

Solicitação de Proposta (RFP) para Agências e Profissionais de Mídias Sociais Interessados em Prestar Serviços para GFI Brasil

SUBMETA A SUA PROPOSTA ATÉ 04 DE ABRIL DE 2026



Sobre o Good Food Institute Brasil (GFI Brasil)

O Good Food Institute é uma organização filantrópica e sem fins lucrativos que trabalha globalmente para acelerar a inovação do mercado de proteínas alternativas. Acreditamos que a transição para um sistema alimentar mais sustentável é fundamental para enfrentar a crise climática, diminuir o risco de doenças zoonóticas e alimentar mais pessoas com menos recursos. Por isso, incentivamos a ciência, apoiamos a indústria e subsidiamos políticas para desenvolver alimentos vegetais análogos, cultivados ou obtidos por fermentação.

Nosso trabalho se concentra em três áreas principais:

Engajamento Corporativo:

- Apoiamos empresas de todos os tamanhos a desenvolverem, lançarem e comercializarem produtos de proteínas alternativas.
- Oferecemos ferramentas para apoiar startups e empreendedores em suas estratégias de negócio.
- Fornecemos inteligência de mercado para ajudar as empresas a tomarem decisões informadas.
- Realizamos pesquisas para identificar e superar os desafios do setor.

Ciência e Tecnologia:

- Financiamos pesquisas de ponta sobre proteínas alternativas.
- Promovemos colaborações entre cientistas, empresas e governos.
- Publicamos dados e descobertas para impulsionar o progresso científico.
- Desenhamos programas educacionais para formar a próxima geração de líderes em proteínas alternativas.

Políticas Públicas:

- Defendemos políticas públicas que apoiam o desenvolvimento e a comercialização de proteínas alternativas.
- Trabalhamos com governos para criar um ambiente regulatório favorável.
- Educamos o público sobre os benefícios das proteínas alternativas.
- Monitoramos o cenário político e defendemos os interesses do setor.

Há 9 anos atuando no Brasil, o GFI já ajudou o país a se tornar um dos principais atores do mercado global de proteínas alternativas. [Acesse o nosso site](#) e conheça o nosso trabalho.

Contexto

Somos hoje a principal organização a promover as proteínas alternativas no Brasil. Com isso, exercemos um papel fundamental na disseminação de informações de qualidade sobre o tema em nossas mídias sociais e em outros canais de comunicação.

Embora não seja expressiva em número, nossa audiência no Instagram e no LinkedIn é composta por um público bastante qualificado, em grande parte composto por acadêmicos, pesquisadores, empresários, investidores, empreendedores, filantropos e agentes de governo.

Esse é o perfil que nos interessa alcançar. Por meio de narrativas baseadas em dados, subsidiamos nosso público na tomada de decisões. Nossos posts costumam trazer oportunidades de financiamento de pesquisa, ciência sobre proteínas alternativas, tendências de mercado, movimentos governamentais e advocacy em temas prioritários, como saúde, clima e segurança alimentar.

Embora defendamos sistemas alimentares que dependam cada vez menos dos animais, não nos posicionamos como ativistas. Consideramos todos os movimentos que buscam criar um mundo melhor relevantes e estratégicos. Todos temos um papel a cumprir, e o do GFI é incidir de forma sistêmica, criando sinergias entre Ciência, Indústria, Política, Filantropia e Comunicação, para abrir caminhos para que esses agentes se responsabilizem pela mudança que queremos promover.

É por isso que, embora sejam muito bem-vindos, seguidores que são entusiastas da nossa teoria de mudança, como chefes de cozinha, ativistas, consumidores, influenciadores, personalidades, entre outros, não são o nosso foco principal. Nossas mensagens sempre serão destinadas prioritariamente a quem tem reais condições de investir, pesquisar, empreender e mudar políticas públicas.

Essa especificidade traz consigo inúmeros desafios, acentuados, sobretudo, pela economia da atenção, fake news, desinformação e conteúdos virais dopaminérgicos. Nesse sentido, como nos posicionar e produzir conteúdos relevantes que atraiam novos seguidores interessados em fazer parte da mudança que queremos?

Precisamos do seu trabalho para nos ajudar nessa missão!

OBJETIVOS DA RFP

- Criar um banco de talentos, formado por agências, consultorias e freelancers que prestem serviços de mídias sociais e áreas correlatas, que possam nos atender em diferentes estratégias;
- Selecionar uma ou mais propostas para prestar atendimento mensal em mídias sociais, mediante contrato;

ESCOPO DA RFP

A sua proposta deve conter os seguintes elementos:

- Apresentação da empresa;
- Portfólio online ou em PDF com trabalhos que se conectam com a missão do GFI;
- Proposta comercial para atendimento mensal, contendo:
 - a) Serviços prestados;
 - b) Metodologia de trabalho;
 - c) Estratégia macro: basta descrever, em linhas gerais, como uma campanha sobre um tema específico poderia ser trabalhada no Instagram, Youtube, Tiktok e LinkedIn do GFI, a partir dos serviços prestados pela sua empresa.

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

- Qualidade da proposta (apresentação, inovação, criatividade, etc.);
- Aderência do portfólio e da metodologia de trabalho à missão do GFI;
- Viabilidade financeira.

CONSIDERAÇÕES

- As empresas selecionadas serão convidadas a participar de uma entrevista com o time de comunicação em data a ser confirmada.
- Já as empresas que não forem selecionadas nessa etapa de triagem receberão um e-mail de agradecimento.
- A proposta enviada servirá apenas para fins de avaliação e seleção para a fase de entrevista. Caso a sua empresa seja selecionada, firmaremos um contrato com base em uma nova proposta comercial que atenda aos nossos objetivos.

COMO ENVIAR A PROPOSTA:

- Envie uma mensagem contendo um único PDF com todos os itens solicitados no escopo para Natalia Figueiredo (nataliaf@gfi.org) e Vinícius Gallon (viniciusg@gfi.org) com o assunto: **[Nome da Empresa] - RFP Mídias Sociais.**

PRAZOS:

- 04 de abril de 2026: envio das propostas;
- 28 de abril de 2026: divulgação dos resultados por e-mail;
- 29 de abril a 08 de maio de 2026: entrevistas com as empresas selecionadas;

A contratação da(s) empresa(s) ocorrerá nos meses de abril e maio.



Vinícius Gallon

Gerente de Comunicação, The Good Food Institute Brasil