

Consultoria para elaboração de estratégia de comunicação para Programa Territórios da Floresta

Nº do Processo: MLIC26-12-G-018148-001-Estratégia Comunicação-10042274

Contexto: Em apoio ao compromisso do Brasil de alcançar o desmatamento zero até 2030, o Governo Federal vem fortalecendo instrumentos de prevenção, controle e ordenamento territorial, bem como iniciativas voltadas à conservação ambiental e à promoção dos direitos de povos e comunidades tradicionais. Nesse contexto, a cooperação técnica Brasil–Alemanha, por meio do Projeto Parcerias para Inovações para a Proteção da Floresta Tropical na Amazônia Brasileira – Fase 2, apoia o desenvolvimento e a implementação de medidas estratégicas para fortalecer políticas públicas ambientais e territoriais. Entre essas ações, destaca-se o apoio ao Programa Territórios da Floresta, iniciativa voltada à regularização fundiária de Povos e Comunidades Tradicionais em Florestas Públicas Federais Não Destinadas. Considerando a diversidade de públicos envolvidos, as especificidades socioterritoriais da Amazônia e os desafios relacionados ao acesso à informação e ao enfrentamento da desinformação, torna-se necessária a contratação de empresa especializada para elaborar a Estratégia de Comunicação do Programa, subsidiando sua implementação e fortalecendo a comunicação institucional junto aos diferentes públicos estratégicos.

Descrição das atividades: A empresa contratada será responsável pela elaboração da Estratégia de Comunicação do Programa Territórios da Floresta, contemplando as seguintes atividades:

1. Elaborar Plano de Trabalho contendo metodologia, cronograma e estratégia de execução da consultoria;
2. Planejar, moderar e sistematizar oficina participativa para levantamento de subsídios ao diagnóstico da comunicação do Programa;
3. Realizar diagnóstico da comunicação do Programa, incluindo pesquisa documental, benchmarking, escutas qualificadas, análise de mídia, riscos comunicacionais, desinformação e mapeamento de públicos estratégicos;
4. Elaborar a Estratégia de Comunicação do Programa, contemplando objetivos, segmentação de públicos, mensagens-chave, narrativa institucional, governança da comunicação e estratégias de enfrentamento à desinformação;
5. Elaborar Plano de Mídia, incluindo mapeamento de canais e veículos de comunicação, análise de hábitos de consumo de informação dos públicos prioritários e definição das estratégias de utilização dos diferentes meios de comunicação;
6. Elaborar Plano Operativo para implementação da estratégia, contemplando produtos prioritários, cronograma, indicadores de monitoramento, orçamento estimado e recomendações para gestão e acompanhamento da comunicação;
7. Consolidar todos os produtos em documento final contendo a Estratégia de Comunicação completa, versão executiva para tomadores de decisão e guia resumido de comunicação.

Carga horária de trabalho: 60 dias de trabalho efetivo para entrega dos produtos.

Período de execução: setembro de 2026 a junho de 2027.

Local: Brasil (remoto, com disponibilidade para participação em reuniões virtuais, presenciais e realização de atividades de campo, quando necessário).

Nesta manifestação, os proponentes ao trabalho deverão enviar: (i) confirmação de interesse; (ii) CNPJ pelo qual a proposta será submetida (não será possível submeter uma proposta com mais de um CNPJ); (iii) portfólio da empresa com uma lista de projetos de referência (máx. 10 projetos nos últimos 5 anos) considerando as qualificações solicitadas para a empresa e CV da equipe que irá compor a equipe de desenvolvimento do trabalho.

Qualificações: A empresa deverá possuir experiência comprovada em elaboração de estratégias de comunicação, planejamento institucional, comunicação pública ou comunicação para políticas públicas, preferencialmente relacionadas às áreas socioambiental, territorial ou de desenvolvimento sustentável. Será considerado diferencial possuir experiência em comunicação para povos e comunidades tradicionais, comunicação territorial, comunicação na Amazônia Legal, processos participativos, análise de mídia e enfrentamento à desinformação.

A equipe técnica deverá ser composta, no mínimo, por **2 (dois) especialistas**, com as seguintes qualificações:

- **Especialista 1 – Líder Técnico:** graduação em Comunicação Social, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda ou áreas afins; mínimo de 7 anos de experiência em

comunicação estratégica, comunicação para políticas públicas ou planejamento institucional; experiência em coordenação técnica de projetos, facilitação de oficinas e processos participativos, articulação institucional e elaboração de estratégias de comunicação.

- **Especialista 2 – Pesquisa e Inteligência em Comunicação:** graduação em Comunicação Social, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda ou áreas afins; mínimo de 5 anos de experiência em pesquisa aplicada, inteligência em comunicação, análise de mídia, diagnósticos de comunicação e formulação de estratégias para políticas públicas, projetos socioambientais ou de desenvolvimento territorial, incluindo experiência em mapeamento de públicos, análise de desinformação e monitoramento da comunicação.

Procedimento para Manifestação de Interesse: Os/as interessados/as deverão manifestar interesse enviando a documentação listada acima até às 23h59 do dia **05/08/2026** para br_quotation@giz.de , assunto: **[Manifestação de Interesse- MLIC26-12-G-018148-001-Estratégia Comunicação-10042274]**.

**Após a avaliação das manifestações de interesse, apenas os/as proponentes com perfil aderente serão convidados/as a apresentar as propostas técnicas e financeiras com base nos serviços descritos no TdR.*

CONFIDENTIAL

Nome do Projeto: Parcerias para Inovações 2

ID/Output: G-018148-001

Consultoria para elaboração de estratégia de comunicação para Programa Territórios da Floresta

1.	<u>Contexto</u>	2
2.	<u>Atividades a serem executadas pelo contratado</u>	2
3.	<u>Proposta Técnica</u>	3
	<u>Conceito técnico-metodológico</u>	3
	<u>Gestão do projeto pelo contratado (1.6)</u>	4
	<u>Requisitos adicionais (1.7)</u>	4
4.	<u>Proposta de pessoal</u>	6
	<u>Líder de equipe</u>	7
	<u>Especialista-chave 1</u>	7
	<u>Banco de especialistas de curto prazo com mínimo de e máximo de membros</u>	8
5.	<u>Requisitos de custos</u>	7
	<u>Alocação de pessoal e despesas de viagem</u>	7
	<u>Aspectos de sustentabilidade para viagens</u>	7
	<u>Workshops, eventos e treinamentos</u>	10
6.	<u>Requisitos quanto ao formato da proposta</u>	10
7.	<u>Cláusula Opção</u>	11
	<u>Tipo e escopo</u>	11
	<u>Requisitos</u>	11
	<u>Requisitos quantitativos para os serviços adicionais</u>	12
	<u>Requisitos sobre o formato da proposta para a opção</u>	14
8.	<u>Processamento terceirizado de dados pessoais</u>	14
9.	<u>Anexos</u>	15

I. Contexto

1. Breves informações sobre o projeto

No cenário global de mitigação à mudança do clima, o Brasil tem grande protagonismo em razão dos compromissos assumidos para reduzir a taxa de desmatamento na Amazônia, nos setores de mudança de uso da terra e agropecuária, energia e recuperação de áreas degradadas, conforme definido em sua meta NDC.

Nesse contexto, o Brasil desenvolveu uma forte estrutura política e dispõe de arcabouço legal robusto para promover o desenvolvimento sustentável e a proteção de suas florestas e demais formas de vegetação nativa, incluindo: a Constituição

Federal (sobretudo em seu artigo 225); a Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/1981), a Política Nacional de Recursos Hídricos (Lei nº 9.433/1997), a Lei de Gestão de Florestas Públicas (Lei nº 11.284/2006), a Política Nacional sobre Mudança do Clima (Lei nº 12.187/2009); a Lei de Proteção da Vegetação Nativa – “Código Florestal” (Lei nº 12.651/2012), o Programa Floresta+ (Portaria MMA nº 288/2020), a Política Nacional de Pagamentos por Serviços Ambientais (Lei nº 14.119/2021) e os Planos de Ação para Prevenção e Controle do Desmatamento nos diferentes biomas brasileiros (Decreto nº 11.367/2023), entre outras.

Esse conjunto normativo e institucional foi decisivo para a expressiva redução das taxas de desmatamento observada a partir da segunda metade da década de 2000, quando comparadas aos níveis críticos registrados no início daquele período. Ainda assim, o compromisso nacional de alcançar o desmatamento zero até 2030 e de conservar a vegetação nativa permanece como um desafio estrutural, considerando a dimensão territorial do país, as desigualdades socioeconômicas regionais e a necessidade de conciliar a proteção ambiental com estratégias de desenvolvimento econômico inclusivo, baseadas na produção sustentável, na valorização dos territórios e no fortalecimento da bioeconomia amazônica.

Nesse cenário, o projeto de cooperação internacional **“Parcerias para Inovações para a Proteção da Floresta Tropical na Amazônia Brasileira – Fase 2”** tem como objetivo fortalecer a implementação de políticas públicas voltadas ao controle do desmatamento e à promoção do uso sustentável da floresta, por meio do apoio a iniciativas estratégicas junto às instituições competentes. O projeto promove essas medidas estratégicas ou inovadoras com potencial de tornar as políticas públicas e os órgãos responsáveis mais eficientes, e assim melhorar a proteção do bioma Amazônico.

2. Contexto

No âmbito do desafio do compromisso do governo federal de alcançar o desmatamento zero em todos os biomas até 2030, as Florestas Públicas Federais Não-Destinadas (FPFND) possuem um papel chave. São aproximadamente 21 milhões de hectares em terras federais com potencial para destinação, principalmente focando em categorias fundiárias de caráter socioambiental, a exemplo das Unidades de Conservação, Terras Indígenas, Territórios Quilombolas e de outros povos e comunidades tradicionais (PCTs).

Considerando os desafios do processo de criação das categorias fundiárias que atendem as demandas dos PCTs, como as Unidades de Conservação de Uso Sustentável das categorias Reservas Extrativistas (RESEX) e Reservas de Desenvolvimento Sustentável (RDS), os Territórios Quilombolas e os Projetos de Assentamento Ambientalmente Diferenciados, o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA), conjuntamente com o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), está envidando esforços para implementar uma nova estratégia de destinação com vistas à regularização fundiária de territórios de PCTs.

Tal estratégia de destinação foi estabelecida no artigo 15 do Decreto nº 12.046/2024, que regulamenta a Lei nº 11.284/2006, que dispõe sobre a gestão de florestas públicas para a produção sustentável. Nele, é previsto que o MMA e o MDA poderão celebrar Contratos de Concessão de Direito Real de Uso (CCDRU) com PCTs localizados em áreas de FPFND. Na sequência, foi publicada a Portaria MMA/MDA nº 1.309, de 04 de fevereiro de 2025, que define os procedimentos administrativos para reconhecer e regularizar o uso e ocupação de PCTs por meio do instrumento de CCDRU.

A partir desse marco normativo, essa estratégia de regularização fundiária – que também visa a proteção ambiental e o uso sustentável – foi consolidada como o Programa Territórios da Floresta. A partir de um processo administrativo instruído com documentos e peças técnicas que sustentem a existência de uso e ocupação tradicional em FPFND, o MMA e MDA podem reconhecer e regularizar a situação de PCTs que ocupam e usam essas áreas não destinadas. O CCDRU é coletivo, inalienável e de prazo indeterminado, reconhecendo assim os modos próprios dos PCTS de ocupar, usar, manejar, produzir, cuidar e se reproduzir socialmente em seus territórios. Dessa forma, o Programa visa contribuir diretamente para o controle do desmatamento, a redução de grilagem de terras e para o ordenamento ambiental territorial nas áreas de FPFND.

Dado o caráter de política ambiental, de regularização fundiária e de desenvolvimento sustentável de PCTs, o Programa agrega uma complexidade inerente.

Em outras palavras, considerando o histórico de conflitos fundiários, disputas narrativas sobre a destinação de florestas públicas e a circulação de informações distorcidas sobre políticas ambientais, a estratégia de comunicação deverá incorporar uma abordagem preventiva e responsiva a controvérsias, com foco em transparência, evidências e legitimidade social.

Neste cenário, o Projeto Parceria para Inovações – fase 2 visa apoiar a primeira estratégia integrada de comunicação do Programa Territórios da Floresta.

II. Atividades a serem executadas pelo contratado

O contratado deverá prestar os seguintes serviços:

O principal objetivo da contratação é a elaboração da estratégia de comunicação que será a base para execução de medidas e produtos de comunicação voltados para os diferentes públicos-alvo do Programa.

Como resultado, espera-se promover a visibilidade, engajamento, apropriação social e institucional do Programa Territórios da Floresta como política pública para proteção da floresta e fortalecimento de territórios tradicionais. Mais especificamente, a estratégia de comunicação deve visar os seguintes resultados específicos:

- *Visibilidade nacional e regional do Programa;*
- *Apropriação do Programa por instâncias locais e institucionais;*
- *Protagonismo dos povos e comunidades tradicionais;*
- *Maior engajamento de parceiros federais, estaduais, municipais e da sociedade civil;*
- *Comunicação mais clara e acessível sobre ações, resultados e benefícios do Programa;*
- *Combate à desinformação associada ao Programa, bem como diretrizes para comunicação em contextos de conflito socioambiental.*

As atividades a seguir listadas constituem requisitos mínimos a compor a contratação. Porém, por ocasião da definição do plano de trabalho, a empresa de consultoria poderá propor outras atividades que entender pertinentes e/ou necessárias, em alinhamento com a equipe técnica do MMA, MDA e GIZ.

Todo o trabalho deverá considerar formatos e linguagem adequadas – linguagem inclusiva e acessível, não tecnicista, não sexista, considerar acessibilidade digital e representatividade de gênero e racial nas peças visuais e audiovisuais.

Orientações Gerais para a contratada:

- 4.1** Realizar reuniões, virtuais ou presenciais, com a equipe de acompanhamento da consultoria, que será formada por profissionais do MMA, MDA e GIZ, para acordar o desenvolvimento dos trabalhos, alinhar as estratégias e acompanhar as atividades demandadas por este termo de referência.
- 4.2** Participar de reuniões, virtuais ou presenciais, de articulação, alinhamento ou discussão que sejam relevantes ao processo, conforme indicação da equipe de acompanhamento da consultoria.

4.3 Análise inicial e Plano de Trabalho (Produto 1)

- Apresentar Plano de Trabalho contendo, no mínimo, a seguinte estrutura: contextualização, atividades e etapas previstas, metodologias de trabalho e cronograma de execução do contrato. Este documento deverá prever todos os passos e recursos necessários para que a entrega dos serviços e produtos previstos em contrato seja realizada de forma completa e nos prazos estabelecidos.
- O Plano de Trabalho deve considerar a execução das seguintes etapas mínimas:
 - a. Diagnóstico inicial da comunicação do Programa Territórios da Floresta, incluindo análise de iniciativas similares, percepção institucional e social e lacunas de informação;
 - b. Realização de oficina para coleta de subsídios para o diagnóstico inicial da comunicação do Programa;
 - c. Mapeamento e segmentação de públicos estratégicos;
 - d. Identificação das necessidades informacionais, expectativas, níveis de letramento institucional e canais preferenciais de cada público;
 - e. Construção de mensagens-chave por público-alvo, alinhadas aos objetivos do Programa;
 - f. Definição de narrativa institucional unificada, com adaptação conforme o público-alvo;
 - g. Mapeamento e seleção de canais e veículos de comunicação, incluindo canais institucionais, comunitários, eventos técnicos e plataformas digitais;
 - h. Definição do mix de produtos de comunicação focado nos diferentes públicos.
- O Plano de Trabalho deverá prever metodologia de escuta territorial qualificada, incluindo a realização de interações com atores locais em pelo menos dois contextos territoriais distintos (Acre e Amazonas), de modo a subsidiar o diagnóstico com evidências empíricas sobre dinâmicas comunicacionais locais.
- Durante a construção do plano de comunicação, a contratada deverá prever a utilização de metodologias que se adequem à realidade e necessidade da equipe de acompanhamento do MMA e MDA para coletar os subsídios técnicos necessários.
- Além das reuniões elencadas em 4.1, a equipe de acompanhamento disponibilizará documentos sobre o Programa para subsidiar o entendimento

do contexto do Programa pela contratada, de forma a embasar a análise inicial e elaboração do plano de trabalho.

- Além dos subsídios acima, cabe à contratada realizar levantamento das informações que julgar necessárias para embasar a elaboração do plano de trabalho.
- Os fluxos internos, plataformas digitais, regras internas do MMA, do MDA e do Governo Federal deverão ser considerados em todo o processo.

4.4 Planejamento, moderação e sistematização de Oficina de Discussão (Produto 2):

- Planejar uma oficina juntamente com a equipe de acompanhamento da consultoria de forma a colher subsídios para a diagnóstico da comunicação do programa e elaboração do diagnóstico e da estratégia de comunicação.
- Realizar reuniões de alinhamento com a equipe de acompanhamento para definir objetivo, metodologia, participantes e resultados esperados.
- Elaborar documento norteador com proposta de objetivo, metodologia, atividades e programação para a oficina, incluindo lista de materiais necessários.
- Elaborar materiais de execução e apoio das atividades da oficina.
- Elaborar relatoria da oficina visando a coleta de informações e subsídios para o desenvolvimento do diagnóstico inicial da comunicação do Programa.
- Local e infraestrutura da oficina (p. ex. mala de moderação e painéis) serão de responsabilidade da equipe de acompanhamento.

4.5 Diagnóstico inicial da comunicação do Programa Territórios da Floresta (Produto 3)

- A contratada deve realizar um diagnóstico da situação atual da comunicação do Programa, incluindo i) análise de riscos comunicacionais e narrativas críticas associadas ao Programa, ii) identificação de fluxos de desinformação e atores relevantes associados, iii) análise comparativa de experiências similares em políticas públicas com componentes fundiários, ambientais e/ou voltadas a povos e comunidades tradicionais e iv) análise das especificidades territoriais do Programa (incluindo acesso a canais de comunicação, presença de mídias comunitárias e dinâmicas de circulação de informação associados à questão fundiária, complementando o item ii).
- O diagnóstico deve ser executado a partir de metodologia definida pela contratada, podendo incluir levantamento bibliográfico, entrevistas, pesquisa documental, entre outras.
- Como subsídio para as análises elencadas em (i), (ii) e (iv), a contratada deverá realizar escutas qualificadas junto a atores locais em pelo menos dois contextos territoriais de atuação do programa (Acre e Amazonas), presencialmente e virtualmente, considerando especificidades socioculturais, linguísticas e institucionais e permitindo a identificação de diferenças regionais de acesso à informação. Os atores locais poderão ser indicados pela equipe de acompanhamento.

- O diagnóstico deverá obrigatoriamente considerar os resultados da oficina (Produto 2) sistematizados na relatoria.
- Além das reuniões elencadas em 4.1 e 4.2, a equipe de acompanhamento disponibilizará documentos sobre o Programa para subsidiar o entendimento da situação atual da comunicação pela contratada, de forma a embasar o diagnóstico.
- O diagnóstico servirá de linha de base para apoiar o desenvolvimento da estratégia de comunicação.

4.6 Elaboração da estratégia de comunicação do Programa Territórios da Floresta (Produto 4)

- Elaborar os objetivos (geral e específicos) de comunicação para o Programa.
- Mapear atores e públicos-alvo estratégicos para o Programa, a princípio elencados como: i) públicos institucionais (gestores públicos federais, estaduais e municipais); ii) públicos técnicos (servidores, pesquisadores, operadores do sistema); iii) públicos sociais (povos e comunidades tradicionais, organizações representativas, lideranças locais); iv) parceiros estratégicos (sociedade civil, cooperação internacional, setor acadêmico) e v) público geral.
- A definição e segmentação dos públicos-alvo estratégicos do Programa deverão ser propostos pela contratada, em alinhamento com a equipe de acompanhamento, a partir de metodologia definida pela contratada e resultados obtidos durante o diagnóstico.
- Identificar as necessidades informacionais, expectativas, níveis de letramento institucional e canais preferenciais de cada público mapeado, em relação ao Programa.
- Definir a mensagem-chave institucional do Programa, com adaptação de linguagem e formato conforme o público-alvo mapeado.
- Definir características dos públicos-alvo prioritários, considerando variáveis, como: perfil, localização geográfica, mensagens-chave, tom de voz, orientações de linguagem, relação com o Programa, objetivo da comunicação, entre outras.
 - a) Construir mensagens-chave por público-alvo prioritário, que sejam alinhadas aos objetivos do Programa, destacando, a princípio: i) seus benefícios; ii) instrumentos; iii) compromissos socioambientais e iv) contribuição para o combate ao desmatamento e a promoção de direitos. Importante considerar a relação do Programa com temas como conservação da biodiversidade, mudança do clima, bioeconomia, povos e comunidades tradicionais, gênero, entre outros.
- A estratégia deverá incluir componente específico de gestão da desinformação, contemplando, no mínimo, i) mapeamento de atores e narrativas associados à desinformação, e ii) estratégias de antecipação de fake news.
- A estratégia de comunicação deverá sugerir recomendações estratégicas para governança da comunicação do programa.

- A estratégia deve prever a necessidade ou indicação de validação de conteúdos com públicos estratégicos, especialmente junto aos povos e comunidades tradicionais.

4.7 Plano de mídia (Produto 5)

- Mapeamento de canais e veículos de comunicação relevantes para o Programa Territórios da Floresta, incluindo, a princípio: i) canais institucionais (sites, portais governamentais, redes sociais oficiais); ii) canais comunitários (rádios locais, encontros presenciais, materiais impressos); iii) eventos técnicos e plataformas digitais. Considerar as categorias de mídia: owned media (mídia própria), paid media (mídia paga), earned media (mídia conquistada), managed media (mídia gerenciada), entre outras.
- Análise de mídia: levantar perfis de hábitos de comunicação dos públicos-alvo prioritários, incluindo, por exemplo – principais canais e veículos de comunicação (digitais e não digitais), eventos e revistas relevantes, redes sociais mais atuantes na temática, entre outros. Identificar canais e atores confiáveis e legítimos para compartilhamento de informação sobre o Programa, em especial para enfrentamento à desinformação. Prever detalhamento de formatos acessíveis e adequados a contextos de baixa conectividade.
- A partir dos itens anteriores, elaborar plano estratégico de mídia para o Programa, identificando a relação entre públicos-alvo prioritários e canais de comunicação mapeados com o objetivo de determinar o potencial de cada canal em influenciar os público-alvo.

4.8 Elaboração do Plano Operativo (Produto 6)

- Definir principais produtos de comunicação para a estratégia a partir dos objetivos propostos e dos perfis dos públicos-alvo prioritários. Apresentar descrição técnica detalhada de cada produto, principais atividades, tipo de contratação recomendada, orçamento previsto e públicos-alvo do produto. Destacar produtos prioritários de maior impacto para a estratégia de comunicação de modo que, em caso de execução somente desta categoria de produtos, a comunicação estratégica se mantenha coesa e os objetivos alcançáveis. Considerar conteúdos que precisam ser produzidos, incluindo lista de temas que precisarão de material audiovisual.
- O plano operativo deve prever produtos relacionados com o componente de gestão da desinformação, tais como, mas não restritos a: i) matriz de riscos comunicacionais, ii) plano de gestão de crises, iii) guia de respostas a perguntas sensíveis (Q&A).
- Propor monitoramento da estratégia a partir de indicadores SMART (específico, mensurável, atingível, relevante, temporal) e valores-alvo para cada indicador, além de outras metodologias, como análise de percepção pública, acompanhamento de confiança institucional e uso de ferramentas como análise de mídia regional.

- Elaborar documento executivo de implementação dos produtos e descrição das atividades para implementação da estratégia de comunicação com cronograma de implementação (diagrama de Gantt), contendo os elementos dos dois pontos desta seção 4.8.

4.9 Estratégia de comunicação compilada (Produto 7)

- Elaborar documento reunindo todos os resultados dos serviços e produtos desenvolvidos para a proposição da estratégia de comunicação.
- Incluir capítulo com orientações para prestadores de serviços que venham a executar os serviços e/ou criar os produtos de comunicação listados no plano operativo. O capítulo deve conter exemplos de aplicação dos diversos tipos de produtos, descrições de regras de uso de marcas, identidade visual, mensagens, frases corporativas, etc. A compreensão das orientações do capítulo deve ser possível independentemente da consulta à estratégia de comunicação completa.
- A estratégia compilada deve incluir, também uma versão executiva para tomadores de decisão.

Produtos/Entregáveis	Dias de trabalho	Formato/ Especificações	Data de entrega
Produto 1 – Plano de Trabalho, conforme atividade 4.3.	5	Documento em formato digital (.doc, .pdf), incluindo material para apresentação (.ppt).	15/09/2026
Produto 2 – Planejamento, moderação e sistematização de Oficina de Discussão, conforme atividade 4.4.	5	Documento em formato digital (.doc, .pdf), incluindo material para apresentação (.ppt).	15/10/2026
Produto 3 – Diagnóstico inicial da comunicação do Programa Territórios da Floresta, conforme atividade 4.5.	14	Documento em formato digital (.doc, .pdf), incluindo material para apresentação (.ppt).	30/11/2026
Produto 4 – Estratégia de Comunicação do Programa Territórios da Floresta, conforme atividade 4.6.	20	Documento em formato digital (.doc, .pdf), incluindo material para apresentação (.ppt).	31/01/2027
Produto 5 – Plano de mídia (mapeamento de canais, análise e plano de mídia), conforme atividade 4.7.	6	Documento em formato digital (.doc, .pdf), incluindo material para apresentação (.ppt).	15/03/2027
Produto 6 – Plano Operativo, conforme atividade 4.8.	5	Documento em formato digital (.doc, .pdf, excel), incluindo material para apresentação (.ppt).	30/04/2027

Produto 7 – Estratégia de Comunicação compilada, com guia de comunicação resumido	5	Documento em formato digital (.doc, .pdf), incluindo material para apresentação (.ppt).	15/06/2027
Total	60	-	-

Período de execução: de 01/09/26 a 30/06/27.

Os produtos deverão ser apresentados com capa de identificação contendo as seguintes informações: nome do/a consultor/a ou da empresa em caso de pessoa jurídica, título da consultoria, número do contrato, número e nome dos produtos.

Solicitamos que a contratada inclua na capa de cada produto entregue o seguinte disclaimer:

“Este trabalho é desenvolvido no contexto do projeto “Parcerias para Inovações para a Proteção da Floresta Tropical na Amazônia Brasileira”. O projeto é implementado em cooperação pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima do Brasil e a Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, com apoio do Ministério Federal para a Cooperação Econômica e o Desenvolvimento (BMZ), no âmbito da cooperação Brasil-Alemanha para o Desenvolvimento Sustentável”.

Os produtos deverão ser entregues em versão preliminar digital para avaliação prévia da GIZ e das equipes do MMA e MDA. Após a manifestação, a contratada deverá apresentar a versão final, onde deverão ser atendidas as recomendações que venham a ser solicitadas para o aprimoramento do produto. A entrega do produto seguinte deve acontecer após a aprovação da versão final do produto anterior.

A versão final dos produtos deverá ser entregue em meio digital, nos formatos especificados na tabela de produtos. Todas as fontes de consulta, gráficos, imagens ou fotografias deverão ser citadas na bibliografia, que deverá seguir as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Os quadros, se houver, deverão especificar as fontes dos dados apresentados.

III. Qualificações da equipe proposta

O proponente deverá indicar profissionais para os cargos especificados aqui, descrevendo suas áreas de responsabilidade e qualificações com base nos respectivos currículos (CVs). As qualificações especificadas abaixo representam os requisitos necessários para alcançar a pontuação máxima na avaliação técnica. As qualificações especificadas abaixo representam os requisitos para alcançar o número máximo de pontos na avaliação técnica.

1. Especialista 1

Atividades do especialista 1

- Coordenar tecnicamente a execução da consultoria e a elaboração dos produtos;
- Conduzir a oficina participativa e os processos de alinhamento com a equipe de acompanhamento;
- Coordenar a elaboração da Estratégia de Comunicação e das recomendações de governança;

- Articular com as equipes do MMA, MDA, GIZ e demais atores envolvidos;
- Consolidar e validar tecnicamente os produtos da consultoria.

Qualificações do especialista 1

- Formação/educação (1.1.1): Diploma de graduação em Comunicação Social, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda ou áreas afins.
- Experiência profissional geral (1.1.2): Mínimo de 7 anos de experiência profissional em comunicação estratégica, comunicação de política pública, planejamento institucional ou áreas correlatas.
- Experiência profissional específica (1.1.3): Experiência em condução de processos participativos, facilitação de oficinas e articulação institucional com órgãos públicos e parceiros.
- Experiência em liderança/gestão (1.1.4): Mínimo de 3 anos de experiência na coordenação técnica de projetos, equipes ou consultorias na área de comunicação.
- Experiência regional (1.1.5): Mínimo de 3 anos de experiência em projetos desenvolvidos no Brasil, preferencialmente na Amazônia Legal ou em iniciativas relacionadas à conservação ambiental, povos e comunidades tradicionais, desenvolvimento sustentável ou políticas públicas.

2. Especialista 2

Atividades do especialista 2

- Elaborar o diagnóstico de comunicação e realizar pesquisas e análises técnicas;
- Conduzir análises de mídia, desinformação e mapeamento de públicos;
- Elaborar o Plano de Mídia e propor indicadores de monitoramento da estratégia.

Qualificações do especialista 2

- Formação/educação (1.2.1): Diploma de graduação em Comunicação Social, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda ou áreas afins.
- Experiência profissional geral (1.2.2): Mínimo de 5 anos de experiência profissional em pesquisa, inteligência em comunicação, análise de mídia, comunicação estratégica ou áreas correlatas.
- Experiência profissional específica (1.2.3): Mínimo de 3 anos de experiência na elaboração de diagnósticos de comunicação, monitoramento da informação, mapeamento de públicos, análise de desinformação e formulação de estratégias de comunicação para políticas públicas, projetos socioambientais ou de desenvolvimento territorial.
- Experiência regional (1.2.4): Mínimo de 3 anos de experiência ou 3 projetos em projetos desenvolvidos no Brasil, preferencialmente na Amazônia Legal, com conhecimento sobre comunicação em contextos territoriais, povos e comunidades tradicionais e desenvolvimento sustentável.

IV. Requisitos de custos

Alocação de pessoal e despesas de viagem

As diárias de alimentação, hospedagem e transporte local podem ser reembolsadas como um valor global até os valores definidos nas Diretrizes de Viagens da GIZ (documento anexo ao convite). As despesas de hospedagem serão reembolsadas conforme especificado na descrição de insumos na tabela abaixo.

Todas as atividades de viagem devem ser acordadas previamente com o membro da equipe responsável pelo projeto.

Aspectos de sustentabilidade para viagens

A GIZ assumiu o compromisso de reduzir as emissões de gases de efeito estufa (emissões de CO₂) causadas por viagens. Ao preparar sua proposta, inclua opções para reduzir as emissões, como a seleção da classe de reserva com menor emissão (econômica) e o uso de meios de transporte, companhias aéreas e rotas com maior eficiência de CO₂. Para curtas distâncias, deve-se priorizar os deslocamentos terrestres ou mobilidade elétrica.

As emissões de CO₂ causadas por viagens aéreas devem ser compensadas. A GIZ define um orçamento para isso, por meio do qual as compensações de carbono podem ser liquidadas mediante comprovação.

Existem diversos fornecedores de certificados de emissão no mercado, com diferentes níveis de impacto climático. A [Development and Climate Alliance](#) (Aliança para Desenvolvimento e Clima) publicou uma [lista de padrões](#) (apenas em alemão). A GIZ recomenda a utilização dos padrões especificados nessa lista.

Especificação dos insumos

Dias de honorários	Número de especialistas	Número de dias por especialista	Comentários
Especialista 1	1	40	
Especialista 2	1	20	
Despesas de viagem	Número de especialistas	Número de dias/noites por especialista	Comentários
Diárias de alimentação no país de destino	1	4	Cruzeiro do Sul/AC
Diária de hospedagem no país de destino	1	4	Hospedagens Obs: Mediante comprovação, as diárias de hospedagem podem ser reembolsadas em até 100% dos valores fixos especificados nas Diretrizes de Viagem da GIZ..

			Obs: diárias de hospedagem de até BRL 500 podem ser reembolsadas mediante comprovação. A hospedagem com valor global limita-se a BRL 350. Por favor, indique na proposta financeira se os seus custos de viagem são baseados em pagamento por valor global ou em reembolso mediante comprovação. BSB
Diária de hospedagem no país de destino	1	4	Cruzeiro do Sul/AC
Custos de viagem (veículo particular, transporte terrestre, barco, veículo alugado)	1	4	Para mais detalhes consulte as Diretrizes de Viagem.
Outros custos de viagem <i>Por favor, detalhe quaisquer custos a serem reembolsados.</i>			por exemplo: custos de visto.
Voos	Número de especialistas	Número de voos por especialista	Comentários
Origem – Rio Branco – Origem	1	2	

Calcule sua proposta financeira exatamente de acordo com os requisitos quantitativos da especificação de insumos acima. Não há direito contratual de utilizar integralmente todos os dias de trabalho/viagens/workshops ou orçamentos. O número de dias, viagens, workshops e os orçamentos será acordado contratualmente como **valores máximos**. As regras de precificação estão contidas na proposta financeira.

Não deverão ser incluídos na proposta financeira os custos referentes à oficina de diagnóstico, uma vez que essas despesas serão custeadas diretamente pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA).

V. Proposta Técnica

A proposta deve indicar como os serviços descritos na Seção I.4 (Atividades) serão prestados. Deve-se fazer referência aos seguintes critérios:

- 2.1 Clareza, consistência e detalhamento da metodologia proposta.
- 2.2 Objetividade, viabilidade e adequação da metodologia às atividades e aos produtos previstos.
- 2.3 Experiência com políticas públicas relacionadas à conservação ambiental, mudanças do uso da terra, mudanças climáticas ou desenvolvimento sustentável.

- 2.5 Experiência com o bioma Amazônico

VI. Requisitos relativos ao formato da proposta

A estrutura da proposta deve corresponder à estrutura dos TdR. Em particular, a estrutura detalhada da proposta técnica (Capítulo 3) deve ser organizada de acordo com os critérios com ponderação positiva na SATO (não com valor zero). A proposta deve ser legível (tamanho de fonte 11 ou maior) e redigida de forma clara. Deve ser elaborada em português.

A proposta completa não deve exceder 5 páginas (excluindo os currículos). Caso um dos limites máximos de páginas seja ultrapassado, o conteúdo que aparecer após o ponto de corte não será considerado na avaliação. Conteúdos externos (por exemplo, links para sites) também não serão considerados. O CV apresentado por cada especialista pode ter um máximo de quatro páginas. A proposta não deve exceder cinco páginas.

Por favor, elabore sua proposta financeira exatamente com base nos parâmetros especificados no Capítulo 5 – Requisitos de custos. O contratado não tem direito contratual de utilizar integralmente os dias, viagens, workshops ou orçamentos. O número de dias, viagens e workshops, bem como os orçamentos, serão acordados contratualmente como limites máximos. As especificações de precificação estão definidas na Proposta Financeira.

VII. Pagamento (Aprovação)

Os pagamentos serão efetuados após a assinatura do contrato e a aprovação dos produtos. O processo de revisão e aprovação técnica compreende a avaliação pela equipe de acompanhamento do contrato, com registro da aprovação pela equipe da GIZ.

Após a indicação de aprovação, deverão ser observados os procedimentos estabelecidos pela GIZ.

A aprovação final dos produtos, bem como a autorização para pagamento, é de responsabilidade da AV do projeto.

Os custos de viagem serão reembolsados com a apresentação dos comprovantes de despesas, conforme diretrizes da GIZ a serem informadas no contrato.

VIII. Confidencialidade e Ética

O proponente compromete-se a fornecer os bens e serviços abrangidos por este processo de acordo com os mais elevados padrões de conduta ética e integridade profissional, considerando devidamente a natureza e a finalidade dos serviços atribuídos.

O proponente deverá igualmente assegurar que todos os produtos entregues sejam da mais alta qualidade, constituam trabalho original e incluam as referências adequadas, quando aplicável, a fim de garantir a rastreabilidade das fontes e assegurar que os produtos estejam em conformidade com a ciência, as normas técnicas e as melhores práticas profissionais. O proponente compromete-se ainda a declarar, quando aplicável, a utilização de ferramentas de inteligência artificial e a forma como tais ferramentas foram utilizadas no âmbito do contrato.

A parte contratada não deverá divulgar a qualquer pessoa, governo ou entidade externa aos participantes deste processo quaisquer produtos intermediários ou resultados, nem compartilhar informações não publicadas das quais venha a ter conhecimento em razão de suas atribuições, salvo mediante autorização prévia das partes contratantes.

Todas as informações às quais o proponente tenha acesso durante a execução dos bens e/ou serviços contratados deverão ser mantidas sob o mais estrito sigilo. O proponente deverá abster-se de divulgar tais informações, direta ou indiretamente, por meio de terceiros, ficando especificamente obrigado a:

- a. Proteger adequadamente as informações e manter seu caráter confidencial;
- b. Utilizar as informações confidenciais exclusivamente para o cumprimento de suas obrigações contratuais; e
- c. Reproduzir as informações confidenciais apenas na medida necessária para o cumprimento de suas obrigações, e mediante prévia coordenação com a autoridade contratante.

Sistema de Avaliação pós Manifestação de Interesse (MI)

Avaliação comercial e técnica para participação de processo de licitação pós manifestação de interesse

Nome do Responsável pela Avaliação (Projeto ou Parceiro)		Nome do Projeto/País:				Número do Projeto:				Data:	
		Parcerias para Inovações para a Proteção da Floresta Tropical na Amazônia Brasileira - Fase 2				G-018148-001					
		Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3		Empresa 4		Empresa 5	
		Documentos enviados		Documentos enviados		Documentos enviados		Documentos enviados		Documentos enviados	
		Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
I. Avaliação Comercial											
1. Lista de Projetos de Referência (máx. 10 projetos nos últimos 5 anos)											
2. Avaliação comercial com base no volume de negócios e empresa de dados											
3. Documentação Técnica da Empresa											
4. Registro Comercial											
I. Avaliação Técnica											
	em %	pontos	avaliação	pontos	avaliação	pontos	avaliação	pontos	avaliação	pontos	avaliação
	Critério (1)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)	(máx. 10)	(2)x(3)
	(2)	(3)	(4)	(3)	(4)	(3)	(4)	(3)	(4)	(3)	(4)
1. Experiência técnica/regional da empresa											
1.1 Experiência da empresa na elaboração e implementação de estratégias e planos de comunicação institucional, governamental ou para projetos de desenvolvimento.		20	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2 Experiência comprovada em projetos executados na Amazônia Legal, envolvendo instituições públicas, comunidades locais, povos indígenas ou organizações da sociedade civil.		15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total		35	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Outras experiências da empresa											
- Experiência em comunicação voltada à implementação, divulgação ou fortalecimento de políticas públicas ambientais, climáticas, florestais ou de conservação da biodiversidade.		20	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Experiência em planejamento estratégico de comunicação, campanhas, gestão de imagem institucional, relacionamento com stakeholders e produção de conteúdos estratégicos.		15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total		35	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. Recursos humanos da empresa (informações gerais)											
3.1 Especialista 1 – Especialista 0 em Comunicação Estratégica		15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3.2 Especialista 2 - Pesquisa e Inteligência em Comunicação		15	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total		30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Geral		100	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Colocação											
4. Vantagens/Riscos especiais											
Colocação											

Somente deverão ser convidadas candidatas com pontuação superior a 500!

Data, Assinatura

Sistema de avaliação técnica de licitações para contratos (CV, conceito + preço)

CONFIDENTIAL



Programa / Cluster AV	Biosfera	Nome do Projeto	Parcerias para Inovações para a Proteção da Floresta Tropical na Amazônia Brasileira - Fase 2								Data ID	G-018148-001	
Avaliadores (min 2 da GIZ):											Output	1	
Avaliador/a 1:													
Avaliador/a 2 (princípio dos 4 olhos):													
Todos os valores em:	BRL										N° do processo	10042274	

(1) Critérios	(2) Peso em %	Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3		Empresa 4		Empresa 5		Empresa 6	
		(3) Pontos (max.10)	(4) Avaliação (2)x(3)	(3) Pontos (max.10)	(4) Avaliação (2)x(3)	(3) Pontos (max.10)	(4) Avaliação (2)x(3)	(3) Pontos (max.10)	(4) Avaliação (2)x(3)	(3) Pontos (max.10)	(4) Avaliação (2)x(3)	(3) Pontos (max.10)	(4) Avaliação (2)x(3)
1. Qualificações dos candidatos (de acordo com as regras e critérios dos Termos de Referência)													
1.1 Especialista 1													
1.1.1 Formação/educação: Diploma de graduação em Comunicação Social, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda ou áreas afins.	5												
1.1.2 Experiência profissional geral: Mínimo de 7 anos de experiência profissional em comunicação estratégica, comunicação de política pública, planejamento institucional ou áreas correlatas	10												
1.1.3 Experiência profissional específica: Experiência em condução de processos participativos, facilitação de oficinas e articulação institucional com órgãos públicos e parceiros	8												
1.1.4 Experiência em liderança/gestão: Mínimo de 3 anos de experiência na coordenação técnica de projetos, equipes ou consultorias na área de comunicação	5												
1.1.5 Experiência regional: Mínimo de 3 anos de experiência em projetos desenvolvidos no Brasil, preferencialmente na Amazônia Legal ou em iniciativas relacionadas à conservação ambiental, povos e comunidades tradicionais, desenvolvimento sustentável ou políticas públicas.	6												
Subtotal 1.1	34												
1.2 Especialista 2													
1.2.1 Formação/educação: Diploma de graduação em Comunicação Social, Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda ou áreas afins.	5												
1.2.2 Experiência profissional geral: Mínimo de 5 anos de experiência profissional em pesquisa, inteligência em comunicação, análise de mídia, comunicação estratégica ou áreas correlatas.	10												
1.2.3 Experiência profissional específica: Mínimo de 3 anos de experiência na elaboração de diagnósticos de comunicação, monitoramento da informação, mapeamento de públicos, análise de desinformação e formulação de estratégias de comunicação para políticas públicas, projetos socioambientais ou de desenvolvimento territorial.	5												
1.2.4 Experiência regional: Mínimo de 3 anos de experiência ou 3 projetos em projetos desenvolvidos no Brasil, preferencialmente na Amazônia Legal, com conhecimento sobre comunicação em contextos territoriais, povos e comunidades tradicionais e desenvolvimento sustentável.	6												
Subtotal 1.2	26												
Total seção 1	60		0		0		0		0		0		0
2. Adequação do conceito proposto (de acordo com as regras e critérios nos Termos de Referência)													
2.1 Clareza, consistência e detalhamento da metodologia proposta.	5												
2.2 Objetividade, viabilidade e adequação da metodologia às atividades e aos produtos previstos.	5												

2.3	Compreensão dos objetivos, escopo e resultados esperados para cada produto.	10											
2.4	Experiência com políticas públicas relacionadas à conservação ambiental, mudanças do uso da terra, mudanças climáticas ou desenvolvimento sustentável	10											
2.5	Experiência com o bioma Amazônico	10											
Total seção 2		40	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avaliação Técnica		100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Avaliação Técnica em %			0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
3.	Total avaliação financeira												
Avaliação geral em %													
Rank													

Declaro, por meio deste, que realizei esta avaliação de forma independente e de acordo com o meu melhor conhecimento e convicção. Mantereí os dados em sigilo e não repassarei quaisquer informações relativas ao procedimento de avaliação em curso.

Observação: colaboradores que possuam vínculos de natureza pessoal que possam gerar conflitos de interesse, ou que tenham vínculos de natureza familiar ou financeira com parceiros comerciais da GIZ, participantes de processos licitatórios ou membros de suas equipes, não podem estar envolvidos em decisões relativas à adjudicação de contratos correspondentes – conforme a Regra P+R 142. Ao submeter a grade preenchida para a avaliação técnica das propostas, você confirma oficialmente que nenhuma das pessoas envolvidas na avaliação possui tais vínculos.

Avaliador/a 1: Data e Assinatura

Avaliador/a 2: Data e Assinatura

Serviço da GIZ para envio de arquivos grandes

A GIZ disponibiliza um serviço mais rápido e fácil para transferir arquivos através da internet.

Com esse sistema você poderá transferir arquivos de até de 15GB dando a possibilidade a outra pessoa baixar esses arquivos aonde quer que ela esteja.

O procedimento de uso do sistema se dará através da transferência dos arquivos, será necessário cadastrar dados pessoais (nome, telefone e e-mail) para o procedimento de transferência. Será necessário ainda cadastrar um endereço de e-mail destinatário para o envio do link e assim possibilitando baixar o arquivo.

A respeito do critério de utilização, o sistema pré-determina um período limite para o destinatário baixar os arquivos, sendo no máximo 16 dias. Os arquivos que são transferidos precisam ser baixados dentro do período estabelecido pelo sistema, depois do período estabelecido o sistema automaticamente excluirá os arquivos, estando estes impossibilitados de serem acessados tanto pelo remetente quanto pelo destinatário.

Logo abaixo segue o passo a passo para utilização do sistema:

Transferindo arquivos com facilidade e rapidez

Link de acesso: <https://filetransfer.giz.de/>

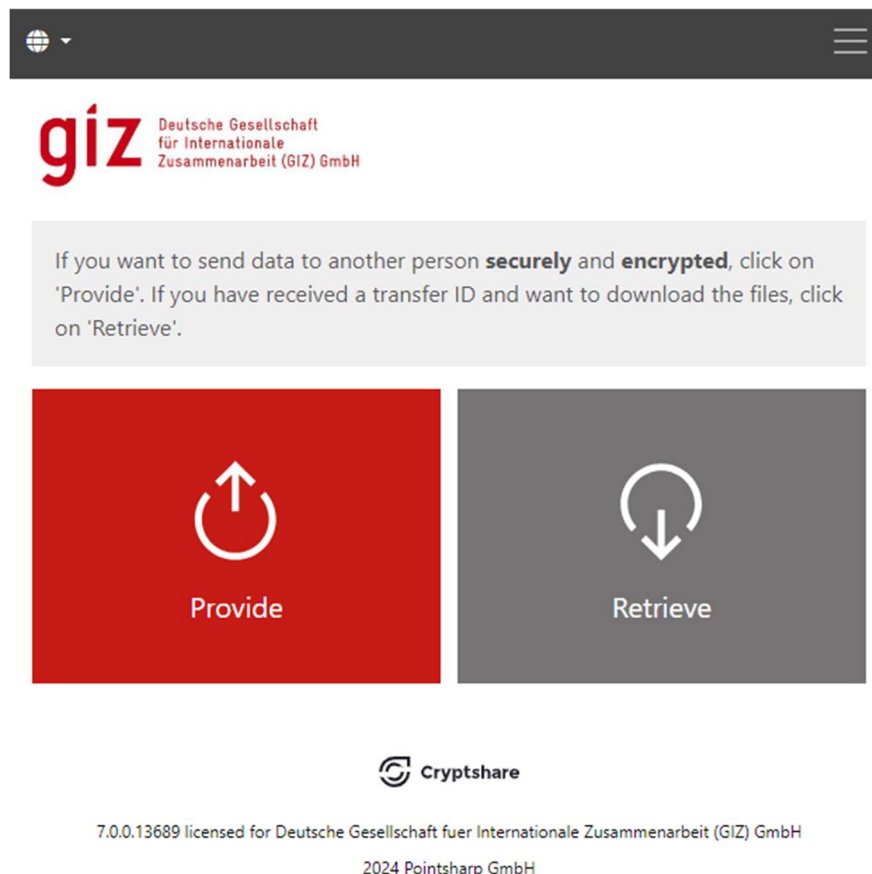


Figura 1

Para transferir os arquivos para outra pessoa, por favor, escolha a opção '**Provide**'. Se você recebeu um ID de transferência e gostaria de obter os arquivos correspondentes, por favor, escolha a opção '**Retrieve**'.

The screenshot shows a web interface for editing personal data. At the top is the GIZ logo and company name. Below it is a header bar with a globe icon and a menu icon. The main content area is titled 'Edit Personal Data' and contains three input fields: 'Name' (with 'Exemplo' entered), 'Phone' (with 'xxxxxxxxxx' entered), and 'Email' (empty). At the bottom of the form are two buttons: a grey 'Back' button and a red 'Next' button. Below the form, there is a 'Cryptshare' logo and a license notice: '7.0.0.13689 licensed for Deutsche Gesellschaft fuer Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH 2024 Pointsharp GmbH'.

Por favor, forneça suas informações de contato.

Os destinatários podem usar essas informações para contatá-lo e obter a senha para baixar os arquivos que você transferiu.

Figura 2

The screenshot shows a web interface for entering contact details. At the top is the GIZ logo and company name. Below it is a header bar with a globe icon and a menu icon. The main content area is titled 'Your contact details' and contains a 'Send as' section with a text input field and a dropdown menu. Below this is a 'Recipients' section with a text input field and a dropdown menu. At the bottom of the form are two buttons: a grey 'Back' button and a red 'Next' button. The 'To' field is highlighted with a red border.

Insira o endereço(s) de e-mail do destinatário(s) que vai receber o link para baixar os arquivos transferidos (espaço com marcação em vermelho).

Figura 3

Clique em “Browse” para selecionar o arquivo que será transferido.

Por favor, note que o volume máximo para transferência (soma dos tamanhos dos arquivos) é de no máximo 15GB.

Add confidential message

Besides the notification to the recipients you can add an additional confidential message to this transfer.

Add >

Add Files

The maximum transfer volume is 15.0 GB

↑
Drag & Drop

Browse

< Back

Next >

Figura 4

Transfer Options

Expiration Date

31/08/2024



Recipient language

English



Notification Options

- ☒ Send me a notification email about this upload
- ☒ Inform me as soon as a file has been retrieved
- ☒ Expose filenames in notification emails

Security Settings

One-time password

Provide a password



QUICK

Security without passwords

Please share the password with the recipients.

- ☐ Generate password
- ☒ Enter password

Password

Repetition

Password strength

Very Weak

123

abc

min. 8

No campo com marcação em **AZUL**, insira a data de vencimento para fazer o download dos arquivos.

No espaço com marcação em **VERMELHO**, insira, se necessário, a senha para acessar os arquivos.

Figura 5