

# Termo de Referência para Contratação de Consultoria em Marketing

Restauração | Redário | Instituto Socioambiental



São Paulo/SP

Prazo para envio das propostas –20/07/2026

<b>I - CONTEXTO.....</b>	<b>1</b>
<b>II - JUSTIFICATIVA:.....</b>	<b>2</b>
<b>II.I OBJETIVOS.....</b>	<b>3</b>
<b>III – ETAPAS E PRODUTOS.....</b>	<b>3</b>
1. Diagnóstico de mercado, marca e mix de marketing.....	3
Produto 1 - Diagnóstico de marketing:.....	3
2. Elaboração de Estratégia e Plano de Marketing.....	3
3. Assessoria para ativação do Plano de Marketing - 6 meses.....	4
<b>IV – CRONOGRAMA.....</b>	<b>5</b>
<b>V – ORÇAMENTO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.....</b>	<b>5</b>
<b>VI – RESPONSABILIDADES.....</b>	<b>5</b>
Fase 1: Pesquisa de Mercado e Diagnóstico.....	6
Fase 2: Elaboração de Estratégia e Plano de Marketing.....	7
Fase 3: Execução e Implementação de Ferramentas.....	7
<b>VII – REQUISITOS NECESSÁRIOS.....</b>	<b>8</b>
<b>VIII- CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DAS PROPOSTAS.....</b>	<b>8</b>
<b>IX – CONDIÇÕES PARA CONTRATAÇÃO.....</b>	<b>9</b>



## I - CONTEXTO

O Instituto Socioambiental (ISA) é uma associação civil, sem fins lucrativos, qualificada como Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (Oscip), fundada em 1994 para propor soluções integradas a questões socioambientais. O ISA tem como objetivo defender bens e direitos sociais, coletivos e difusos, relativos ao meio ambiente, ao patrimônio cultural, aos direitos humanos e dos povos. Com sede em São Paulo e subsedes em Brasília (DF), São Gabriel da Cachoeira (AM), Manaus (AM), Boa Vista (RR), Altamira (PA), Eldorado (SP) e Canarana (MT), o ISA privilegia ações que articulem projetos de caráter demonstrativo, campanhas e programas de trabalho e parcerias, combinando diversas modalidades e níveis de atuação, desde o local, ao regional, ao nacional e ao global. Para saber mais sobre o ISA, acesse: <https://socioambiental.org/>.

Na cadeia da restauração, o ISA atua por meio da estratégia de "muvuca de gente e de semente", que engloba duas iniciativas chave, o Redário e a Iniciativa Caminhos da Semente.

O **Redário** (<https://redario.org.br/>): rede de redes de sementes formada em 2021, que reúne organizações de base comunitária que produzem sementes nativas para a cadeia de restauração, garantindo ampla base genética, larga escala, rastreabilidade, comércio justo, qualidade e impactos sociais positivos. As redes contam com o Redário para formação e assessoria em técnicas e normas para produção de sementes nativas, comunicação, planejamento, administração e articulação de arranjos regionais. O Redário viabiliza compras e vendas e análises laboratoriais de sementes das redes, presta assessoria jurídica e realiza encontros presenciais e remotos entre as redes.

Os impactos socioeconômicos dessa produção de base comunitária são o fortalecimento dos modos de vida tradicionais, o bem-estar das comunidades e a conservação da vegetação nativa onde é feita a coleta das sementes. Esses serviços socioambientais são financiados por doações de organizações filantrópicas recebidas pelas redes de sementes e organizações parceiras no Redário.

O Redário investe em conhecimento tradicional, ciência cidadã e pesquisa de ponta nas áreas de ecologia aplicada e tecnologia de sementes. Mantém comunicação ativa com e sobre coletoras e suas redes, orienta clientes sobre o uso de sementes e representa o interesse das redes em articulações com setores públicos e privados para o desenvolvimento do ecossistema de negócio para sementes nativas.

O principal produto que o Redário quer vender é a semente produzida pelas redes. Esta comercialização é realizada, de fato, por redes mais antigas e estruturadas em colaboração com outras redes, no âmbito do Redário. Atualmente, aproximadamente 15% das sementes que as redes produzem são compradas neste arranjo de redes com o Redário. Estas sementes são vendidas no mercado com valor agregado, formando muvucas ou misturas customizadas para cada cliente. A margem gerada pela comercialização no âmbito do

Redário forma um capital de giro que é usado para adiantar recursos às redes e garantir as próximas compras.

A customização das muvucas é elaborada por técnicos da Iniciativa Caminhos da Semente no sistema integrado com o Redário, utilizando ferramentas próprias para integrar mapas de ocorrência natural das espécies, classificações ecológicas, critérios genéticos, fatores ambientais, espécies de interesse e formas de plantio, além de modelar o retorno econômico e a resiliência de cada mistura de sementes frente às mudanças climáticas. A Caminhos da Semente oferece também pacotes tecnológicos de plantio e assistência técnica para semeadura de nativas e restauração.

A **Iniciativa Caminhos da Semente** (<https://caminhosdasemente.org.br/>) atua informalmente desde 2018, através das organizações que hoje também são parceiras do Redário. A coordenação está com a empresa Agroicone, com apoio do ISA, EMBRAPA e Rede de Sementes do Cerrado. Sua missão é a disseminação e o aprimoramento do uso de sementes nativas no Brasil. Para o plantio de nativas, a semeadura direta se destaca pelo baixo custo, alto consumo de sementes e facilidade de plantio, além de promover o desenvolvimento social e econômico ao envolver comunidades locais na venda das sementes através do Redário.

A Caminhos capta recursos filantrópicos e de consultoria para produção e disseminação de referenciais técnicos que apoiam o aprimoramento de políticas públicas, de projetos de carbono, de restauração, de agrofloresta e de silvicultura que envolvam semeadura de nativas. Os técnicos da Caminhos desenvolvem tecnologias digitais e máquinas de plantio, inovam em formas de semeadura e avaliação socioambiental, plantio de áreas demonstrativas e experimentais, monitoramento ecológico, capacitações e expedições.

Além do corpo técnico da Caminhos, estão ligadas à iniciativa mais de 300 pessoas e organizações que atuam no Brasil em projetos que envolvem a semeadura de espécies nativas. São projetos de restauração ecológica, recuperação de áreas degradadas, adequação ambiental de propriedades rurais, agrofloresta, certificação, recuperação de pastagens, hidrossemeadura em taludes e silvicultura. Atuam em diferentes setores da economia, principalmente em celulose, carbono, mineração, geração de energia, transmissão de energia, transporte, agricultura, pecuária, ongs. Com esta rede de semeadores e conectada ao Redário, a Caminhos pode criar bons arranjos de semeadura de nativas onde não há, garantindo bons resultados ecológicos e sociais.

## **II - JUSTIFICATIVA:**

Para aumentar o volume de negócios de sementes nativas e a produtividade da equipe para atuar neste mercado, que apresenta uma constelação peculiar de perfis de clientes e motivações de compra, é necessário aprimorar os processos de vendas e desenvolver um plano de marketing para o Redário junto com a Caminhos da Semente.

## II.I OBJETIVOS

1. **Diagnóstico:** Analisar o mercado, o posicionamento de marca e a presença digital
2. **Planejamento:** Elaborar estratégia, plano e mix de marketing por produto e perfil de cliente e realizar prova de conceito;
3. **Ativação:** Apoiar o treinamento da equipe para ativação do plano de marketing, automatizar processos de funil de vendas e fortalecer o relacionamento com clientes.

## III – ETAPAS E PRODUTOS

### 1. Diagnóstico de mercado, marca e mix de marketing

- **Análise de dados e presença digital:** análise de histórico de vendas de sementes nativas e serviços associados, dados próprios do Redário e da Caminhos; análise do ambiente comercial interno e externo, análise dos sites do setor, publicações e redes sociais, incluindo concorrentes;
- **Pesquisa em campo e entrevistas preliminares:** visita a projetos com sementes em campo e conversas para entender o comportamento de clientes, como motivações e barreiras para adquirir sementes ou serviços de semeadura nos setores econômicos mais relevantes;
- **Diagnóstico de Marketing:** Registrar o atual mix de marketing, posicionamento de marca, persona, linguagem e presença digital. Analisar isso frente às tendências de mercado. As análises serão construídas, apresentadas e discutidas com a participação da coordenação e do Grupo de Trabalho de Comercialização do Redário e Caminhos da Semente.

#### Produto 1 - Diagnóstico de marketing:

Apresenta análise de dados históricos de vendas para produtos e serviços, por perfil de cliente, análise do ambiente comercial interno e externo, sites, publicações e redes sociais, incluindo concorrentes, visitas em campo e entrevistas preliminares com a equipe e clientes de diferentes perfis; Registra o atual mix de marketing, posicionamento de marca, persona, linguagem e presença digital, que orientarão a elaboração do Plano de Marketing.

### 2. Elaboração de Estratégia e Plano de Marketing

- **Definição de Estratégia de Marketing,** (o quê e por quê) detalhando proposta de Persona, Mercado e Posicionamento de Marca, identificação do cliente ideal, entendendo a jornada de compra e segmentação de mercado: Como deseja ser percebida no mercado e seu diferencial competitivo? Analisa isso frente às tendências de mercado e análises de dados históricos, entrevistas, presença digital, comportamento de compra por perfil de cliente, tendências de mercado, oportunidades e gargalos
- **Definição de mix de marketing por produto e perfil de cliente:** Definição dos pilares: Produto, Preço, Praça (distribuição) e Promoção, incluindo para serviços: pessoas, processos e evidência física

- **Prova de Conceito:** apresentações segmentadas por setor para validar a aderência a produtos e serviços. Validar a compatibilidade entre as necessidades dos clientes e os produtos/serviços ofertados, considerando preço, atendimento, volume, logística e responsabilidade socioambiental, considerando redes de coletores e parceiros;
- **Plano de Marketing:** Discutir produtos anteriores com a equipe do Redário e Caminhos da Semente e elaborar estratégias segmentadas por setor com linguagem, atividades, indicadores e cronograma de implementação do Plano com métricas para acompanhar o sucesso. Detalhamento do "como", definindo responsáveis, prazos e canais, com metas mensuráveis, atingíveis, relevantes e temporais. Referências de orçamento e recursos, investimento financeiro, contratação de terceiros e ferramentas necessárias. Propor melhorias estruturais e visuais (funcionalidades interativas, newsletter, links e métricas) e cronograma de publicações. Recomendações de marca para o modelo de negócio.

**PRODUTO 2:** Proposta de Estratégia de Marketing, persona e posicionamento de marca e mix de marketing por produto e perfil de cliente

**PRODUTO 3:** Estratégia e Plano de Marketing revisado após prova de conceito e validação.

### **3. Assessoria para ativação do Plano de Marketing**

- Comparação de ferramentas digitais recomendadas para captação e gestão de leads, relacionamento, venda e fidelização, priorizando ferramentas de baixo custo ou de código aberto (landing pages, formulários, integração com campanhas)
- Treinamento da equipe no uso de ferramentas em planilha ou Customer Relationship Management (CRM - termo em inglês para Gestão de Relacionamento com o Cliente) para automação de processos no relacionamento com o cliente, gestão de leads, funil de vendas com inteligência e estratégia de vendas. Sessões individuais para acompanhamento da implementação das novas ferramentas e atendimento aos clientes com comunicação clara e segmentada, orientada à conversão de leads
- Elaboração de apresentações rápidas (pitch) e materiais publicitários (catálogos, templates, mensagens) customizadas, mapeamento e qualificação de feiras e eventos por setor e perfil de cliente.
- Busca ativa, captação de leads de potenciais compradores/parceiros em setores-chave (projetos de restauração, celulose, mineração, carbono, transporte, geração e transmissão de energia, siderurgia, agricultura, programas governamentais e não-governamentais)

**PRODUTO 4:** Relatório com recomendações sobre ferramentas digitais e rotinas de operação; Apresentações comerciais, catálogos e templates de mensagens customizadas

**PRODUTO 5:** CRM implementado, leads qualificados e geração de propostas comerciais

#### IV – CRONOGRAMA

O período proposto para a execução é de 10 meses, conforme cronograma abaixo:

ETAPAS	2026					2027				
	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI
1. Diagnóstico de Marketing	•	•								
2. Elaboração de Estratégia e Plano de Marketing		•	•	•						
3. Ativação do Plano de Marketing				•	•	•	•	•	•	•

#### V – ORÇAMENTO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

O orçamento deve ser apresentado com estimativas de horas de dedicação dos consultores em um plano de trabalho por etapas. O valor da proposta deve ser bruto, incluindo taxas, impostos, outros tributos e encargos sociais. Os custos operacionais (passagens, hospedagem, alimentação, etc.) que forem necessários para as atividades serão de responsabilidade da CONTRATANTE.

O pagamento se dará após a entrega e aceite dos produtos listados em cada parcela e a emissão das respectivas notas fiscais.

#### VI – RESPONSABILIDADES

**Da Contratada:**

- Realizar as atividades descritas no TDR de maneira pragmática e orientada à ativação de mercado e à transferência de conhecimento, trabalhando junto com a equipe do Redário e Caminhos da Semente
- Comunicar-se periodicamente e entregar os produtos, materiais e relatórios conforme o cronograma e escopo.

#### Da Contratante:

- Disponibilizar as informações e acessos necessários para a execução dos serviços.
- Designar um ponto focal para interação com a consultoria.
- Participar das reuniões e treinamentos agendados.
- Viabilizar passagens aéreas, terrestres, hospedagens, alimentação que forem necessários para a realização das atividades.

#### Dinâmica Geral da Integração entre as Equipes

Espera-se uma relação de complementaridade clara: a **Consultoria de Marketing** atua como a idealizadora metodológica e estratégica, enquanto a **Consultoria Técnica em Recuperação de Áreas Degradadas (RAD)** funciona como a validadora especializada e facilitadora comercial. Para evitar sobreposições, sobreposição de tarefas e garantir a clareza das conexões, é fundamental entender que o **Marketing constrói os instrumentos e metodologias**, e a **Técnica os valida, refina com conhecimento de causa do setor de sementes e aplica na ponta**.

1. **Na Produção de Documentos:** A caneta principal dos *Roteiros de Entrevista*, *Diagnósticos de Mercado*, *Planos de Marketing* e *Arte de Catálogos* fica com a
2. **Consultoria de Marketing.** A caneta principal da **Consultoria Técnica** é a *revisão*, *validação técnica*, e *fornecimento de dados brutos/históricos*.
3. **Abordagem aos Clientes (Entrevistas e Prova de Conceito):** A Consultoria de Marketing define **o que perguntar e como analisar as respostas**. A Consultoria Técnica usa seu *networking* para definir **quem responderá** (fornecendo os contatos quentes) e **abre as portas** marcando as reuniões.

Abaixo, apresentamos o fluxograma estruturado das três fases principais, detalhando os produtos de cada consultoria e as conexões entre elas.

#### Fase 1: Pesquisa de Mercado e Diagnóstico

*A Técnica prepara o terreno; o Marketing analisa metodologicamente; a Técnica valida e revisa.*

- **Momento Consultoria Técnica:**
  - **Ação/Produto:** Organiza a base de dados do Redário/Caminhos por perfil de cliente.

- **Ação/Produto:** Visita projetos em campo para coletar dados e consolidar uma base de contatos/leads.
- **Conexão 1 (Roteiro de Entrevistas):**
  - ➡ O **Marketing** elabora o roteiro metodológico de entrevistas com os clientes.
  - ← A **Técnica RAD** valida esse roteiro elaborado pelos especialistas de marketing e agenda as entrevistas com sua rede de contatos.
- **Conexão 2 (Diagnóstico):**
  - ➡ O **Marketing** elabora o Relatório de Diagnóstico de Marketing, analisando tendências, funil de vendas e concorrência.
  - ← A **Técnica RAD** revisa e aporta criticamente sobre esse diagnóstico para garantir que as conclusões de mercado façam sentido no nicho de sementes nativas.

## **Fase 2: Elaboração de Estratégia e Plano de Marketing**

*O Marketing desenha a estratégia; a Técnica garante a pertinência e viabilidade ecológica/técnica.*

- **Momento Consultoria de Marketing:**
  - **Ação/Produto:** Define Persona, Mercado e Posicionamento de Marca.
  - **Ação/Produto:** Cria a estratégia e o mix de marketing por produto e elabora o Plano de Marketing oficial.
- **Conexão 3 (Prova de Conceito):**
  - ➡ O **Marketing** desenha os roteiros e apresentações segmentadas para a Prova de Conceito.
  - ← A **Técnica RAD** apoia o agendamento, participa e valida tecnicamente essas apresentações para garantir a aderência do perfil de cliente ao serviço/produto real.
- **Conexão 4 (Validação do Plano):**
  - ➡ O **Marketing** finaliza as métricas, canais e estratégias do Plano.
  - ← A **Técnica RAD** entrega um relatório com aportes técnicos validando o Plano de Marketing quanto à pertinência dos produtos e aderência ao setor.

## **Fase 3: Execução e Implementação de Ferramentas**

*O Marketing fornece a estrutura, o visual e as ferramentas; a Técnica atua como força comercial usando essas ferramentas.*

- **Momento Consultoria de Marketing:**
  - **Ação/Produto:** Compara, escolhe e treina a equipe em ferramentas digitais/CRM para gestão do funil de vendas.
  - **Ação/Produto:** Elabora o design e a estrutura de catálogos, apresentações

(pitch), landing pages e mensagens publicitárias.

- **Conexão 5 (Materiais Publicitários):**
  - → O **Marketing** cria a roupagem e a estratégia persuasiva dos materiais.
  - ← A **Técnica RAD** realiza a revisão técnica final desses materiais (apresentações comerciais e catálogos) para garantir que não existam erros conceituais sobre sementes, muvuca ou normas.
- **Conexão 6 (Gestão de Leads e CRM):**
  - → O **Marketing** implementa o CRM, estabelece as rotinas e treina a equipe para comunicação orientada à conversão de leads.
  - ← A **Técnica RAD** passa a operar dentro desse sistema de forma integrada, realizando busca ativa, geração de propostas comerciais e captação de leads em sua rede pré-existente e setores-chave.

## VII – REQUISITOS NECESSÁRIOS

A consultoria deverá apresentar perfis de profissionais e experiências compatíveis com o objeto deste termo de referência, atendendo aos seguintes requisitos mínimos e desejáveis:

- Experiência em consultoria de marketing
- Experiência em consultoria de vendas B2B
- Desejável experiência em setores que recuperam passivos ambientais (celulose, mineração, carbono, transporte, geração e transmissão de energia, agricultura).
- Capacidade de relacionamento ético, colaboração e respeito aos modos de vida e conhecimentos de comunidades tradicionais e agricultores familiares.
- Capacidade de elaboração participativa com escuta atenta, zelo e clareza na comunicação.

## VIII- CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DAS PROPOSTAS

Será utilizado o seguinte peso de avaliação:

1. **Experiência Técnica (40%):** Histórico de trabalho de consultoria orientada à ativação de mercado e à transferência de conhecimento em marketing, de preferência nos setores-chave da recuperação ambiental.
2. **Metodologia (30%):** A proposta apresenta formas criativas e pragmáticas de chegar aos tomadores de decisão do setor da restauração, estudar o mercado, elaborar o plano de marketing e apoiar sua implementação. Comunicar-se periodicamente e entregar os produtos, materiais e relatórios conforme o cronograma e escopo.
3. **Equidade (15%):** Preferência a candidaturas de equipes que contemplem diversidade étnico-racial e de gênero (pessoas negras, indígenas, outros segmentos dos povos e comunidades tradicionais, mulheres, LGBTQIA+ e PCD - enviar CID).

4. **Preço/Custo-Benefício (15%):** A proposta financeira está coerente com a profundidade do estudo.

## IX – CONDIÇÕES PARA CONTRATAÇÃO

- **Modalidade:** Contrato de prestação de serviço para empresas (CNPJ).
- **Reuniões:** Presenciais e/ou remotas.
- **Prazo:** 10 meses a contar da assinatura do contrato.

Para concorrer ao Edital ou tirar dúvidas, enviar e-mail para [eduardomalta@socioambiental.org](mailto:eduardomalta@socioambiental.org) com cópia para [julianasilva@socioambiental.org](mailto:julianasilva@socioambiental.org), indicando no assunto da mensagem “**Contratação de Marketing Redário**” até o dia **20/07/2026** com a seguinte documentação:

- a) Portfólio da Empresa;
- b) Currículo resumido da equipe;
- c) Duas referências profissionais (nome, cargo, instituição, telefone e e-mail);
- d) Proposta técnica com orçamento físico-financeiro (máximo 5 páginas).

Após a primeira fase de seleção, apenas as empresas pré-selecionadas serão contatadas. O ISA entrará em contato por e-mail com os candidatos selecionados até o dia 30/07/2026.

Fique de olho no seu e-mail!