



Termo de Referência para contratação de consultoria de comunicação para a Associação Rede de Sementes do Xingu (ARSX).

São Paulo – SP, 06 de julho de 2020

Publicação do Termo de Referência	06/07/2020
Prazo final para envio de dúvidas – enviar dúvidas para jacqueline@agroicone.com.br	10/07/2020
Prazo final para envio de propostas	17/07/2020, 23:59 (horário de Brasília)
Avaliação das propostas	20/07/2020
Notificação da proposta vencedora	21/07/2020
Endereço para envio de propostas	jacqueline@agroicone.com.br

Sobre as organizações envolvidas

Agroicone

A Agroicone é uma organização que produz conhecimento e soluções para apoiar sustentabilidade da agricultura, contribuindo assim para diversos desafios globais. Atua em cinco áreas estratégicas para a agricultura brasileira: comércio internacional e temas globais; sustentabilidade e inteligência territorial; políticas públicas; negócios, mercados e financiamento; e tecnologias em cadeias agro. A Agroicone é formada por uma equipe multidisciplinar, com vasta competência nas áreas econômica, regulatória/jurídica, territorial, socioambiental e de comunicação. Mais informações: www.agroicone.com.br

Associação Rede de Sementes do Xingu (ARSX)

Organização de direito privado, sem finalidade lucrativa ou econômica, que atua na promoção dos direitos sociais de forma permanente, continuada, a ações e projetos que visem contribuir para a assistência social e defesa de direitos dos povos indígenas, de agricultores familiares, o desenvolvimento sustentável, a preservação do meio ambiente, a defesa de bens e direitos relativos ao meio ambiente, ao patrimônio cultural, aos direitos humanos e dos povos, através de novos modelos sócio produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, emprego e crédito. Mais informações sobre a ARSX estão disponíveis em: www.sementesdoxingu.org.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.

Partnerships for Forests é financiado pelos Departamentos de Desenvolvimento Internacional (DFID) e pelo Departamento de Negócios, Energia e Estratégia Industrial (BEIS) do Reino Unido e tem operações na África Central, Oriental e Ocidental, no Sudeste Asiático e na América Latina.

O programa atua em cinco áreas temáticas na América Latina, com foco inicial no Brasil e na Colômbia: 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, manejo florestal sustentável.

Objetivo

Essa chamada tem como objetivo elaborar uma Campanha de Vendas para a ARSX.

Contexto

Fundada em 2007, a ARSX se consolidou como a maior rede de coleta de sementes nativas do Brasil. Atualmente, trabalha em conjunto com mais de 560 coletores indígenas, agricultores familiares ou moradores urbanos, divididos em 27 grupos de coleta. Suas áreas de coleta estão predominantemente localizadas nas bacias dos rios Xingu, Araguaia e Teles Pires, contemplando tanto o bioma do Cerrado quanto Amazônia. As sementes coletadas são majoritariamente vendidas para projetos de restauração da vegetação nativa que se utilizam da técnica da semeadura direta.

Desde sua fundação até os dias de hoje, a ARSX contou com forte apoio de parceiros estratégicos como a Operação Amazônia Nativa (OPAN), Associação de Educação e Assistência Social Nossa Senhora da Assunção (ANSA), Comissão Pastoral da Terra (CPT) e, especialmente, o Instituto Socioambiental (ISA). Apesar disso e do alto impacto socioambiental gerado pela ARSX, a organização é ainda dependente de recursos financeiros não reembolsáveis para equilibrar as finanças de sua operação. Nesse sentido, o Partnerships For Forests (P4F) aprovou um projeto dividido em duas fases para iniciar a transição da ARSX em direção a sua sustentabilidade financeira.

Na primeira fase desse projeto, o P4F contratou uma consultoria para desenhar um plano de negócios para a ARSX, com alavancas que pudessem iniciar sua transição. Antes de se definir as alavancas finais descritas no plano de negócios, foi realizado um diagnóstico inicial da ARSX e o levantamento de alavancas iniciais. Depois disso, iniciou-se um processo de priorização de tais alavancas, resultando em 9 ações priorizadas. Esse processo contou com entrevistas, workshops, viagens a campo etc., com forte participação das partes interessadas. Ao final dele, além do plano de negócio, foram entregues um cronograma de implementação das alavancas priorizadas e uma modelagem financeira da ARSX.

Atualmente a parceria entre P4F e ARSX encontra-se em sua segunda fase, onde buscou-se implementar as alavancas de maior impacto identificadas no plano de negócio, agora contando com apoio da Agroicone.

Um das ações priorizadas foi revisar a estratégia de marketing, vendas e produtos da ARSX a fim de oferecer um direcionamento para a atuação comercial e relacionamento com o mercado, além de

desenvolver capacidades internas de estrutura comercial que possibilitem aumentar seu portfólio de clientes e fortalecer seu posicionamento no mercado de restauração ecológica.

Um dos resultados desse processo foi a identificação de que há a necessidade de desenhar uma Campanha de Vendas da ARSX, a fim de promover o posicionamento estratégico recomendado por meio do branding, de conteúdos e materiais específicos através dos canais e meios mais apropriados para atingir seus públicos-alvo.

O desafio do (re)posicionamento da ARSX

A Rede de Sementes do Xingu já existe há 14 anos, ela está se reposicionando no mercado comercial neste ano de 2020. Já possui uma imagem pública, porém com presença limitada principalmente ao meio de projetos ambientais e sociais, ligado às temáticas de reflorestamento, culturas indígenas e agricultura familiar. Muitos dos relacionamentos construídos com o público de doadores foram resultado de esforços e articulações da rede de contatos dos seus parceiros institucionais.

Nesta nova fase da organização, de alavancar vendas de sementes e serviços associados para conquistar sustentabilidade financeira, uma estratégia de vendas e marketing foi desenvolvida, em que análises foram feitas com relação à pergunta "**Como a Rede de Sementes do Xingu quer ser percebida pelo mercado?**" frente aos seus diferentes públicos.

Como conclusão, avaliou-se que para alcançar seu posicionamento frente a clientes comerciais, a Rede precisa (1) entender como promover sua marca sem no entanto negar sua origem, evidenciando que a Rede amadureceu e se tornou independentes e (2) comunicar ativamente ao mercado, com atenção especial para os especialistas em restauração florestal e ecológica, que é capaz de oferecer um portfólio de serviços completo e não apenas sementes.

Grande parte desse desafio de (re)posicionamento foi pontuado em um Plano de Marketing recém-concluído, que pode e deverá ser utilizado como documento basilar pela vencedora deste Termo de Referência.

Escopo

Elaboração de Campanha de Vendas para a nova fase da ARSX, tendo como base os objetivos traçados e visando o posicionamento estratégico recomendado no Plano de Marketing, incluindo, mas não se resumindo a:

- Proposta de Análise de Branding, *levando em conta os recursos* já produzidos, como identidade visual, incluindo proposição de novos materiais e novas práticas. Vale ressaltar que a nova marca foi desenvolvida recentemente e que a equipe da ARSX se identifica muito com ela. Desta forma, o esforço em relação ao Branding deve se concentrar na inclusão do público comercial ao direcionamento da comunicação e não na eventual criação de uma nova identidade visual e marca;
- Elaboração de estratégia de promoção e divulgação dos produtos e serviços da ARSX considerando públicos-alvo e portfólio de produtos identificados pelo Plano de Marketing, bem como avaliação/recomendação dos canais de comunicação adequados para esse fim (recursos do website, uso mídias sociais, promoções e eventos, etc.);
- Produção dos materiais de divulgação, como vídeos promocionais, folhetos, cards de redes sociais, templates, materiais de apoio às vendas, etc.;
- Lançamento de campanha de ativação de marca, com atenção especial no público alvo comercial.



Metodologia de desenvolvimento das atividades: o método específico a ser aplicado ficará a cargo do proponente, a ser detalhado na entrega da proposta e posteriormente negociado com a equipe contratante.

Produtos esperados

Produtos e prazos	Conteúdo	Formato da entrega
A. Plano de trabalho e cronograma de atividades – 5 dias após contratação.	Plano de trabalho detalhado e cronograma diário de atividades para todo o período de contratação.	Cronograma em formato MS Excel ou similar e plano de trabalho em apresentação em MS Power Point.
B. Relatório de acompanhamento e evolução das atividades – 30 dias após contratação.	Primeira versão da estratégia de promoção e divulgação, junto com materiais desenvolvidos (ou em desenvolvimento). Estes materiais devem estar definidos na proposta técnica.	Apresentação em MS Power Point assim como anexos complementares.
C. Relatório final – 60 dias após contratação.	Apresentação final da estratégia de promoção e divulgação bem como dos materiais de divulgação finalizados e publicados (materiais definidos na proposta técnica).	Apresentação em MS Power Point assim como anexos complementares.

O conteúdo específico de cada relatório será definido de acordo com o método e cronograma da proposta vencedora.

Pagamento e limite financeiro

O limite financeiro para análise de propostas é de R\$ 71.250.

Os pagamentos serão realizados conforme abaixo:

- 25% após assinatura do contrato e Produto A entregue;
- 30% após entrega e validação do produto B pela equipe contratante;
- 45% após entrega e validação do produto C pela equipe contratante.

Formato para aplicação de propostas

As propostas técnicas deverão apresentar, no mínimo, as seguintes seções:

1. Caracterização da organização proponente e equipe executora, com informações que comprovem qualificações para desenvolver o trabalho;
2. Metodologia a ser adotada, incluindo, mas não se limitando a:
 - a. Conteúdos da ARSX que demandam estudo prévio pela organização proponente para elaborar a Campanha de Vendas conforme definido por este TdR (canais de comunicação, materiais de divulgação, etc);



- b. Etapas de realização do trabalho;
 - c. Formas de consulta e participação junto a equipe da ARSX;
 - d. Descrição das entregas principais, com explicação das ações e materiais a serem desenvolvidos.
3. Cronograma de execução, incluindo datas de entregas dos produtos. A entrega final do produto C não poderá exceder o prazo de 60 dias de execução no total.

Os proponentes poderão descrever e justificar, em suas propostas técnicas, quaisquer modificações ou melhorias para o escopo e produtos esperados, visando melhorar o desempenho na realização do trabalho (como adição de atividade considerada necessário ou propor etapas diferentes para as atividades). As sugestões devem ser concisas e diretas.

As propostas técnicas não poderão exceder 5 (cinco) páginas, excluindo-se capa e anexos.

Deverá ser também enviada proposta financeira, com orçamento contendo discriminação das principais linhas de despesas. Todos os impostos devem ser incluídos na proposta financeira. O valor total da proposta (incluindo impostos, custos de realização de reuniões, etc.) não poderá ultrapassar o limite financeiro.

A proposta financeira deve trazer detalhamento das diferentes atividades envolvidas pelo escopo desse TdR, com especificação em horas de consultoria e valores de materiais.

Duração

A execução do trabalho, entre a data de assinatura do contrato e a entrega do produto final, não poderá exceder 60 (sessenta) dias.

Das características dos proponentes

O proponente ideal para esse Termo de Referência é uma empresa (ou grupo de empresas/profissionais associados em consórcio) com experiência sólida e comprovada no planejamento da comunicação de vendas, bem como em sua implementação e execução, incluindo produção de materiais impressos, digitais e audiovisuais para divulgação. No caso de ser formado um grupo ou consórcio, o contrato deverá ser assinado pela empresa que lidera o projeto.

É desejável, porém sem critério de exclusão, a empresa contratada ter experiência e familiaridade com algum(ns) do(s) tema(s) de atuação da ARSX: terceiro setor, negócios de base comunitária, restauração ecológica e produtos florestais não-madeireiros.

Espera-se da consultoria contratada um nível alto de comprometimento e responsabilidade para completar suas atribuições de maneira eficiente, com precisão e respeito aos prazos. A consultoria contratada também precisa comprovar seguir padrões de conduta ética.

Critérios de avaliação das propostas

As propostas serão avaliadas considerando o balanço entre aspectos técnicos e comerciais, de acordo com a seguinte lógica:

1. Capacidades da organização proponente e sua equipe técnica – PESO 2;



2. Robustez e abrangência da abordagem metodológica aliada a bom entendimento das especificidades da ARSX – PESO 2;
3. Preço – PESO 1.

Governança de revisões e aprovações

A análise das propostas recebidas e o acompanhamento de progresso da implementação serão feitos por ARSX, Agroicone e P4F.

Responsabilidades do proponente

Estar de acordo, caso selecionado como vencedor, em responder a processo de Due Diligence, promovido pela Agroicone, apresentando os documentos solicitados e respondendo a eventuais pedidos de esclarecimento. Apenas após o término desse processo será possível realizar a divulgação do vencedor e executar sua contratação. Além disso, o proponente vencedor deve seguir o Código de Conduta da Agroicone.

Termos do contrato e informações adicionais

É responsabilidade dos proponentes garantir que as propostas serão enviadas ao endereço indicado antes do prazo final para recebimento de propostas.

Os produtos esperados serão avaliados pela ARSX, Agroicone e P4F. Caso estes entendam necessário realizar alterações nesses entregáveis, a empresa contratada deverá realizar as modificações solicitadas.

A ARSX, Agroicone e P4F analisarão as propostas com imparcialidade, assegurando isonomia entre os interessados. Todavia, resguarda o direito de utilizar critérios de avaliação que acreditar ser conveniente para selecionar a proposta que considerar mais adequada aos seus objetivos.

A Agroicone se reserva o direito de: anular o processo de escolha descrito nesse TdR a qualquer momento; de rejeitar qualquer proposta que não se enquadre nos termos colocados nesse TdR; realizar qualquer alteração nos prazos, estrutura e termos desse TdR sem aviso prévio aos concorrentes; negociar com o proponente vencedor caso sua proposta financeira esteja acima do limite financeiro.