



Branding

Sitawi

16 de Julho de 2026

1 • DESAFIO

O projeto Conservação da Mata Atlântica por meio do manejo sustentável das paisagens agroflorestais cacaueiras atua no Sul da Bahia, onde os sistemas agroflorestais da cabruca desempenham papel essencial na conservação do bioma mais ameaçado do Brasil. O projeto beneficiará 3 mil produtores organizados em consórcios, com o compromisso de que pelo menos 50% sejam mulheres e jovens, além de restaurar 12 mil hectares de cabruca e melhorar a gestão de 203 mil hectares de áreas protegidas.

Nosso desafio é a criação de nome, posicionamento e identidade para a marca do projeto. O objetivo é criar diretrizes estratégicas e criativas para a nova marca, desenvolvendo um discurso único e uma expressão verbal e visual que sustentem o seu posicionamento, garantindo uma comunicação consistente e de destaque junto a produtores, parceiros, financiadores e demais públicos do projeto.

2 • MÉTODO

O trabalho se organiza em seis etapas sequenciais, do entendimento profundo do projeto à entrega do sistema completo de identidade. Cada etapa tem entregas e janelas de aprovação próprias, descritas a seguir.

Kickoff

Reunião inicial entre lideranças da Rastro e do projeto, para alinhamento de prazos e expectativas de sucesso com as entregas previstas, além do compartilhamento de materiais e diretrizes já desenvolvidos, para aprofundamento do time.

- Visão Geral de Processo
- Alinhamento de Materiais a Receber
- Cronograma Detalhado
- Definição de Entrevistados
- Definição de Benchmark

Duração estimada: 1 dia

Deep Dive

Etapa de investigação sobre as diferentes percepções e expectativas para a nova marca e iniciativa, contemplando olhares de suas lideranças internas, parceiros e outros stakeholders-chave. Queremos escutar e aprender sobre o modelo do projeto e os seus objetivos estratégicos. As entrevistas individuais seguem roteiro padrão alinhado previamente, com até 45 minutos cada, e as gravações são disponibilizadas para análise posterior.

- Análise de Materiais Recebidos
- Digital Flâneur (Contexto Geral, Região & Conservação Natural)
- Entrevistas 1:1 com lideranças e stakeholders-chave (até 6)
- Análise de Benchmark (até 4 players)
- Objetivos Estratégicos de Projeto & Marca
- Aprendizados & Oportunidades

Duração estimada: 3 a 4 semanas

Entrega(s): Diagnóstico (PDF) + gravação das entrevistas

Obs.: As entrevistas devem ocorrer dentro de janela de tempo no cronograma do projeto que, caso seja ultrapassada, pode resultar em extensão de cronograma ou custos extras. A previsão de disponibilidade e agendamento com os entrevistados é de responsabilidade do time Sitawi.

Workshop

Encontro imersivo com o comitê do projeto para apresentação do Diagnóstico e discussão sobre fortalezas, ameaças e oportunidades para a iniciativa e sua marca. Com exercícios colaborativos, construção de crença e ponto de vista autoral para o posicionamento da marca, assim como debate sobre conceitos norteadores para a criação do nome do novo projeto.

- Apresentação: Diagnóstico — 60 min
- Comentários: QQQ (Que Bom, Que Pena, Que Tal) — 20 min
- Exercício: Brand SWOT (Matriz FOFA) — 60 min
- Intervalo — 60 min
- Exercício: Por quê Existimos? (Belief/POV) — 60 min
- Apresentação: Naming — 20 min
- Exercício: Norte Conceitual — 60 min

Duração estimada: 1 dia (até 6h)

Nº de participantes: até 8 participantes

Obs.: Para facilitação de agendamento do encontro entre as partes envolvidas, previsão de execução do Workshop via videoconferência. Para execução presencial, solicitar orçamento extra.

Brand Positioning Framework

Após alinhamento sobre o material do Diagnóstico e ajustes finos finalizados, desenvolvimento de ponto de vista autoral para a marca, contemplando plataforma completa de direcionamento estratégico: contexto de mercado, crença proprietária, conceito criativo geral, mensagem central, personalidade e credenciais. A essência da marca será diretriz para a criação do seu nome e de sua identidade posteriormente.

- Racional Estratégico
- Framework de Posicionamento (One-Page)
- Conceito Criativo Geral

Duração estimada: 2 a 3 semanas

Entrega(s): Posicionamento de Marca (PDF)

Naming

Criação de alternativas para o nome da marca, de acordo com as expectativas e diretrizes estratégicas acordadas. São 2 rodadas de criação, com até 4 nomes apresentados por rodada, onde cada um possui uma pesquisa prévia de disponibilidade para registro no INPI e uma aplicação visual inicial para avaliação. Após a definição do nome, revisão a nível conceitual de termos e expressões-chave na plataforma estratégica de marca da etapa anterior.

- Sprints de Criação (até 2)
- Logos Iniciais para Avaliação
- Definição de Naming
- Revisão de Posicionamento

Duração estimada: 2 a 3 semanas

Entrega(s): Naming (PDF)

Obs.: Rodadas extras de criação de alternativas para o Naming e pesquisa prévia de disponibilidade no INPI podem ser solicitadas, resultando em extensão do cronograma e próximos prazos.

Brand Identity

Desenvolvimento da personalidade da marca em um sistema de expressão verbal e visual. Criação de manual de marca com diretrizes estratégicas e regras técnicas para sua identidade, contemplando os ativos de distinção da marca e um enxoval de aplicações conceituais para materializar a expressão da marca em exemplos práticos. A entrega dessa etapa é feita com mockups para facilitar a compreensão das regras e diretrizes, contemplando o compartilhamento de arquivos editáveis e um dia para handover técnico com o time da marca.

Distinctive Assets

- Logo & Símbolo
- Tagline (Mensagem Central)
- Paleta de Cores
- Tipografia(s)
- Tom de Voz
- Pilares Conceituais
- Glossário de Palavras-Chave
- Exemplos de Títulos
- DOs & DONTs

Design System

- Layout Grids
- Patterns
- Iconografia (até 9)
- Diretriz Fotográfica

Aplicações

- Papelaria (Cartão de Visita, Papel Ofício etc.)
- Assinatura de E-mail
- Exemplos de Redes Sociais (até 9)
- Slides-Templates (até 6)
- Prévia de Homepage (PDF)

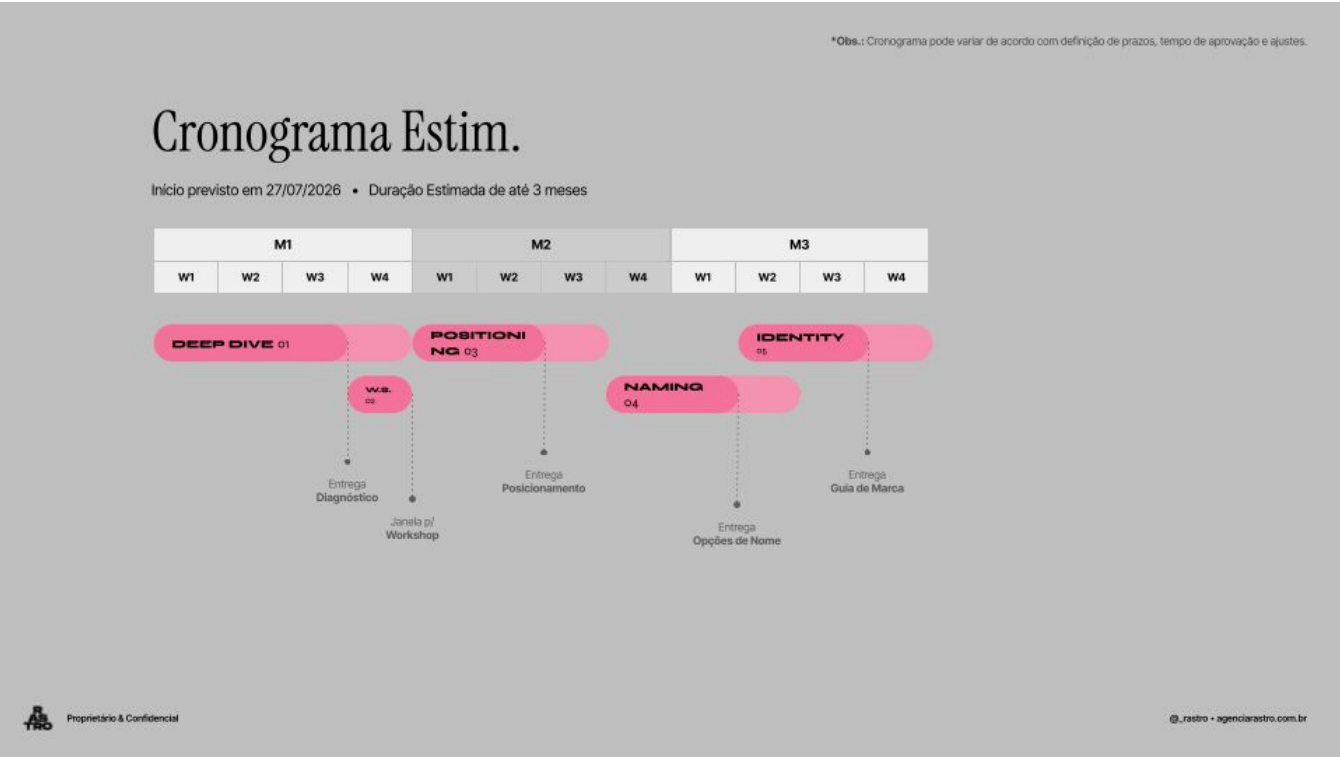
Duração estimada: 2 a 3 semanas

Entrega(s): Brandbook, Brand Kit & Aplicações (PDF + Arquivos Editáveis)

Obs.: A lista de aplicações pode sofrer adaptações conforme preferências do cliente.

3 • CRONOGRAMA

O projeto se organiza nas etapas descritas no Método, com início previsto para 27/07/2026 e duração estimada de até 3 meses. A extensão das etapas e do projeto pode se alterar de acordo com feriados, datas e prazos especiais, tempo de aprovação e rodadas de ajustes.



4 • TIME DO PROJETO

Núcleo dedicado de criação e estratégia, com liderança presente em todas as etapas e especialistas acionados conforme a fase do projeto.

- **01 Diretor de Criação** — liderança criativa e estratégica, presente em todas as etapas
- **01 Gerente de Projetos** — gestão de cronograma, fluxo e aprovações em todas as etapas
- **01 Estrategista Sr** — condução da investigação no Deep Dive e do Brand Positioning Framework, com participação ativa em todas as etapas seguintes
- **01 Estrategista Assist** — assistência no Deep Dive, Brand Positioning e Workshop
- **01 Redator(a)** — Naming e identidade verbal na Brand Identity
- **01 Diretor(a) de Arte** — Naming e identidade visual na Brand Identity
- **01 Pesquisador(a)** — apoio de pesquisa no Deep Dive

*Obs.: O time final é definido após o aceite da proposta, confirmando disponibilidade.

5 • INVESTIMENTO

2 parcelas de R\$ 74.500,00

Valor total do contrato: R\$ 149.000,00

Todos os impostos incluídos.

Pagamento: 2 parcelas de igual valor, 50% no início + 50% na entrega final.

6 • CONDIÇÕES & OBSERVAÇÕES

Os itens a seguir não estão contemplados nesta proposta e, se necessários, serão orçados em proposta complementar:

- Registro da marca no INPI (nominativo e figurativo): a etapa de Naming contempla 2 rodadas de pesquisa prévia de disponibilidade e análise inicial de risco. Novas rodadas de pesquisa e validação são cobradas à parte. O serviço de pesquisa é executado sob a liderança de escritório de advocacia parceiro, contemplando as marcas encontradas e uma análise inicial de risco para registro nominal, e sob a gestão da Rastro.
- Finalização de arquivos e/ou acompanhamento técnico de produção gráfica.
- Compra ou licenciamento de imagens de banco, quando aplicáveis em mockups.
- Manipulação de imagens, criação de ilustrações 2D/3D.
- Desenvolvimento, programação e hospedagem de site. A prévia de Homepage é entregue como um estudo conceitual em formato PDF.
- Produção e veiculação de campanhas de comunicação e gestão de canais.

Observações:

- Disponibilidade de horário e agendamento dos entrevistados são de responsabilidade do cliente, podendo interferir no cronograma caso ultrapassem janela prevista para a etapa.
- O escopo prevê até 2 rodadas de criação de nomes e de opções de logotipo e símbolo; rodadas adicionais carregam valor extra e podem interferir no cronograma estimado.
- Para facilitação de agendamento, o Workshop tem previsão de execução via videoconferência; para execução presencial, solicitar orçamento extra.
- Prazos e datas previstas no cronograma podem ser alterados, de acordo com o tempo de duração das etapas de aprovação, datas comemorativas e imprevistos ao longo do projeto.



CONTATO

Lucas Djahjah & Fábio de Medeiros — Comercial

lucas.djahjah@agenciarastro.com.br · +55 21 99263-3962

fabio@agenciarastro.com.br · +55 21 99147-1923

Aviso de Confidencialidade: Todas as informações contidas neste documento, incluindo ideias, conceitos e métodos, são propriedade intelectual da RASTRO e são protegidas pelas leis de propriedade intelectual aplicáveis.