

TERMO DE REFERÊNCIA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

1. CONTEXTO:

Há mais de uma década atores da cadeia da pecuária operando na Amazônia têm sido foco de mobilizações de setores públicos e da sociedade civil brasileira em busca de aprimorar aspectos de sustentabilidade e eliminar ilegalidades sociais e ambientais de sua cadeia de valor. Em 2009, relatório lançado pela ONG Greenpeace chamado [“A Farra do Boi”](#), colocava a pecuária como principal impulsionador de desmatamento na Amazônia, o que levou a uma contundente mobilização da sociedade civil acerca dessa pauta. Como resposta, os maiores frigoríficos do país assinaram o Compromisso Público da Pecuária, que determinava critérios de desmatamento zero para o setor. Naquele mesmo ano, ações do MPF do Pará lideradas pelo Procurador da República Daniel Azeredo levaram os grandes frigoríficos a assumirem compromissos a partir de Termos de Ajustamento de Conduta (TACs) que tratam, entre outros aspectos, da urgência na redução do desmatamento ilegal na região da Amazônia.

De lá para cá, a indústria e o varejo vêm avançando em mecanismos de monitoramento de cadeia, aplicando tecnologia e buscando aprimorar sua adesão aos compromissos públicos, com amplo apoio de organizações da sociedade civil e da cooperação internacional, que hoje apresenta crescente demanda por produtos isentos de relação com o desmatamento. Apesar dos avanços, ainda existem relevantes brechas que enfraquecem a possibilidade de rastreabilidade da cadeia como um todo. Um exemplo disso é a dificuldade que os frigoríficos encontram em garantir que seus inúmeros fornecedores indiretos, como as fazendas que produzem bezerros e vendem para as fazendas de engorda, estejam em plena conformidade ambiental.

Por não conseguir comprovar o controle sanitário e socioambiental em toda a cadeia produtiva, o Brasil enfrenta ainda desafios em obter mais valor agregado à carne bovina. A questão da rastreabilidade da cadeia da carne, portanto, é considerada um tema prioritário para o mercado, que cada vez mais exige a legalidade, conectado com a rastreabilidade e transparência. Como exemplo, em 2020, 230 investidores com portfólio de US\$ 16,2 trilhões — equivalente a quase nove vezes o PIB do Brasil — emitiram um comunicado conjunto pressionando empresas a implementar políticas contra o desmatamento em suas cadeias de fornecedores.

Sobre o Programa Parcerias para Agropecuária Responsável

O Programa Parcerias para Agropecuária Responsável foi desenvolvido para fomentar a produção, comercialização e a demanda de carne bovina livre de desmatamento no Brasil através de um modelo de negócios mais rentável, sustentável e resiliente. A iniciativa é mantida através de uma parceria entre a The Nature Conservancy (TNC), Safe Trace (ST) e Amigos da Terra - Amazônia Brasileira (AdT), e é financiada pelo programa Partnerships for Forests (P4F).

TERMO DE REFERÊNCIA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

O **Projeto Parcerias para Agropecuária Responsável (PAR) Fase I**, desenvolvido de 2019 a 2021, teve a fase de testes no estado do Pará, que promoveu o desenvolvimento e melhoria de uma ferramenta de rastreabilidade, **Plataforma CONECTA** (plataforma tecnológica de controle de origem e qualificação do item rastreável) e desenvolveu instrumentos de engajamento e readequação ambiental para comercialização responsável da cadeia da carne.

O arranjo e estratégias do **Projeto Parcerias para Agropecuária Responsável Fase II**, apresentado pelo P4F e acordada entre os parceiros (TNC, Safe Trace e AdT), tem dois componentes a serem desenvolvidos.

Um deles é o componente negócio, conduzido pelo Safe Trace e AdT, de sensibilização, engajamento de indústrias e varejos para uso da Plataforma CONECTA, uma ferramenta administrada e explorada pelo setor privado (empresa Safe Trace). **Componente negócio** é um negócio privado com perspectiva de longo prazo e geração de lucro na prestação de serviços. Neste componente haverá o desenvolvimento e operacionalização do plano de negócio de prestação de serviços aos atores do setor privado, além do desenvolvimento de plano de investimento e estratégia de ganho de escala. Como parte dos desafios desta Fase 2, Safe Trace desenhará uma estrutura que atenda às necessidades dos governos e do setor privado.

O componente de adequação e engajamento, está sob responsabilidade da TNC, trabalhando o engajamento do setor público, setor financeiro, produtores, associações para a iniciativa. A indústria será engajada pelo ST e AdT para que sejam identificados os fornecedores indiretos, que serão mobilizados e direcionados para a readequação ambiental pela TNC. Este componente buscará, além da participação de produtores e frigoríficos (já iniciada na fase 1), a **adesão dos órgãos públicos de Meio Ambiente e Vigilância Animal dos estados do Pará e do Mato Grosso**, ao **Programa Parceria para Agropecuária Responsável** apoiando o uso da Plataforma CONECTA para o monitoramento e transparência na cadeia de abastecimento da carne.

Os governos estaduais (PA e MT) terão apoio da TNC para a elaboração e publicação de um **Plano Estadual Estratégico de Inclusão e Recondução à comercialização legal e regularização ambiental, para produtores bloqueados**. Serão desenvolvidos, para cada estado, fóruns de discussão com entidades públicas, privadas, representantes de produtores para dinamizar os processos de regularização, fluxos de regularidade ambiental, apoiando os produtores participantes na validação do CAR, o cumprimento do PRA para regularização ambiental de suas fazendas.

Sobre as organizações:

Amigos da Terra - Amazônia Brasileira

Amigos da Terra - Amazônia Brasileira é uma organização não-governamental brasileira, sem fins lucrativos, com mais de 25 anos de atuação na área socioambiental, trabalhando na promoção de iniciativas sustentáveis que visem o desmatamento zero nos habitats naturais brasileiros, com foco prioritário, mas não exclusivo, na Amazônia. A organização atua junto aos governos e empresas, influenciando políticas públicas e privadas que possam promover o desenvolvimento sustentável e evitar a degradação ambiental. Também apoia comunidades locais e trabalha para gerar e compartilhar informações de

TERMO DE REFERÊNCIA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

relevância sobre as áreas de atuação. Saiba mais em www.amigosdaterra.org.br

The Nature Conservancy (TNC)

The Nature Conservancy (TNC) é uma organização global de conservação ambiental dedicada à proteção em grande escala das terras e água das quais a vida depende. Guiada pela ciência, a TNC cria soluções inovadoras e práticas para que a natureza e as pessoas possam prosperar juntas. Trabalhando em 79 países, a organização utiliza uma abordagem colaborativa, que envolve comunidades locais, governos, setor privado e outros parceiros. No Brasil, onde atua há 30 anos, a TNC promove iniciativas nos principais biomas, com o objetivo de compatibilizar o desenvolvimento econômico e social dessas regiões com a conservação dos ecossistemas naturais. O trabalho da TNC concentra-se em ações ligadas à Agropecuária Sustentável, à Segurança Hídrica e à Infraestrutura Inteligente, além de Restauração Ecológica e Terras Indígenas. Saiba mais sobre a TNC em www.tnc.org.br.

Safe Trace

A Safe Trace é a marca líder na rastreabilidade de alimentos no Brasil, combinando gestão de riscos socioambientais, gestão de processos, inteligência competitiva e comunicação, com atuação nos mercados de alimentos in natura e processados, desde o campo até o varejo. Saiba mais em www.safetrace.com.br

Partnerships for Forests (P4F)

O Partnerships for Forests é um programa do governo do Reino Unido que visa catalisar negócios sustentáveis em uso do solo que promovam tanto a restauração florestal quanto a valorização da floresta preservada, ao mesmo tempo em que gerem renda para comunidades e alavanquem investimentos do setor privado.

O programa atua em cinco áreas temáticas na América Latina, no Brasil, Colômbia e Peru: promoção da intensificação pecuária sustentável e adequada à legislação ambiental brasileira, incentivos e instrumentos econômicos para expansão da produção de soja em áreas já convertidas, fomento da comercialização de produtos florestais não-madeireiros, promoção da economia da restauração florestal e, apenas na Colômbia e Peru, manejo florestal sustentável.

O P4F é financiado pelos Departamentos de Assuntos Externos e Desenvolvimento Internacional (FCDO) e pelo Departamento de Negócios, Energia e Estratégia Industrial (BEIS) do Reino Unido e, além da América Latina, tem operações na África Central, Oriental e Ocidental.

2. OBJETIVO DO TERMO:

Contratação de agência de comunicação para planejamento e desenvolvimento de produtos de comunicação audiovisuais que irão apoiar o engajamento ao Projeto Parcerias para Agropecuária Responsável.

Públicos-alvos: Entidades representativas de Pecuáristas, Produtores Rurais, Indústrias, Varejos e Governos Estaduais.

TERMO DE REFERÊNCIA AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO

3. ESCOPO DE SERVIÇOS

1. Produtos Audiovisuais

- a. 06 (seis) vídeos com animação de cerca de 2 minutos, para serem utilizados em sites, redes sociais e WhatsApp. Versões em português e em inglês.
- b. 10 (dez) infográficos estáticos em 2D para serem utilizados em site e em cards para redes sociais e WhatsApp. Versões em português e inglês.
- c. 22 (vinte e dois) posts para serem utilizados em site e em cards para redes sociais e WhatsApp. Versão em português.

4. Cronograma Prévio

Envio das propostas: 20/07/2022

Análise das propostas 21/07/2022 até 22/07/2022

Execução dos serviços: por demanda até 03/02/2023

5. Materiais de apoio

Para o desenvolvimento do trabalho, deve-se levar em consideração que Parcerias para Agropecuária Responsável já possui logomarca e materiais de comunicação já foram produzidos na Fase I do projeto. Todos os materiais necessários para a execução dos produtos serão disponibilizados pela contratante no início do contrato.

6. Da aprovação dos produtos

Por se tratar de um projeto com governança conjunta, envolvendo diferentes organizações, os materiais e produtos devem passar por aprovação e revisão de todas as organizações envolvidas e/ou representantes indicados. A empresa contratada deve levar em conta os prazos e formas de facilitar a comunicação entre os diferentes responsáveis.

7. PROPOSTA E ORÇAMENTO

A proposta técnico-financeira acompanhada do portfólio do(a) proponente deverá ser encaminhado para Daniela Zuim (daniela.zuim@tnc.org) e Giovanni Mallmann (gmallmann@tnc.org) até **20/07/2022**, incluindo comprovante de qualificação e experiência na realização das atividades previstas para este TdR.

A proposta deverá estar em formato PDF incluindo as ações previstas (racional), cronograma, fluxos de trabalho, valores separados para os produtos a serem entregues, informação sobre a equipe envolvida no trabalho, a dedicação de cada membro, orçamento, além de contar com experiência da agência em realizar ações para públicos e/ou temas semelhantes.

Qualquer dúvida com relação a este termo de referência também poderá ser esclarecida pelos e-mails acima.

8. AVALIAÇÃO E CRITÉRIO DAS PROPOSTAS

**TERMO DE REFERÊNCIA
AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO**

As propostas serão avaliadas com base na experiência do proponente, sendo diferencial experiência com trabalhos semelhantes, adequação da proposta e orçamento compatível para os serviços propostos.

9. INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:

Todas as atividades necessárias à execução das atividades e elaboração dos produtos previstos neste contrato deverão ser realizadas por meios remotos, via teleconferências e outros meios digitais de comunicação apropriados. Este formato deverá ser adotado para reuniões com o time do projeto, quando solicitado.