

Contratação de consultoria para o desenvolvimento de campanha de consumo consciente e assessoria de imprensa.

OBJETIVOS DO TDR

A Amigos da Terra – Amazônia Brasileira (AdT) está com uma chamada aberta para a contratação de pessoa jurídica para o desenvolvimento de: campanha de consumo e mídia cases para a conscientização dos consumidores sobre os impactos da cadeia da carne na perda de florestas; e pesquisa de mercado para entender a demanda de consumo de carnes que neutralizam ou mitigam as emissões de gases do efeito estufa (GEE).

SOBRE A CONTRATANTE: AMIGOS DA TERRA – AMAZÔNIA BRASILEIRA (ADT)

A Amigos da Terra – Amazônia Brasileira (AdT) 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 relevância sobre as áreas de atuação. Saiba mais em www.amigosdaterra.org.br

O PROJETO

A AdT é parceira da National Wildlife Federation (NWF) na execução do projeto **“Breaking the link between agriculture and forest loss: Science and advocacy for zero-deforestation commitments”**. O projeto busca engajar as empresas e instituições financeiras envolvidas nas cadeias produtivas de commodities agrícolas a implementarem políticas de desmatamento zero como forma de estimular uma produção mais sustentável e responsável no campo, colocando a agropecuária brasileira no caminho do desenvolvimento sustentável.

No Brasil, o projeto espera contribuir com a redução do desmatamento associado à cadeia produtiva da carne. A conscientização do público consumidor sobre a relação entre a cadeia da carne, o desmatamento e as mudanças climáticas, bem como a conscientização dos produtores agrícolas sobre práticas de produção mais sustentáveis são componentes importantes do projeto.

Nesse sentido, estão previstas algumas ações de comunicação, tais como: campanha de conscientização e mídia cases que gerem impacto no público consumidor, e pesquisa de mercado para entender a demanda por Carne Carbono Neutro (CCN) e Carne Baixo Carbono (CBC).

CONTEXTO

O desmatamento no Brasil vem crescendo a um ritmo alarmante. Entre 2019 e 2021 o desmatamento anual no bioma Amazônia foi 56,6% maior que no período de 2016 a 2018 (IPAM, 2022). A maior parte das áreas desmatadas é convertida em pastagens, o que torna a pecuária a principal atividade associada ao desmatamento.

A pecuária também tem grande participação nas emissões brasileiras de Gases de Efeito Estufa (GEEs), tanto indiretamente, pelo desmatamento, quanto diretamente pela fermentação entérica (arroto do boi). As mudanças de uso do solo e a agropecuária respondem, nesta ordem de importância, por 70% das emissões nacionais (SEEG, 2021).

O decreto 7.390, que regulamenta a Política Nacional de Mudanças Climáticas (PNMC), estabeleceu uma meta nacional de redução de emissões e, para o seu cumprimento, foram estabelecidos planos setoriais, entre eles o Plano para a Consolidação de uma Economia de Baixa Emissão de Carbono na Agricultura (Plano ABC). Durante a COP 26, realizada em 2021, também foi estabelecido o compromisso global para redução do metano em 30%, assinado por 111 países, incluindo o Brasil.

Considerando o compromisso brasileiro de mitigar as emissões nacionais de GEE na pecuária e o potencial que as árvores têm para fixar carbono, em 2012, foi idealizada pela Embrapa a marca-conceito “Carne Carbono Neutro”, cujo objetivo é atestar a neutralização do metano emitido pelos bovinos produzidos em sistemas de integração do tipo silvipastoril (pecuária-floresta, IPF) ou agrossilvipastoril (lavoura-pecuária-floresta, ILPF), sendo todos os processos parametrizados e auditáveis, inclusive por auditoria de terceira-parte (Embrapa, 2019). [Saiba mais](#)

Em 2016, a Embrapa criou a marca-conceito Carne Baixo Carbono. A principal diferença entre ambas é que, nesta última, não é prevista a presença de árvores e o sequestro de carbono contabilizado é o que ocorre no solo por meio da intensificação das pastagens, principalmente, pelo uso de sistemas em Integração Lavoura-Pecuária (Embrapa, 2019). [Saiba mais](#)

Abaixo são listados os benefícios ambientais, sociais e econômicos da adoção de sistemas de integração lavoura-pecuária-floresta (ILPF):



Fonte: Rede ILPF, 2021

ESCOPO DOS SERVIÇOS

1. Pesquisa de mercado

Objetivo: Pesquisa de mercado para entender o grau de conhecimento dos consumidores com relação a carnes cuja produção neutraliza ou mitiga as emissões de gases do efeito estufa (ex.: CCN e a CBC), bem como o interesse e a disposição em adquirir estes produtos.

- Formato: Formulário online
- Público-alvo: Consumidores dos principais polos consumidores brasileiros (Regiões Sudeste e Sul)
- Amostra a definir: Entre 1.000 e 5.000 respondentes

2. Campanha focada na conscientização de consumidores nacionais

Objetivo: que os consumidores associem o que eles comem com o desmatamento. Conscientizar sobre as escolhas em relação ao desmatamento.

- Uma campanha de Comunicação
- Criação de 4 *releases* focados em contar histórias
- Assessoria de imprensa para a divulgação dos 4 *releases* em mídia espontânea

PRECIFICAÇÃO E PAGAMENTO

A cotação dos serviços deverá apresentar os preços das entregas descritas separadamente, conforme tabela apresentada abaixo. Para a pesquisa de mercado, deverão ser enviados valores considerando diferentes amostras. Os pagamentos serão feitos após a aprovação dos produtos pelo contratante, mediante apresentação de nota fiscal do contratado.

Produtos	Valor estimado (R\$)
Entrega 1: Pesquisa de mercado	
Entrega 2: Campanha de conscientização	
Entrega 3: 4 <i>releases</i> (mídia cases)	
Entrega 4: Assessoria de Imprensa (mídia cases)	

ENVIO E SELEÇÃO DAS PROPOSTAS

As propostas deverão ser enviadas até o dia 29/05/2022 para o e-mail cv@amazonia.org.br, com o título “Chamada 002/2022 CBC – Nome da empresa” e os seguintes documentos anexados: Portfólio de apresentação da empresa ou CV do profissional interessado e proposta comercial. Pedimos aos interessados que manifestem interesse por e-mail com antecedência.

A seleção do interessado será baseada nos seguintes critérios: proposta comercial e portfólio/CV. O proponente selecionado será notificado por e-mail.

Durante a elaboração da proposta, pedidos de esclarecimentos poderão ser enviados para o e-mail: cv@amazonia.org.br