

TERMO DE REFERÊNCIA PARA A CONTRATAÇÃO DE PESSOA JURÍDICA

1. Identificação:

Contratação de consultoria Pessoa Jurídica (PJ) para elaboração de um Plano de Comunicação no âmbito das atribuições da estratégia PCI (Produzir, Conservar e Incluir) com foco no estado de Mato Grosso.

2. Antecedentes:

O Programa REDD *Early Movers* (REM) do Estado do Mato Grosso (MT), mecanismo financeiro que remunera as jurisdições que conseguiram reduzir a taxa de desmatamento ao longo dos anos, busca promover o desenvolvimento sustentável a partir da valorização da floresta em pé e da redução das emissões de CO₂.

O Estado de Mato Grosso vem avançando na construção de um modelo de desenvolvimento de baixas emissões de carbono que tem como principal marco legal a Lei Estadual de REDD+ 9.878/2013, que cria o Sistema Estadual de REDD+ (SisREDD+) e na elaboração da estratégia intersectorial Produzir, Conservar e Incluir (PCI), um conjunto de metas que pretende consolidar conservação ambiental, equidade social e produção agrária com um foco principal na redução do desmatamento.

O Programa REDD *Early Movers* Mato Grosso (REM MT) consiste na remuneração sobre resultados (ex-post) de reduções de emissões de gases de efeito estufa oriundas do desmatamento. O FUNBIO e a Secretaria de Meio Ambiente do Estado de Mato Grosso (SEMA-MT) compartilham a gestão do Programa, o primeiro como Agente Financeiro, responsável pela gestão financeira e operacional, e o segundo como Entidade Executora, responsável pela gestão técnico-administrativa.

A Estratégia PCI, por sua vez, constitui-se em um instrumento de planejamento do Estado de Mato Grosso para aumentar a eficiência da produção agropecuária e florestal, a conservação dos remanescentes de vegetação nativa, a recomposição dos passivos ambientais e a inclusão socioeconômica da agricultura familiar e populações tradicionais. É orientada por um conjunto de 21 metas organizadas em três eixos.

Em 2015, no lançamento da Estratégia PCI durante a COP-21 em Paris, estimou-se em R\$ 39 bilhões os investimentos necessários em 15 anos para o alcance de todas as 21 metas. Destes, R\$ 20 bilhões seriam destinados à intensificação produtiva, R\$ 5,8 bilhões para a implementação do Código Florestal, R\$ 3,1 bilhões para evitar desmatamento e R\$ 10,1 bilhões para apoio a produção familiar (sendo R\$ 6,7 bilhões de investimentos na produção e R\$ 3,4 bilhões em governança e gastos públicos).

Em 2017, o estudo *Unlocking Forest Finance* ou *Financiando Paisagens Sustentáveis*, coordenado pelo IPAM, estimou em R\$ 43 bilhões os investimentos necessários em 15 anos para uma transição das principais cadeias produtivas do Mato Grosso a modelos de baixo carbono, além de R\$ 3 bilhões adicionais para a proteção das áreas de conservação do estado.

Ainda em 2017, o projeto *Iniciativa para o Uso da Terra* (INPUT), uma parceria entre a Agroicone e o Climate Policy Initiative (CPI) no Brasil, estimou que para a implementação dos projetos de intensificação sustentável em Mato Grosso, seriam necessários R\$ 30,1 bilhões em investimentos, sendo R\$ 22,8 para intensificação da atividade pecuária, R\$ 4,1 bilhões para restauração florestal e R\$ 3,2 bilhões em arrendamento para grãos (preparação das áreas de pastagens para plantio de soja) em 20 anos.

A partir de 2019, a Estratégia PCI entrou em nova fase. O Decreto nº 46 de 27 de fevereiro de 2019 estabelece que a Estratégia será implementada em colaboração com associação privada, sem fins lucrativos, denominada Instituto PCI. De acordo com o Decreto, identificar oportunidades de captação

de recursos financeiros junto a doadores e investidores públicos e privados, nacionais ou estrangeiros, gerir e monitorar programas, projetos e seus recursos no âmbito da Estratégia PCI, são atribuições do Instituto PCI.

Neste contexto, informamos que desde 2015 investimentos e programas diretamente relacionados às metas da Estratégia PCI já foram iniciados em Mato Grosso, a exemplo do Programa REM, Programa Terra a Limpo, PAGE, investimentos da IDH com co-financiamento de empresas como Carrefour, além de investimentos da Partnership for Forests, Rural Sustentável, FIP e KfW-CAR. Além disso, outros investimentos foram confirmados como o projeto de eficiência na cadeia da carne pelo Carbon Trust.

Atualmente, existe uma deficiência de ações e instrumentos de comunicação implementados no contexto da PCI até hoje. Portanto, é fundamental que a PCI reforce suas atividades de comunicação, nos âmbitos internos e externos, de maneira que consiga maximizar suas ações e resultados, frente aos diferentes *stakeholders* da organização. A contratação do serviço para elaboração do Plano de Comunicação irá prover esse suporte, auxiliando na concepção e futura implementação de ações estratégicas de comunicação, bem como no desenvolvimento de ferramentas e produtos tanto para uma comunicação interna como para uma comunicação externa, com divulgação dos resultados e impactos da estratégia.

Ressalta-se, por fim, que o Plano de Comunicação abordará, além do caráter estratégico, um plano operacional contendo as ferramentas, conceitos, orçamento detalhado para os produtos especificados e quantificados, de acordo com a estratégia de gestão da comunicação interna e externa.

3. Objetivos

A contratação tem como objetivo geral a elaboração de um Plano de Comunicação para a Estratégia PCI (Produzir, Conservar e Incluir) no Estado de Mato Grosso, de forma a orientar o Instituto PCI e parceiros regionais na definição de uma estratégia de comunicação, bem como a sua operacionalização em suas diferentes esferas de atuação municipal, estadual, federal e internacional.

Objetivo específico 1: *Análise situacional da estratégia PCI e planejamento estratégico de comunicação do Instituto PCI.* A análise situacional consiste em recolher os dados importantes sobre a situação da estratégia PCI em relação a outras estratégias jurisdicionais, no sentido de fixar os objetivos da comunicação. Posteriormente, o planejamento estratégico servirá para orientar as ações que o Instituto PCI deseja atingir com o seu Plano de Comunicação. Uma vez definidos os objetivos do Plano de Comunicação, o próximo passo será definir metas realistas, mensuráveis e dentro de um período específico de tempo. Espera-se que o consultor seja capaz de entregar um Plano de Comunicação que seja simples e objetivo, de forma a facilitar o monitoramento de sua implementação até 2030.

Objetivo específico 2: *Elaboração do plano operacional de comunicação.* Nessa etapa, o(a) consultor(a) deverá apontar os meios para atingir os resultados do Plano de Comunicação, levando-se em consideração os recursos financeiros disponíveis do Instituto PCI disponíveis à época da contratação. O(a) consultor(a) será responsável por elaborar e desenvolver um conceito criativo, em forma de mensagem emblemática, que seja capaz de comunicar bem as ações e objetivos da estratégia PCI. Para a confirmação de hipóteses e últimas correções, o(a) consultor(a) deverá definir uma pequena amostra de *stakeholders*, de forma a testar a mensagem. Por fim, o(a) consultor(a) será responsável por desenvolver indicadores de monitoramento e suas metas, que permitem monitorar e avaliar a implementação do Plano de Comunicação pelos colaboradores da PCI até 2030.

Objetivo específico 3: *Elaboração de peças básicas de comunicação e reformulação de diretrizes para uso do nome e marca PCI.* Considerando que o Instituto PCI tem uma demanda emergencial por algumas peças básicas de comunicação, espera-se que o(a) consultor(a) seja capaz de entregar este enxoval básico em tempo hábil. Por fim, o(a) consultor(a) deverá, com base no material existente da PCI, aprimorar um manual de orientação contendo as diretrizes do uso do nome e marca da PCI.

4. Atividades

Atividade 1. Análise situacional da estratégia PCI e planejamento estratégico de comunicação do Instituto PCI

- 1.1 Esta etapa consiste em recolher os dados importantes sobre a Estratégia PCI por meio da entrega de documentos e reuniões (possivelmente até 3 reuniões virtuais entre a Equipe PCI e o Consultor), sendo que após será apresentado o Plano de Trabalho e cronograma de atividades. - Nessa etapa serão levantadas as forças e fraquezas da estratégia, os objetivos do Instituto PCI, atores envolvidos, públicos que o Instituto pretende alcançar com a comunicação, posicionamento global entre outras estratégias voltadas ao desenvolvimento sustentável. Essa etapa inclui também a análise de materiais e peças de comunicação já desenvolvidas pela PCI, e a relação entre a comunicação do Instituto e a comunicação do governo de Mato Grosso para que o profissional tome ciência do que já foi realizado no âmbito da PCI
- 1.2 O planejamento estratégico servirá para definir os objetivos que o Instituto PCI deseja atingir com o seu Plano de Comunicação, tais como (i) apresentar a Estratégia, suas ações, objetivos, impactos e resultados a diferentes públicos-alvo, internos e externos, (ii) engajar atores na cooperação para o alcance das metas da PCI, (iii) reforçar e/ou melhorar a imagem da marca PCI, (iv) fazer a gestão de suas atividades em meio a períodos de crise política e/ou ambiental, dentre outros.
- 1.3 Uma vez definidos os objetivos do Plano de Comunicação, o próximo passo será definir metas realistas, mensuráveis e dentro de um período específico de tempo. Apesar da complexidade da estratégia PCI, ao envolver questões ambientais, agronegócio e da agricultura familiar a nível jurisdicional do estado de Mato Grosso, essa contratação almeja que a consultora seja capaz de entregar um Plano de Comunicação que seja simples e objetivo, de forma a facilitar o monitoramento de sua implementação por pelo menos 3 anos.

Atividade 2. Elaboração do plano operacional de comunicação

- 2.1 Nessa etapa, o(a) consultor(a) deverá apontar os meios para atingir os resultados do Plano de Comunicação, levando-se em consideração os recursos financeiros disponíveis do Instituto PCI, valores estes que serão disponibilizados posteriormente. Os meios de comunicação podem incluir mídias sociais, webinars, apresentações, participações em eventos, dentre outros a serem apontadas pelo(a) consultor(a) sendo estes sob coordenação direta do Instituto PCI, ou mesmo em parceria com as secretarias de governo ou atores privados e da sociedade civil que compõe a governança do Instituto PCI.
- 2.2 O(A) consultor(a) também será responsável por elaborar e desenvolver conceitos. Se a mensagem for impressa, qual a forma que a tornará mais eficaz? Se sonora, qual roupagem sonora a tornará mais convincente? Se audiovisual, qual o porta voz mais atrativo? A orientação criativa deve ser capaz de comunicar bem as ações e objetivos da estratégia PCI. Para a confirmação de hipóteses e últimas correções, o consultor(a) deverá definir uma pequena amostra de *stakeholders* (no mínimo de 5 e no máximo de 15) de forma a testar a mensagem. Se os testes apresentarem os resultados desejados, de acordo com critérios elaborados pelo consultor e definidos juntamente com a equipe da PCI, a mensagem será realizada na sua forma definitiva. Caso contrário, ajustes deverão ser realizados antes da finalização do trabalho.
- 2.3 Com o objetivo de estimar o custo de implementação das ações do Plano de Comunicação nos próximos três anos, o(a) consultor(a) deverá realizar um orçamento levando-se em consideração as limitações financeiras do Instituto PCI e parceiros.
- 2.4 Para mensurar, se a campanha está atingindo os resultados do Plano de Comunicação nos próximos três anos, o(a) consultor(a) será responsável por desenvolver, no mínimo 5 e no máximo 15

indicadores de monitoramento que possam ser alimentados pelos colaboradores do Instituto PCI e parceiros regionais, de forma a monitorar e avaliar a implementação do Plano de Comunicação.

Atividade 3. Elaboração de materiais básicos de comunicação e um manual de uso da marca PCI

3.1 Considerando que o Instituto PCI tem a necessidade emergencial de desenvolver alguns materiais básicos de comunicação, será de responsabilidade do(a) consultor(a) produzir pelo menos (e não se restringindo) a lista indicada abaixo:

- I. *Papelaria básica em formato digital, incluindo cartão de visitas, envelope, papel de carta/timbrado;*
- II. *Layout para PowerPoint incluindo slides padrão de apresentação;*
- III. *Design gráfico para mídias sociais;*
- IV. *Layout para e-mail marketing;*
- V. *Layout para Boletins informativos;*
- VI. *Banner.*

3.2 Por fim, com base em regras já definidas na PCI, o(a) consultor(a) deverá desenvolver um manual contendo orientações e diretrizes para o uso do nome e da marca.

5. Qualificação

Requisitos mínimos:

- a) A empresa deverá possuir:
- Ao menos cinco anos de existência
 - bem como possuir em seu portfólio de serviços experiência na execução de ao menos 4 Planos de Comunicação;
 - Experiência com ao menos 2 trabalhos diretamente relacionados ao planejamento estratégico e operacional de comunicação;
 - A empresa deverá possuir uma equipe designada para desenvolver o trabalho contando com ao menos 3 profissionais;

- b) A empresa deverá possuir um(a) profissional, que atuará como coordenador deste projeto e que possua as qualificações abaixo:

- Ensino superior completo em Jornalismo, Publicidade, Marketing ou áreas afins;
- Experiência profissional mínima de cinco anos;
- Experiências comprovada na elaboração de ao menos 4 (quatro) Planos de Comunicação;
- Conhecimentos em inglês e/ou Espanhol – nível intermediário de conversação e avançado de leitura e escrita;

Experiência comprovada na produção de documentos técnicos com foco na área ambiental, mudanças climáticas e/ou agricultura.

- Pós-graduação em Jornalismo, Publicidade, Marketing, Meio Ambiente ou áreas afins;

- c) A empresa deverá possuir um(a) profissional, que atuará Designer Gráfico deste projeto e que possua as qualificações abaixo:

- Experiência profissional mínima de 2 anos;
- Execução de trabalhos gráficos, preferencialmente na área ambiental;

d) A empresa deverá possuir um(a) profissional com formação na área ambiental, seja ela graduação ou pós-graduação;

- Experiência profissional mínima de 5 anos;
- Execução de trabalhos na área ambiental;

6. Abrangência

O escopo de atuação previsto neste edital de consultoria é o estado de Mato Grosso. Não existe necessidade do(a) consultor(a) residir ou realizar viagens de campo para o Mato Grosso, desde que seja respeitado o horário de trabalho da região para eventuais reuniões virtuais e/ou videoconferências.

7. Produtos

A Consultoria submeterá ao contratante os produtos listados na tabela do item 9, relativos às atividades descritas no item 4.

- **Produto 1.** Análise situacional da estratégia PCI e planejamento estratégico de comunicação do Instituto PCI;
- **Produto 2.** Elaboração do plano operacional de comunicação;
- **Produto 3.** Elaboração de materiais de comunicação e um manual de uso da marca PCI.

8. Forma de apresentação

A entrega dos produtos deverá ser realizada em formato digital através do MS-Word e de forma resumida em MS-PowerPoint, bem como outros formatos específicos para as peças publicitárias a serem definidas pelo(a) consultor(a). Todo o material deverá ser entregue em Português, podendo ser, em comum acordo entre o contratante e consultor(a), a realização em versão Inglês de uma ou mais peças publicitárias.

9. Cronograma de execução e pagamentos

A empresa contratada deverá cumprir com as atividades listadas, apresentando como resultado os produtos especificados nos prazos relacionados, conforme a seguir:

Descrição	Produtos	Data entrega (após a assinatura do contrato)	Percentual de pagamento
-	Plano de trabalho	Até 10 dias	0%
1ª Parcela	Produto 1 - Análise situacional da estratégia PCI e planejamento estratégico de comunicação do Instituto PCI	Até 30 dias	20 %
2ª Parcela	Produto 2 - Elaboração do plano operacional de comunicação	Até 60dias	30 %
3ª Parcela	Produto 3 - Elaboração de materiais de comunicação e um manual de uso da marca PCI	Até 90dias	50%

As atividades descritas neste TdR serão desempenhadas no prazo de 90 (noventa) dias, a partir da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado conforme acordo entre as partes.

A forma de remuneração dos serviços é por preço global, incluso no custo da contratação a remuneração dos serviços prestados pelo(a) consultor(a), bem como todos os encargos sociais estipulados na legislação fiscal e trabalhista.

A empresa contratada deverá encaminhar uma cópia de todos os produtos para o FUNBIO, em meio digital (por e-mail, para contratos@funbio.org.br), devidamente aprovados pela Diretoria Executiva da Estratégia PCI.

O pagamento será feito em até 10 (dez) dias úteis, contados a partir do recebimento, no FUNBIO, do documento de cobrança (quando empresa: nota fiscal/fatura) e do Termo de Recebimento e Aceite - TRA (documento emitido pelo beneficiário, responsável pelo recebimento e aceite, atestando que os serviços foram prestados em conformidade com as especificações solicitadas, quantidades e etapas, se for o caso).

10. Insumos fornecidos

O instituto PCI se responsabiliza por compartilhar informações e materiais em formato digital para subsídio à elaboração dos trabalhos do consultor. As atividades desta contratação serão desenvolvidas nas instalações físicas da Empresa Contratada, sendo as reuniões e monitoramentos a serem realizadas prioritariamente através de videoconferências. Não serão disponibilizadas passagens aéreas ou diárias para as viagens. Os serviços a serem prestados serão realizados com equipamentos do contratado.

11. Acompanhamento

O acompanhamento dos serviços descritos neste termo de referência será de responsabilidade da Diretoria Executiva da Estratégia PCI, a qual emitirá parecer dos relatórios e serviços realizados pela empresa contratada, para a viabilização dos pagamentos.