



CARTA CONVITE

-----RETIFICAÇÃO-----

Brasília-DF, 30 de junho de 2023

Prezado (a),

Solicitamos a gentileza de apresentar proposta de consultoria para **desenvolver e executar Campanha de publicidade digital de combate ao tráfico de animais silvestres**, no âmbito do Projeto Estratégia Nacional para a Conservação de Espécies Ameaçadas de Extinção – GEF Pró-Espécies: Todos contra a extinção, visando o desenvolvimento de peças publicitárias que objetivam o combate à posse ilegal de animais silvestre.

1. Contextualização e justificativa do trabalho

No sentido de minimizar os impactos sobre as espécies ameaçadas, especialmente sobre aquelas que não estão contempladas por instrumentos de conservação existentes, o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA), em colaboração com suas agências vinculadas e organizações parceiras, desenvolveu o Projeto “Estratégia Nacional para a Conservação de Espécies Ameaçadas de Extinção - Pró-Espécies: Todos contra a extinção”, que busca alocar recursos ao Programa Pró-Espécies para adotar ações de prevenção, conservação, manejo e gestão que possam minimizar as ameaças e o risco de extinção de espécies. A expectativa é que, até 2022, sejam tomadas medidas para proteção de todas as espécies ameaçadas do país, em especial para as 290 que estão em situação mais crítica, visando o envolvimento de 13 estados brasileiros.

O Projeto Pró-Espécies é coordenado pelo Governo Federal por meio do MMA e financiado pelo Fundo Global para o Meio Ambiente (*Global Environment Facility* –GEF). A agência implementadora do projeto é o Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio) e o WWF-Brasil foi selecionado para atuar como a agência executora, sendo, portanto, o responsável pela execução técnica e financeira dos recursos do Projeto. O Pró-Espécies integra União, estados e municípios na implementação de políticas

públicas em pelo menos 12 áreas-chave para conservação de espécies ameaçadas de extinção, totalizando 9 milhões de hectares.

O tráfico de animais silvestres ocupa a terceira colocação no ranking das maiores atividades ilícitas no mundo, sendo responsável pela movimentação de 10 a 20 bilhões de dólares por ano. Tal fato contribui com o processo de extinção de espécies, por meio do fomento à caça, que, por sua vez, é a segunda principal ameaça à fauna silvestre em vida livre, atrás apenas da perda de habitats (RENCTAS, 2020). No contexto brasileiro, as vítimas do referido tráfico são frequentemente direcionadas aos lares domésticos, os quais, por motivos diversos, desejam ter espécimes silvestres sob sua posse em cativeiro.

É notório que, em um país megadiverso, como o Brasil, o tráfico de silvestres torna-se ainda mais atrativo. Com biodiversidade espalhada por 7 biomas (Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa, Pantanal e Marinho), o país ocupa a 1ª posição global em anfíbios; 3ª em mamíferos e aves e 4ª em borboletas e répteis. No território brasileiro, verifica-se, ademais, que dentre os grupos mais propensos a serem traficados encontram-se as aves do oeste e centro da Amazônia; da costa sudeste da Mata Atlântica e os anfíbios da Bacia Amazônica, com destaque especial para as espécies ameaçadas de extinção, as quais tornam-se alvos de muitos traficantes, por serem mais escassas e de difícil localização.

Diante da temática, cabe lembrar que a Constituição Federal brasileira prevê, em seu artigo 225, que o meio ambiente ecologicamente equilibrado é direito de todos, sendo dever do Poder Público e da coletividade a sua preservação. Sequencialmente, nos incisos VI e VII, o constituinte dispõe que incumbe ao Estado as seguintes obrigações:

VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente;

VII - proteger a fauna e a flora, vedadas, na forma da lei, as práticas que coloquem em risco sua função ecológica, provoquem a extinção de espécies ou submetam os animais a crueldade. (grifos nossos).

Outrossim, na mesma esteira dessas obrigações constitucionalmente asseguradas, verifica-se que a Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/81) já previa dentre seus princípios a “educação ambiental a todos os níveis de ensino, inclusive a educação da comunidade, objetivando capacitá-la para participação ativa na defesa do meio ambiente” (grifos nossos). Tal entendimento foi corroborado posteriormente com a instituição da Política Nacional de Educação Ambiental, por meio da Lei nº 9.795/99, que destacou o direito à educação ambiental como fator essencial na construção de valores, conhecimentos e atitudes em prol da conservação ambiental pela sociedade.

Destarte, é com o fim precípua de implementar os ditames constitucionais e legais que o Estado, por meio de seus órgãos e entidades, deve atuar na criação de um arcabouço normativo e regulamentar de proteção à fauna, entretanto, sem deixar de atentar-se ao desenvolvimento de ações voltadas à

conscientização pública sobre o tema. De fato, é evidente que a efetividade das normas de proteção aos animais é posta em risco quando a própria sociedade - a quem igualmente incumbe o dever de preservação - é quem propulsiona a prática reiterada de crimes contra a fauna brasileira.

A caça, a apanha e o tráfico de animais silvestres, retirados da natureza para abastecer lares domésticos, é típico exemplo dessa problemática. Diante desse cenário, como medida de prevenção aos crimes de fauna, mostra-se essencial a execução de ações educativas que visem a divulgação de informações legais e ecológicas à sociedade, no intuito de modificar a crença equivocada da população sobre as necessidades de animais silvestres e sensibilizá-las acerca da importância de sua vida livre, ressaltando que o apreço por animais não condiz com seu aprisionamento.

Diante do exposto, em atenção à complexidade contextual do combate a esse tipo de ilícito, o Projeto Pró-Espécies: Todos contra a extinção em parceria com o Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis (Ibama), possui o objetivo de coordenar uma Campanha de Combate ao Tráfico de Animais Silvestres. Para tanto, busca-se, por meio desta Carta Convite, a contratação de agência de publicidade para desenvolver e implementar Campanha de Combate ao Tráfico de Animais Silvestres, considerando os fatos acima elencados.

2. Critérios para Habilitação de Fornecedores

Esta contratação deverá ser do tipo: Pessoa Jurídica

O Proponente deve prever a incidência de encargos sobre a contratação. Os valores devem constar na proposta do fornecedor.

Para participação da concorrência o fornecedor deverá apresentar junto da proposta os documentos abaixo. Serão consideradas válidas as certidões com até 90 (noventa) dias da data de emissão.

Eventualmente, conforme necessidade do processo, pode ser solicitado por e-mail pela equipe de compras após o processo de seleção de fornecedor documentos como: Faturamento médio mensal nos últimos 12 meses carimbado e assinado pelo Contador, Declaração do Imposto de Renda PJ vigente, comprovante bancário, entre outras.

Para proponente Pessoa Jurídica (exceto MEI)

1) Orçamento contendo:

- a. Nome da empresa;
- b. CNPJ;
- c. Contato do responsável pela proposta;
- d. Código de Prestação de Serviço que será informado na Nota Fiscal;
- e. Informar o local da prestação de serviço e alíquota;
- f. Orçamento deve ser enviado em formato PDF.

- 2) Cartão CNPJ da Empresa;
- 3) Inscrição Estadual e Inscrição Municipal;
- 4) Cópia do Ato Constitutivo (Estatuto ou Contrato Social) e última alteração - OBS: a última alteração deve conter os representantes legais e o endereço atualizado;
- 5) Procuração do representante, se houver;
- 6) Certidão Negativas de Débitos Relativos a Tributos Federais e a Dívida Ativa da União;
- 7) Certificado de Regularidade do FGTS;
- 8) No caso de isenção fiscal, encaminhar a declaração de isenção com a legislação pertinente;
- 9) Atestados de Capacidade Técnica;
- 10) Apresentação dos currículos bem como das certidões específicas da especialidade do profissional que irá prestar o serviço.

3. Objetivo do trabalho

O objetivo deste convite é a contratação de consultoria publicitária que abarque a elaboração da Estratégia publicitária e a execução de Campanha digital de Combate ao Tráfico de Animais Silvestres, concebida para informar e sensibilizar a população sobre questões relacionadas ao tráfico de animais silvestres que tenham como eixo central as ideias de que silvestre não é pet e que amor não combina com posse.

4. Escopo do trabalho

O objetivo geral da campanha deve ser a **mudança de atitude da população e a redução da demanda** pela compra de animais silvestres, de forma a sensibilizar o público-alvo acerca dos danos causados pelo tráfico e ensiná-lo a apreciar o animal livre, ao invés de buscar sua posse, fortalecendo, assim, a noção de que silvestre não é pet e que amor e posse não combinam.

Para tanto, sugere-se que sejam tratados na campanha os seguintes temas:

- I. **Valorização da vida animal na natureza:** informar e sensibilizar sobre o comportamento natural das espécies e os benefícios ecossistêmicos gerados pelos indivíduos, quando livres em seu habitat, além de desmistificar falsas crenças populares, tais como: a) animais silvestres têm suas necessidades atendidas em ambiente doméstico; b) animais silvestres podem ser tratados como pet; e c) animais silvestres criados em cativeiro não podem ser reabilitados para a vida livre e, principalmente, d) o amor por animais silvestres justifica seu aprisionamento.
- II. **Alertar sobre o impacto gerado pelo tráfico e pela compra de animais silvestres:** frisar os maus-tratos e mutilações a que os animais são submetidos; a alta taxa de mortalidade dos indivíduos traficados; a perda de serviços ecossistêmicos proporcionada pela falta dos

indivíduos na natureza; a possibilidade de transmissão de zoonoses e o incentivo à perpetuação do crime quando as pessoas compram esses animais.

5. Especificações

O desenvolvimento e implementação da campanha digital deve ser direcionado ao público das mídias digitais (internet), rádio e TV aberta, atentando aos seus interesses e características, por meio de uma estratégia de comunicação que a empresa contratada entenda como adequada, com base em sua expertise.

O público-alvo da campanha deve ser, prioritariamente:

- a) Faixa etária: Jovens e adultos de 16 a 34 anos de idade;
 - b) Escolaridade: ensino médio; ensino superior
 - c) Classe social: classe C e D;
 - d) Local: todas as regiões do Brasil.
 - e) Perfil: São pessoas interessadas em comprar animais silvestres para cuidar seja por motivação apreendida ou por acreditar que um animal silvestre é melhor cuidado em casa do que na própria natureza. São pessoas que não conseguem diferenciar entre um animal doméstico e animal silvestre.
- a. Atividades a serem desenvolvidas
- i. Plano de Trabalho: cronograma de atividades a serem desempenhadas ao longo da contratação.
 - ii. Estratégia de Campanha de Combate ao Tráfico de Animais Silvestres: planejamento quanto aos objetivos, resultados esperados, métodos de abordagem, análise e definição de públicos, mensagens e canais, proposta de viabilização de plano de mídia (espaços *pro bono*) e forma de execução da campanha.
 - iii. Vídeos: materiais de curta duração veiculando os temas elencados no item 4, incisos I e II. A quantidade será definida de acordo com a estratégia de comunicação concebida pela empresa. Os materiais devem ser direcionados à veiculação por parte da empresa contratada em mídias sociais (p.e., YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter), como anúncios;
 - iv. Spot: materiais de curta duração veiculando os temas elencados o item 4, incisos I e II. Espera-se que a quantidade aproximada seja de, no mínimo, 02 (dois) áudios,

no entanto, sua exata definição depende de acordo posterior entre as partes contratante e contratada, conforme a estratégia definida. O áudio deve ser feito na forma de spot de Rádio, como anúncio. A veiculação dos materiais não ficará a cargo da contratada, que somente é responsável pela sua produção;

- v. Peças publicitárias de natureza informativa sobre os temas elencados no item 4, incisos I e II;
- vi. Kit de mobilização on-line para os parceiros do Projeto Pró-Espécies e instituições fiscalizadoras.
- vii. Relatório de Monitoramento de Campanha: discriminação dos produtos produzidos, compilação dos índices quantitativos e análises qualitativas alcançadas semanalmente, bem como outros conteúdos de destaque, consoante demonstram os canais de divulgação da campanha. O monitoramento deve embasar a estratégia, buscando sua eficiência e implementando correções ou ajustes de rota da campanha em veiculação;
- viii. Relatório Final de Campanha: análise final quantitativa e qualitativa do alcance e resultados obtidos pela campanha, de acordo com os dados gerados pelos canais de divulgação.

Obs. É importante que a estratégia dos produtos desenvolvidos considere também as espécies de animais silvestres nativos mais traficadas e desejadas pela população brasileira, tais como: papagaios; araras, pássaros/canários, iguanas, cobras, macacos, peixes e tartarugas.

b. Especificações dos produtos/ Forma de apresentação da entrega.

- i. Os produtos entregues deverão ser aprovados pelas equipes técnicas do IBAMA e WWF-Brasil e deverão seguir as seguintes orientações:
 - 1. As peças publicitárias serão entregues em armazenamento de Google Drive em formatos editáveis (ai/psd/eps, mov.) e fechados (png /jpg/pdf/mp4/mp3.) às equipes técnicas. Os formatos das peças também deverão ter um formato e resolução compatível com as redes sociais.
 - 2. A produção dos áudios/spots deverá ser entregue em formato aberto e fechado para divulgação.
 - 3. Outros formatos poderão ser acertados entre as partes.

NOTA: O WWF-Brasil, o Projeto Pró-Espécies e os Beneficiários estão comprometidos com a privacidade das pessoas. Em sendo registradas imagens/fotos de pessoas, a Contratada deverá garantir a autorização das pessoas físicas. Se for o caso, a Contratada deverá considerar a mesma recomendação e reforçar os cuidados com a privacidade para a coleta de dados pessoais em

formulários de entrevistas com pessoas físicas, observando sempre os princípios da necessidade e utilizando sempre que possível, a anonimização.

c. Materiais disponibilizados para a execução da atividade (caso haja).

Para mais informações sobre o uso da identidade do Projeto Pró-Espécies, consulte o Manual de Identidade.

6. Período do trabalho

O período de trabalho será aproximadamente 180 dias (período estimado de julho/2023 a dezembro/2023) podendo ser abreviado ou prorrogado por determinação das partes. 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.

7. Plano de trabalho

As atividades a serem executadas com vistas ao cumprimento dos objetivos deste Convite, estão sinteticamente expostas no Quadro I:

Quadro I: Atividades a serem realizadas pela contratada

| Item | Atividades | Tempo estimado para execução da atividade |
|------|---|---|
| 1 | Reunião inicial de briefing com as equipes técnicas do Ibama, MMA e WWF-Brasil | 1 dia |
| 2 | Elaboração do plano de trabalho | 7 dias |
| 3 | Elaborar a estratégia de publicidade e planejamento para a Campanha Digital de combate ao tráfico de animais silvestres | 30 dias |
| 4 | Elaboração de peças publicitárias para a campanha digital | Durante toda a campanha digital |
| 5 | Implementar a primeira fase da campanha digital | 30 dias |
| 6 | Elaborar relatórios de monitoramento e alcance da campanha digital nos canais de comunicação | Após a primeira fase da campanha digital |
| 7 | Implementar a segunda fase da campanha digital | 30 dias |

| | | |
|---|--|--|
| 8 | Elaborar relatório final com os resultados alcançados na primeira e segunda fase da campanha digital | Após a primeira e segunda fase da campanha digital |
| 9 | Articular com as equipes técnicas dos parceiros do projeto Pró-Espécies para adesão à campanha digital | Durante toda a campanha digital |

8. Produtos esperados, cronograma de entrega

| Nº do produto | Descrição dos Produtos | Prazo de Entrega (prevista) | Período de Aprovação (prevista) |
|---------------|--|---|--|
| 1 | Plano de Trabalho | Até 15 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 5 dias úteis após a entrega do produto |
| 2 | Estratégia Publicitária de Campanha de Combate ao Tráfico de Animais Silvestres; | Até 45 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 7 dias úteis após a entrega do produto |
| 3 | Elaboração das peças publicitárias para a 1º fase da Campanha Digital. Entrega em arquivos fechados e abertos conforme descrito no item 5. | Até 60 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 7 dias úteis após a entrega do produto |
| 4 | Relatório de Monitoramento da Implementação da 1º fase da campanha digital | Até 90 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 7 dias úteis após a entrega do produto |
| 5 | Elaboração das peças publicitárias para a 2º fase da Campanha Digital. Entrega em arquivos fechados e abertos conforme descrito no item 5. | Até 120 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 7 dias úteis após a entrega do produto |
| 6 | Relatório de Monitoramento da Implementação da 2º fase da campanha digital | Até 150 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 7 dias úteis após a entrega do produto |
| 7 | Relatório final de Monitoramento da Implementação da 1º e 2º fase da campanha digital | Até 180 dias após a data de assinatura do contrato. | Até 7 dias úteis após a entrega do produto |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | (métricas definidas na estratégia, alcance nas mídias digitais, oportunidades e sugestões identificadas, parceiros engajados e em potencial e partes interessadas) | | |
|--|--|--|--|

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 aqui apresentados são uma referência, podendo sofrer alterações conforme a duração do processo de seleção e elaboração de contrato ou acordo entre a Contratada e equipe técnica. O prazo final para entrega do último produto é: 22/12/2023.

9. Condições de desembolso

| Parcela | Condição de desembolso | Data de pagamento (prevista) | % paga por parcela |
|----------------|--|---|---------------------------|
| 1 | Mediante assinatura do contrato entrega e aprovação do Produto 1 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 10% |
| 2 | Mediante entrega e aprovação do Produto 2 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 15% |
| 3 | Mediante entrega e aprovação do Produto 3 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 20% |
| 4 | Mediante entrega e aprovação do Produto 4 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 20% |
| 5 | Mediante entrega e aprovação do Produto 5 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 15% |
| 6 | Mediante entrega e aprovação do Produto 6 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 10% |
| 7 | Mediante entrega e aprovação do Produto 7 e entrega da Nota Fiscal. | Até 15 dias após a data de aprovação do Produto e entrega de Nota Fiscal. | 10% |
| Total | | | 100% |

IMPORTANTE:

- A quitação dos valores das parcelas ocorrerá no período aproximado de 15 dias do recebimento da Nota Fiscal e considerando que os pagamentos são realizados somente às segundas e quintas.
- A Nota Fiscal deverá ser emitida exclusivamente após solicitação da equipe do WWF-Brasil.
- A Nota Fiscal será solicitada ao fornecedor somente após a aprovação formal por parte da equipe técnica da última versão dos produtos referidos na parcela.

10. Orçamento

O proponente deverá informar ao WWF-Brasil: detalhes técnicos que julgar necessários, preços com memória de cálculo detalhado (ex.: hora, valor por hora, valor por produto, etc), condições de pagamento, prazo e demais informações adicionais e/ou diferenciais que se fizerem necessárias.

Memória de cálculo por categoria (PREENCHIMENTO OBRIGATÓRIO)

| Memória de cálculo por categoria | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total |
|----------------------------------|------------|----------------|-------------|
| Prestação de serviço | | | |
| Viagens | - | - | - |
| Diárias | - | - | - |
| Etc. | | | |
| Valor total previsto | | | |

Memória de cálculo por Produto (PREENCHIMENTO OBRIGATÓRIO)

| Memória de cálculo por Produto | Tempo horas gastas | Valor total das horas | Insumos gastos | Valor total dos Insumos |
|--------------------------------|--------------------|-----------------------|----------------|-------------------------|
| Produto 01 | | | | |
| Produto 02 | | | | |
| Produto 03 | | | | |
| Produto 04 | | | | |
| Produto 05 | | | | |
| Produto ... | | | | |

A proposta de orçamento deverá contemplar todos os produtos e atividades conforme itens 7 e 8 apresentar obrigatoriamente as memórias de cálculo por categoria e por produto. As duas memórias devem ter o mesmo valor.

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

No caso de consultor que resida fora de Brasília/DF o orçamento deverá incluir o valor de passagens e diárias a serem utilizadas para reuniões mensais e pelo menos duas reuniões presenciais com as equipes do IBAMA e eventuais viagens necessárias para conclusão dos produtos. Todos os custos de transporte, alojamento e alimentação para reuniões com a Contratante ou outras instituições deverão correr por parte da contratada e constar na proposta a ser apresentada.

11. Perfil da equipe a ser contratada

Profissionais com capacidade técnica e experiência em Comunicação Social, Design e Produção Audiovisual.

• Requisitos obrigatórios/eliminatórios:

- 1) Experiência em elaboração de estratégias de comunicação e execução de campanhas publicitárias junto a órgãos públicos ou entidades do terceiro setor;
- 2) Experiência em monitoramento e avaliação mercadológicos voltados ao desenvolvimento de campanhas digitais de ampla divulgação;
- 3) Possuir equipe de profissionais com capacidade técnica e visão mercadológica, que sejam comprometidos com os prazos estabelecidos e que tenham afinidade com a temática ambiental, de maneira a captar os valores da campanha e transmiti-los. A equipe deve ser composta, por no mínimo três pessoas, com formação ou experiência conforme descrito abaixo:
 - Um profissional sênior com nível superior completo, com experiência em elaboração de estratégias de comunicação e execução de campanhas publicitárias, junto a órgãos públicos ou entidades do terceiro setor, bem como em monitoramento e avaliação mercadológicos voltados ao desenvolvimento de campanhas de ampla divulgação;
 - Um profissional pleno com nível superior completo, com experiência em elaboração de estratégias de comunicação e execução de campanhas publicitárias, junto a órgãos públicos ou entidades do terceiro setor, bem como em monitoramento e avaliação mercadológicos voltados ao desenvolvimento de campanhas de ampla divulgação;
 - Um profissional júnior com nível superior para apoio na execução dos trabalhos.

• Requisitos classificatórios/desejáveis:

- 1) Experiência em elaboração de estratégias de comunicação e execução de campanhas publicitárias junto a órgãos públicos ou entidades do terceiro setor, envolvendo temas

relacionados a conservação da biodiversidade, proteção à fauna ou outros temas sobre meio ambiente;

- 2) Experiência em produção audiovisual para campanhas publicitárias em TV aberta e rádio.
- 3) Experiência em impulsionamento em mídias sociais para campanhas digitais e programas de monitoramento.

O proponente deverá apresentar a equipe que fará a execução dos trabalhos, suas atribuições e um planejamento de tempo de dedicação de cada membro, conforme modelo abaixo:

| Composição da Equipe, Atribuição de Responsabilidades e Planejamento de tempo | | | | | |
|--|------------------------------|--------------|---|---------------------------|---|
| Nome | Área de Especialidade | Cargo | Atividade(s)/ Responsabilidade(s) Atribuída(s) | Tempo de dedicação | |
| | | | | Horas por semana | % de contribuição individual com o projeto |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Total | | | | X Horas | 100% |

Caso o proponente tenha interesse na participação de mais processos seletivos no âmbito do Projeto Pró-Espécies, devem ser apresentadas informações específicas, conforme Item III das Disposições Gerais desta Carta Convite.

O Projeto Pró-Espécies estimula a participação de mulheres na composição das equipes a participarem dos processos seletivos, sempre em busca de um equilíbrio de gênero nas diferentes fases de implementação do projeto.

12. Critérios de seleção

A modalidade de seleção desta contratação será a de **técnica e preço**.

A avaliação se dará pelas seguintes etapas:

- A. Etapa I: Análise Técnica

B. Etapa II: Análise de Preço

C. Etapa III: Análise Final

As condições e critérios para avaliação de cada etapa estão descritos a seguir.

A. Etapa I: Análise Técnica

Esta etapa considera o somatório dos pontos associados aos critérios técnicos definidos pela equipe técnica, garantindo a comprovação da capacidade técnica de execução do contratado, observando as pontuações apresentadas no quadro abaixo.

Será considerada somente formação e experiência nas áreas afins conforme definido no item anterior. As formações e experiências citadas no currículo deverão ser acompanhadas das respectivas comprovações contendo o nome do profissional (diplomas, certificados, contratos de trabalho, publicações, etc.), emitidas por entidade competente para tal, não sendo aceitas declarações de próprio punho ou experiências obtidas durante a graduação. **Caso não haja envio das comprovações juntamente com a proposta, o proponente pode ser desconsiderado do processo.**

| Critério | Pontuação | Pontuação mínima | Pontuação máxima |
|--|---|------------------|------------------|
| Experiência em elaboração de estratégias de comunicação e execução de campanhas publicitárias junto a órgãos públicos ou entidades do terceiro setor | 05 pontos por projeto comprovado | 15 pontos | 30 pontos |
| Experiência em monitoramento e avaliação mercadológicos voltados ao desenvolvimento de campanhas de ampla divulgação | 05 pontos por projeto comprovado | 15 pontos | 25 pontos |
| Possuir equipe de profissionais com capacidade técnica e visão mercadológica (conforme descrito no item 3 de requisitos obrigatórios) | 05 pontos por profissional com graduação e experiência comprovada | 15 pontos | 25 pontos |

| | | | |
|---|----------------------------------|----------|-------------------|
| Experiência em elaboração de estratégias de comunicação e execução de campanhas publicitárias junto a órgãos públicos ou entidades do terceiro setor, envolvendo temas relacionados a conservação da biodiversidade, proteção à fauna ou outros temas sobre meio ambiente | 02 pontos por projeto comprovado | 0 pontos | 10 pontos |
| Experiência em produção audiovisual para campanhas publicitárias em TV aberta e rádio. | 01 ponto por projeto comprovado | 0 ponto | 05 pontos |
| Experiência em impulsionamento em mídias sociais para campanhas digitais | 01 ponto por projeto comprovado | 0 ponto | 05 pontos |
| Total | | | 100 pontos |

Será classificado para a Etapa II (Análise de Preço) os proponentes que comprovarem os requisitos obrigatórios, obtiverem a pontuação mínima de 60 (sessenta) pontos do total de 100 (cem) pontos da análise técnica (Etapa I) e, quando houver nota mínima no item, os proponentes devem obter pontuação igual ou acima das notas mínimas dos referidos itens para classificação para a seguinte etapa.

B. Etapa II: Análise de Preço

Os proponentes classificados na Etapa I terão as suas propostas de preço avaliadas de acordo com os critérios apresentados abaixo.

Para o cálculo da Nota da Análise de Preço ($NAP_{(i)}$) será utilizada a seguinte fórmula:

$$NAP_{(i)} = \frac{100 \times MinPP}{Ppi}$$

Onde:

- $NAP_{(i)}$ = Nota da análise de preço;
- $MinPP$ = Proposta de menor preço; e
- Ppi = Proposta de preço em avaliação.

A proposta de menor preço terá a nota 100 (cem).

C. Etapa III: Análise Final

A pontuação final ($NF_{(i)}$) será a soma da Nota da Análise Técnica (sendo a nota máxima 100 pontos) vezes 70% e da Nota da Análise de Preço (sendo a nota máxima 100 pontos) vezes 30%, totalizando 100 pontos.

Para o cálculo da Nota Final ($NF_{(i)}$) será utilizada a seguinte fórmula:

$$NF_{(i)} = NAT_{(i)} \times 0,7 + NAP_{(i)} \times 0,3$$

Onde:

- $NF_{(i)}$ = Nota final;
- $NAT_{(i)}$ = Nota da análise técnica;
- $NAP_{(i)}$ = Nota da análise de preço.

Será selecionado o proponente que obtiver a maior pontuação do total de 100 (cem) pontos, tendo como premissa o cumprimento de todas as exigências de documentações e comprovações solicitadas nesta Carta Convite e o orçamento disponível no projeto.

13. Avaliação

A seleção se dará única e exclusivamente pelo Ibama e não será admitido recurso ou impugnação neste processo seletivo por parte dos Proponentes.

Qualquer modificação, adição ou ordem de mudança a qualquer um dos requisitos ou disposições desta Carta-Convite quando da apresentação da proposta deverá ser avaliado e aprovado pelo WWF-Brasil.

O responsável pelo acompanhamento deste trabalho será informado posteriormente, no contrato.

14. Condição de Pagamento

O pagamento da primeira parcela não poderá ser superior a 30% do valor do trabalho e seguirá o cronograma apresentado no item 9. Não serão realizados pagamentos sem entrega e aprovação de produtos pela equipe técnica do WWF-Brasil e IBAMA.

A quitação dos valores das parcelas ocorrerá em até 15 dias após o cumprimento do recebimento da Nota Fiscal. A Nota Fiscal será solicitada em momento posterior à aprovação formal dos produtos, por parte da equipe técnica do WWF-Brasil.

15. Sigilo e Confidencialidade

O Proponente, uma vez selecionado e contratado, deverá garantir a segurança de toda e qualquer informação de natureza institucional ou pessoal da Contratante e se compromete a não divulgá-las ou fornecê-las a terceiros desde o momento de seleção até todo o curso da prestação dos serviços, a menos que autorizado formalmente e por escrito para tal. Tal obrigação estender-se-á após findo o prazo de vigência do Contrato, conforme cláusula a constar neste instrumento.

16. Disposições Gerais

- I. É de exclusiva responsabilidade do proponente acompanhar os canais oficiais de comunicação deste processo, inclusive para ciência de possíveis alterações, prorrogação de prazos, bem como de divulgação do resultado;
- II. Ao final do processo, todos os proponentes serão comunicados por e-mail sobre o resultado da seleção, sendo selecionados ou não.
- III. Caso haja participação ou interesse do proponente em outros processos seletivos ou já esteja contratado para execução de serviços no âmbito do Projeto Pró-Espécies:
 - o Deve ser informado na Proposta Técnica em quais outros processos a proponente tem interesse em concorrer, está concorrendo ou já foi contratada;
 - o Devem ser apresentados na Proposta Técnica equipes e tempo de dedicação compatíveis com o escopo da presente consultoria e de eventuais outras.
- IV. As despesas de elaboração de propostas são de responsabilidade exclusiva do proponente;
- V. Quanto aos questionamentos, a todos os participantes serão dadas as informações pertinentes ao processo, seguindo Seção 20 desta Carta Convite;
- VI. Não serão permitidas subcontratações para execução deste trabalho, salvo se expressamente indicado pelo Proponente na proposta e de forma justificada, além de igualmente expressamente autorizado pelo WWF-Brasil.
- VII. Para execução de Consultorias que envolvem atividades técnicas e intelectuais não serão aceitos fornecedores qualificados como **Microempreendedor Individual - MEI**. Considera-se MEI o empresário individual que se enquadre na definição da Lei número 10.406 de 10 de janeiro de 2002 e Lei Complementar número 123 de 14 de dezembro de 2006. As atividades permitidas na categoria MEI se encontram disponíveis em: <<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/temas/quero-ser/formalize-se/atividadespermitidas>>
- VIII. O WWF-Brasil se reserva do direito de alterar ou cancelar este processo seletivo a qualquer momento;

- IX. O Proponente deve prever a incidência de encargos sobre a contratação. Os valores devem constar na proposta do fornecedor;
- X. Ao responder a Carta Convite o Proponente consente em ceder ao WWF-Brasil os dados pessoais as informações necessárias para a assinatura e para garantir a divulgação e transparência ao processo. Ao participar desta seleção apresentando proposta comercial, o Proponente DECLARA que os dados pessoais informados são verídicos e foram legitimamente coletados pelo WWF-Brasil para fins pré-contratuais e serão tratados no âmbito do Processo de Compras do WWF-Brasil – o tratamento de dados pessoais o que abrange quaisquer operações que se referem à coleta, produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, processamento, armazenamento, eliminação, avaliação ou controle da informação, modificação, comunicação, transferência ou extração de dados pessoais se dará pelo prazo máximo de 10 (dez) anos. O WWF-Brasil se compromete a adotar as medidas necessárias para assegurar os direitos e princípios previstos nas leis de proteção de dados pessoais. A qualquer tempo, o Proponente poderá solicitar ao WWF-Brasil a retificação, a alteração, bem como a exclusão de seus dados pessoais do banco de dados, sem qualquer ônus, observando, entretanto, que a exclusão de dados pessoais pode não ser feita de imediato, considerando que o WWF-Brasil pode estar obrigado a cumprir com a legislação aplicável. O Proponente também CONSENTE que os dados pessoais recolhidos no presente instrumento poderão ser processados e armazenados em meio físico e digital. O WWF-Brasil é a instituição responsável pelo tratamento dos dados pessoais, os quais serão tratados de forma sigilosa e utilizados, exclusivamente, para os fins descritos na Política de Compras do WWF-Brasil, podendo, ainda, ser transferidos a terceiros para o cumprimento deste fim, inclusive aqueles decorrentes de obrigações legais e transparência do processo de seleção. O Proponente também CONSENTE livre e expressamente, conforme assinatura na proposta a ser apresentada, que, em determinados tipos de tratamento, os dados pessoais podem envolver a sua transferência para os Beneficiários do Projeto Pró-espécies, para o Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (Funbio), para o Ministério do Meio Ambiente (MMA) e para fora do Brasil em razão da Rede WWF Internacional e do *Global Environmet Facility Trust Fund* (GEF), caso no qual o WWF-Brasil compromete-se em assegurar o cumprimento de disposições legais aplicáveis, especialmente quanto à determinação da adequabilidade de tal país no tocante à proteção de dados pessoais e aos requisitos aplicáveis a tais transferências;
- XI. Prezando pela transparência dos Processos de Seleção do Pró-Espécies, os resultados do Processo Seletivo serão disponibilizados na página da chamada do Site do projeto. Ao

responder a Carta Convite o Proponente consente a divulgação de informações como valor da proposta financeira e nome da empresa proponente;

- XII. A proposta deverá indicar, se houver, a existência de qualquer potencial Conflito de Interesse com colaboradores do WWF-Brasil, familiares ou terceiros a ele vinculados, em conformidade com o Código de Conduta do WWF-Brasil (disponível em: https://www.wwf.org.br/wwf_brasil/organizacao/codigo_de_conduta_do_wwf_brasil/);
- XIII. Para efeitos de assinatura do Contrato, o Proponente declara estar ciente de que deverá assegurar-se de riscos profissionais, durante o período de duração deste trabalho/serviço, exonerando o WWF-Brasil de qualquer percalço que lhe ocorra no cumprimento das atividades do dito contrato;
- XIV. O WWF-Brasil não aceitará, em hipótese alguma, futuras alegações de omissão, na proposta, de serviços necessários à execução do instrumento contratual, ou de inexatidão relativamente à quantidade contratada, com o objetivo de alterar o preço proposto na proposta aprovada; e
- XV. O proponente não será elegível a participar da seleção caso esteja em processo de falência, recuperação judicial, dissolução, concurso de credores ou liquidação da Pessoa Jurídica.
- XVI. O conteúdo técnico apresentado nesta Carta Convite é de responsabilidade da instituição beneficiária IBAMA.
- XVII. Uma vez que a finalização do processo de seleção não implica na garantia de contratação, somente após a assinatura formal do contrato entre o proponente selecionado e o WWF-Brasil os serviços previstos por esta Carta Convite poderão ser iniciados.

17. Condições para assinatura do contrato

A efetivação da contratação pelo WWF-Brasil está condicionada à:

- 1) aprovação do processo e seleção pelo Funbio, quando for o caso.
- 2) Ter sido selecionado pelos “Critérios de Seleção”, conforme descrito nesta Seção, Etapas I, II e III; e
- 3) Ter apresentado toda a documentação necessária, conforme Seção 2 e as comprovações solicitadas na Seção 11 desta Carta Convite.
- 4) Valor da Proposta estar dentro do orçado pelo projeto.

18. Prazo de entrega da proposta

A Proponente deve enviar sua proposta, considerando os itens e condições acima **até 23h59** (horário de Brasília, UTC-3) do dia **28/07/2023**, com tolerância 10 minutos para processamento de envio de arquivos.

19. Prazo de seleção

O prazo previsto para finalização do processo de seleção é de aproximadamente um mês após a publicação da Carta Convite, podendo este ser prorrogado pelo WWF-Brasil. Caso haja reabertura de processo, todos os participantes serão comunicados.

20. Contato para envio da proposta ao WWF-Brasil e demais questionamentos

A proposta deve ser enviada em dois arquivos – Proposta Técnica (que deve vir sem valores e preço) e Proposta Financeira (que deve conter o orçamento detalhado) – para os e-mails compras@wwf.org.br e proespecies@wwf.org.br com o seguinte assunto: [Pró-Espécies] Proposta Carta Convite :: SC046180. Só serão consideradas no processo de seleção as propostas que apresentarem este assunto. A proposta deverá ser direcionada ao WWF-Brasil, com indicação do nome do responsável pela Proposta e contatos (e-mail e telefone), vir datada e assinada e apresentada preferencialmente em papel timbrado.

Dúvidas podem ser enviadas até **06/07/2023** para os e-mails: compras@wwf.org.br e proespecies@wwf.org.br com o seguinte assunto: [Pró-Espécies] Dúvida Carta Convite :: SC046180. Todos os questionamentos serão respondidos em um documento único de perguntas e respostas e divulgado como anexo na página da chamada no dia **20/07/2023**. Caso a atualização não aconteça, não houve questionamentos.


