo da contratação.

Não existe um perfil único considerado ideal; diferentes competências podem ser consideradas complementares.

Quantos cases devem ser apresentados no portfólio?

Recomenda-se apresentar entre **3 e 5 experiências relevantes**, priorizando qualidade, relevância e aderência ao objeto da contratação.

Existe modelo obrigatório para a proposta técnica?

Não.

Cada empresa poderá utilizar seu próprio modelo, desde que contemple:

- Entendimento do escopo;
- Metodologia de trabalho;
- Estrutura da equipe;
- Fluxo de atendimento;
- Diferenciais da empresa;
- Experiências relevantes.

A proposta técnica deve ser apresentada separadamente da proposta comercial e sem informações de preço.



DIVULGAÇÃO

6. Marketing de Influência

A estratégia de marketing de influência está contemplada no escopo?

Não como serviço recorrente.

O marketing de influência pago não está previsto na memória de cálculo apresentada.

Caso haja necessidade desse tipo de ação em projetos específicos, o escopo e os custos serão tratados separadamente.

7. Equipe, Diversidade e Localização

Parte da equipe precisa estar sediada em Brasília?

Não.

A contratação tem abrangência nacional e não há exigência de localização da equipe em Brasília.

O critério de diversidade refere-se à equipe do projeto ou à empresa como um todo?

Refere-se à equipe da empresa que atuará direta ou indiretamente na execução dos serviços.

Serão aceitos documentos, apresentações, políticas internas, posicionamentos institucionais ou outras evidências que demonstrem o compromisso da organização com diversidade, equidade e inclusão.

Não é necessário apresentar documentos sensíveis ou individuais dos profissionais.

8. Custos Operacionais e Deslocamentos

Como deve ser tratada a questão dos deslocamentos na proposta?

Os custos operacionais rotineiros e indiretos devem estar contemplados nos valores apresentados.

O modelo de trabalho previsto é prioritariamente remoto.

Caso ocorram deslocamentos excepcionais não previstos inicialmente, eles serão discutidos e alinhados previamente durante a solicitação de compras correspondente.

9. Planejamento Estratégico

Quando a agência for responsável pelo planejamento e pela execução da campanha, o planejamento deve ser cobrado separadamente?

Não.

Nesses casos, o custo do planejamento deve estar incorporado ao valor total da campanha.



DIVULGAÇÃO

10. Condições de Pagamento

Qual é o prazo de pagamento após a emissão da Nota Fiscal?

O pagamento será realizado em até **15 dias** após o recebimento da Nota Fiscal, conforme os procedimentos financeiros do WWF-Brasil.

Considerações Finais:

A contratação possui caráter **guarda-chuva**, permitindo ao WWF-Brasil acionar empresas homologadas ao longo da vigência contratual conforme as necessidades dos projetos.

A escolha dos fornecedores para cada demanda considerará fatores como aderência ao escopo, experiência, disponibilidade, qualidade técnica e competitividade dos valores apresentados, sempre observando as condições estabelecidas na carta-convite.

Aquisições & Contratações
WWF- Brasil