

SOLICITAÇÃO DE MANIFESTAÇÃO DE INTERESSE SERVIÇOS DE CONSULTORIA

Seleção nº: RG-T3578-P001

Método de Seleção: Totalmente Competitivo

País: Brasil

Setor: Transporte

Financiamento - TC nº: RG-T3578

Projeto nº: ATC/AC-18323-RG

Nome da TC: Apoio a Projetos de Parcerias Público-Privadas (PPPs) Sustentáveis e Eficientes nas Economias em Transição da América Latina

Descrição dos serviços: Pesquisa e assessoria para elaboração e execução de Plano de Comunicação Social de Projetos de Concessão de Rodovias em Santa Catarina

Link do documento TC: <https://www.iadb.org/en/project/RG-T3578>

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) está executando a operação acima mencionada. Para esta operação, o BID pretende contratar serviços de consultoria descritos nesta SOLICITAÇÃO de Manifestações de Interesse. As manifestações de interesse deverão ser entregues usando o Portal do BID para Operações Executadas pelo Banco. <http://beo-procurement.iadb.org/home> até *24 de junho de 2022*, 5:00 P.M. (Hora local de Washington DC)

Os serviços de consultoria ("os Serviços") incluem *realizar pesquisas sobre ambiente institucional, social e midiático com a identificação de formadores de opinião e tomadores de decisão que se relacionam com o Projeto de Concessão de rodovias sendo estruturado pelo BID, objetivando o desenvolvimento de estratégias de comunicação social e comunicação institucional com os públicos identificados, incluindo um Plano de Comunicação e sua execução. O objetivo do Serviço também é a garantia de divulgação do Projeto para a sociedade, envolvendo transparência e engajamento de Stakeholders, o atendimento das necessidades de informação e comunicação de todos interessados, além e fomentar a participação social.*

Empresas de consultoria elegíveis serão selecionadas de acordo com os procedimentos estabelecidos no Banco Interamericano de Desenvolvimento: [Políticas para a Seleção e Contratação de Empresas de Consultoria para o Trabalho Operacional Executado pelo](#) Banco - GN-2765-1. Todas as empresas de consultoria elegíveis, conforme definido na Política, podem manifestar interesse. Se a Firma Consultora for apresentada em um Consórcio, designará um deles como representante, e este será responsável pelas comunicações, pelo registro no portal e pelo envio dos documentos correspondentes.

O BID agora convida empresas de consultoria elegíveis a manifestarem o seu interesse em prestar os serviços descritos abaixo no rascunho do resumo dos Termos de Referência pretendidos para a atribuição. As empresas de consultoria interessadas deverão fornecer informações que comprovem que elas estão qualificadas para executar os serviços (brochuras, descrição de tarefas similares, experiência em condições similares, disponibilidade de habilidades apropriadas entre os funcionários, etc.). As empresas de consultoria elegíveis podem se associar na forma de uma joint venture ou um contrato de sub-consultoria para ampliar as suas qualificações. Tal associação ou Joint Venture irá nomear uma das empresas como representante.

As empresas de consultoria elegíveis interessadas poderão obter mais informações durante o horário comercial 09:00 - 17:00 (Hora local de Washington DC) enviando um email para: vpc-ppp@iadb.org

Banco Interamericano de Desenvolvimento

Departamento: [VPC/002](#)

Attn: *[Gaston Astesiano](#), [Ancor Suarez](#), [Marcos Siqueira](#), [Pablo Pereira](#), [Eduardo Pacheco](#) e [Melisa Gonzalez](#).*

Av. New York, 1300 NW, Washington DC 20577, EUA

Email: vpc-ppp@iadb.org

Url do site: www.iadb.org

Processo de seleção RG-T3578-P001

TERMO DE REFERÊNCIA

(Pesquisa e assessoria para elaboração e execução de Plano de Comunicação Social de Projetos de Concessão de Rodovias em Santa Catarina)

Brasil

RG-T3578

ATC/AC-18323-RG

<https://www.iadb.org/en/project/RG-T3578>

Apoio a Projetos de Parcerias Público-Privadas (PPPs) Sustentáveis e Eficientes nas Economias em Transição da América Latina

1 NOME DO SERVIÇO

Assessoria para elaboração e execução de Plano de Comunicação social de Projetos de Concessão de Rodovias em Santa Catarina.

2 HISTÓRICO E JUSTIFICATIVA

O Governo Federal do Brasil pretende delegar à iniciativa privada aproximadamente 3.150km de rodovias no Estado de Santa Catarina, abrangendo tanto parte da malha federal no Estado, como parte da própria malha estadual (“o Projeto”).

Pretende-se a transferência de responsabilidades à iniciativa privada associadas à ampliação da infraestrutura rodoviária, operação e manutenção, assim como a exploração de pedágio e demais receitas possíveis para sustentação dos investimentos e custos.

Nesse sentido, o Governo Federal incumbiu a EPL (Empresa de Planejamento e Logística, empresa pública federal, criada pela Lei nº 12.404/2011, responsável pelo planejamento integrado de logística no Brasil) a estruturar o Projeto.

A EPL, por sua vez, solicitou o apoio do Grupo BID, por meio de uma contratação de serviços de assessoria e conhecimento, com o propósito do desenvolvimento e estruturação da(s) concessão(ões) em voga.

O BID busca a contratação de uma consultoria (“o Contratado”) para atuar no desenvolvimento e execução de Plano de Comunicação social do Projeto (“o Serviço”).

3 GLOSSÁRIO

BID: o Grupo BID, composto pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento, o BID Invest e o BID Lab, na figura de contratante direto do Serviço.

Concessão: atividade de exploração de infraestrutura e prestação de serviços de operação, recuperação, manutenção, conservação, monitoração, implantação de melhorias, ampliação de

capacidade e manutenção do nível de serviço de todas ou de parte das rodovias em seus trechos apresentados na tabela do item 0 destes Termos de Referência, com seu prazo determinado por um contrato, decorrente do resultado de uma licitação. Para fins destes Termos de Referência, pode-se considerar que haverá uma, ou mais de uma Concessão, a depender da quantidade de lotes agrupando as rodovias, ou seus trechos, que sejam definidos como resultado do Serviço a ser executada pelo Contratado. Sempre que o termo Concessão for usado, no plural ou no singular, pode se referir a uma ou a todas as Concessões resultantes do Projeto.

Contratado: é a pessoa jurídica ou o consórcio de pessoas jurídicas contratadas pelo BID para a execução do Serviço objeto destes Termos de Referência.

Entes Públicos: Quaisquer entes públicos envolvidos na estruturação, licitação, avaliação, monitoramento e regulação do Projeto, incluindo a EPL, o Ministério de Infraestrutura, o Governo de Santa Catarina, a União, ou outros entes definidos em acordo entre o Contratado, o BID e a EPL.

EPL: Empresa de Planejamento e Logística, empresa pública federal, criada pela Lei nº 12.404/2011.

Poder Concedente: a União, nos termos da Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995, ou entidade por ela designada, na qualidade de contratante da Concessão.

Projeto: Delegação à iniciativa privada de aproximadamente 2.300km de rodovias no Estado de Santa Catarina, abrangendo tanto parte da malha federal no Estado como parte da própria malha estadual, objeto do Serviço e modelado pelo Contratado.

Serviço: é o conjunto de atividades a serem prestadas pelo Contratado ao BID, que abrangem o escopo e atividades detalhadas nestes Termos de Referência para o desenvolvimento de estratégia de comunicação do Projeto.

Stakeholders: todos os agrupamentos sociais e atores que possam exercer influência sobre o projeto, positiva ou negativamente.

TCU: Tribunal de Contas da União.

TCE/SC: Tribunal de Contas do Estado de Santa Catarina.

4 OBJETIVO

O objetivo do Serviço é realizar pesquisas sobre ambiente institucional, social e mediático com a identificação de formadores de opinião e tomadores de decisão que se relacionam com o Projeto, objetivando o desenvolvimento de estratégias de comunicação social e comunicação institucional com os públicos identificados, incluindo um Plano de Comunicação e sua execução. Será considerado objeto do Projeto o processo de estruturação da Concessão da malha rodoviária catarinense, incluindo as rodovias federais BR-153, BR-158, BR-163, BR-280, BR-282, BR-470, BR-476, BR-480 e as rodovias estaduais SC-108, SC-110, SC-114, SC-120, SC-135, SC-155, SC-157, SC-163, SC-280, SC-283, SC-350, SC-355, SC-370, SC-386, SC-410, SC-412, SC-416, SC-417, SC-418, SC-421, SC-445, SC-452, SC-453, SC-480, SC-486. Ver Anexo I.

O objetivo do Serviço também é a garantia de divulgação do Projeto para a sociedade, o atendimento das necessidades de informação e comunicação de todos interessados e fomentar

a participação social. Para tanto o Plano de Comunicação deve ser elaborado e executado em conjunto com o a EPL e o Governo de Santa Catarina, evidenciando sua responsabilidade e com vistas a manter seu próprio engajamento e garantir a implementação do Plano de Comunicação.

5 ESCOPO

O Serviço consiste no planejamento das atividades relacionadas à comunicação social do Projeto, envolvendo transparência e engajamento de Stakeholders, e definindo como será a execução das ações e estratégias recomendadas no plano.

6 PRODUTOS E ATIVIDADES

Deverão ser realizadas as seguintes atividades e produtos descritos a seguir.

I. Produto 0: Elaboração de Plano de Trabalho com descrição detalhada da metodologia proposta de elaboração dos demais produtos e execução do Serviço.

II. Produto 1: Relatório de identificação e mapeamento dos Stakeholders, e abordagem utilizada para a respectiva identificação, contemplando:

- a) Público de interesse externo aos Entes Públicos envolvidos no Projeto, contemplando todos os atores e entidades que possam ter influência ou serem impactados pelo Projeto, incluindo, mas não se limitando a: Prefeitura e Câmara de Vereadores das cidades impactadas, Câmara dos Deputados (estadual e federal), Órgãos de Controle, atuais empresas prestadoras dos serviços, potenciais interessados e investidores, associação de comerciantes, empresas transportadoras, entidades representativas das comunidade locais, conselhos municipais, usuários, ONGs com atuação nas regiões de interesse, dentre outros;
- b) Público de interesse interno aos Entes Públicos, contemplando todas as áreas, órgãos, entidades e formadores de opinião que possam ter influência, gerar resistência ou serem impactados pelo Projeto;
- c) Mapeamento dos meios de comunicação mais relevantes que exercem poder de influência sobre o público de interesse identificado bem como com a sociedade. Considerar o histórico dos meios de comunicação em relação a apoio ou oposição aos Entes Públicos envolvidos e ao Projeto. Identificar jornalistas e/ou influenciadores digitais que possam ter influência ou serem influenciados e considerá-los no mapeamento de Stakeholders;
- d) Apresentação de levantamento considerando poderes e influências dos Stakeholders que serão objeto do plano e quais os aspectos principais a serem trabalhados com cada um. Considerar: potenciais beneficiários do Projeto; quem pode ser negativamente afetado; expectativas dos Públicos de Interesse sobre o Projeto; benefícios do Projeto para os stakeholders; que recursos os stakeholders podem e estão dispostos a mobilizar; quais interesses dos stakeholders conflitam com os objetivos do projeto; poder relativo dos stakeholders no processo de decisão política e econômica local; controle de recursos financeiros; influências informais (conexões pessoais).
- e) Identificação do público de interesse deve ser conduzida em conjunto com os Entes Públicos para que as características e especificidades de cada um sejam devidamente considerados.

O Produto 1 também deverá conter a definição da lista final de Stakeholders / público-alvo que deverá ser incluído no Plano de Comunicação com o devido embasamento técnico.

III. Produto 2: Relatório de Classificação de Trechos críticos em função das suas possíveis

afetações pelo Projeto. Com base no conhecimento geral sobre as características do Projeto como um todo, das informações iniciais sobre tráfego, acidentes e necessidades de ampliação de capacidade e das orientações do Governo sobre os trechos que provavelmente deverão ser duplicados e os prováveis/possíveis contornos/variantes a implantar, subdividir o programa em trechos segundo as suas expectativas e conflitos potenciais.

IV. Produto 3: Relatório de diagnóstico do posicionamento de cada um dos atores envolvidos e relevantes ao Projeto, seus respectivos objetivos e expectativas, fase de maior interesse no ciclo de vida do Projeto, existência de interesses conflitantes com os objetivos do Projeto, bem como matriz de influência e poder de cada um dos públicos de interesse definidos para o Projeto. O diagnóstico e pesquisa social de que trata o Produto 3 também deverá considerar o projeto como um todo e ser diferenciado segundo trechos críticos identificados no Produto 2 segundo a relevância das afetações para o posicionamento dos atores envolvidos. Esse relatório deverá ser elaborado a partir da realização, no mínimo, das seguintes atividades:

- a) Realização de Pesquisa Social: a partir do resultado obtido por meio do levantamento sobre o “Público de interesse externo aos Entes Públicos”, realização de pesquisa social para elaboração de diagnóstico com foco na análise de viabilidade social da operação, bem como para elaboração da matriz de Ameaças e Oportunidades Sociais e Políticas. Apresentação de relatório com a tabulação e análise dos dados coletados, descrição da metodologia utilizada e abordando, minimamente, informações relativas à renda e nível de escolaridade da população, prestação do serviço público na localidade, dentre outros considerados relevantes para o empreendimento em questão.
 - Definição dos dados prioritários a serem levantados:
 - Definir quais dados são mais relevantes para tomadas de decisão acerca das melhores ações e abordagens para cada Stakeholder identificado,;
 - Devem ser levantados dados que viabilizem a realização de ações informativas, relacionamento, controle social, engajamento de Stakeholders;
 - Deve ser considerada a modalidade de intervenção;
 - Deverá ser apresentada a metodologia utilizada.
 - Execução da pesquisa de dados primários e secundários:
 - Realização de pesquisa documental e em base de dados;
 - Realização de pesquisa com Stakeholders;
 - Deverá ser apresentada a metodologia utilizada e informadas as fontes de consulta.
 - Tabulação dos dados: dispor os dados em banco de dados e relatório (com consolidação estatística por trechos críticos pré-definidos no produto 2).
 - Análise dos dados secundários: categorização dos dados obtidos na pesquisa de dados secundários (informações repassadas pela EPL e pelo Governo do Estado de Santa Catarina devem ser consideradas, se houver).
 - Elaboração de relatório analítico socioeconômico: no que se refere ao Projeto (também deve ser desagregado por tipo de trecho, porém com consolidação por Lote de Concessão – se já pré-definido - e para o Programa como um todo), o relatório deve conter os dados prioritários, no mínimo: dados relativos à renda, de prestação do serviço público na localidade, nível de educação da população, e, se considerados pertinentes, relativos a doenças relacionadas à modalidade do empreendimento (ex.: veiculação hídrica), dentre outras consideradas relevantes para o empreendimento em questão.
 - Reunião com EPL, BID e Governo do Estado de Santa Catarina para apresentação do resultado da pesquisa de dados secundários e pesquisa social
- b) Realização de diagnóstico relativo aos Entes Públicos, com a identificação dos aspectos

facilitadores e dificultadores, referentes a sua organização interna, bem como a competências/conhecimentos técnicos relevantes para a execução do Plano (

- c) A metodologia utilizada, assim como os objetivos propostos da pesquisa, deverá ser apresentada contemplando os processos de coleta e análise das informações do Projeto, além dos processos de monitoramento e controle das informações ao longo de todo ciclo de vida do Projeto, levando em consideração cada agrupamento de Stakeholders identificado.

V. Produto 4: Elaboração de material preliminar de divulgação do Projeto:

- a) Elaboração de minuta de comunicado a ser disponibilizado pelos Entes Públicos em seus canais de divulgação com o objetivo de explicar o Projeto, suas principais etapas e os benefícios esperados.
- b) Elaboração das minutas de discurso chave e narrativas principais para o Projeto, sobre os questionamentos típicos deste tipo de projeto e sobre os temas de pedágio, “Concessões e PPP” e “Concessão, PPP x Privatização”, bem como demais temas sensíveis ao projeto que sejam identificados pela equipe técnica.

VI. Produto 5: Relatório com definição de quais dados são mais relevantes para tomadas de decisão acerca das melhores ações e abordagens para cada Stakeholder identificado,. Devem ser levantados dados que viabilizem a realização de ações informativas, relacionamento, controle social e engajamento de Stakeholders. Devem ser considerados aspectos específicos da modalidade de intervenção. A metodologia utilizada deverá ser apresentada.

VII. Produto 6: Elaboração de matriz de ameaças e oportunidades para cada um dos Stakeholders mapeados, bem como dimensionamento da intensidade do trabalho a ser realizado com cada Stakeholder em função de sua relevância e potencial impacto para o Projeto.

VIII. Produto 7: Definição de indicadores que serão monitorados/avaliados durante a execução do Plano de Comunicação com base na Matriz de Ameaças/Oportunidades Sociais e Políticos elaborada.

IX. Produto 8: Plano de Comunicação Integrado, contendo no mínimo:

- a) Objetivos/ metas a serem alcançados em cada etapa da estruturação do Projeto;
- b) Conteúdos prioritários a serem abordados e canais de comunicação a serem adotados com cada grupo/ público-alvo em cada etapa do Projeto;
- c) Materiais informativos e metodologias/ estratégias a serem utilizadas com cada grupo;
- d) Ferramentas de monitoramento das ações realizadas (considerando indicadores de desempenho pré-estabelecidos);
- e) Cronograma de execução;
- f) Planilha orçamentária;
- g) Proposta de ações de comunicação, incluindo, mas não se restringindo a fóruns, *roadshows*, *workshops*, *webinars* e reuniões com os diversos públicos-alvo mapeados, a ser implantada ao longo de cada uma das etapas do Projeto, a fim de mitigar seus riscos, promover engajamento dos públicos envolvidos e fomentar a participação social;
- h) Ações de engajamento com os públicos selecionados, estabelecendo espaços de interação para consolidar a participação destes atores no processo de estruturação do Projeto;
- i) Ações definidas por público-alvo, detalhando: estratégia, canais, fóruns / reuniões / *roadshows* / *workshops*, periodicidade, componentes e responsáveis pela execução bem como as estratégias recomendadas de divulgação do projeto para a sociedade;
- j) Definição dos canais de comunicação mais adequados para a divulgação do andamento do Projeto, por tipo de trecho se aplicável, disponibilização e transparência dos estudos

e documentos produzidos, bem como para obtenção de sugestões e demandas do mercado ou da população em geral:

- Apoio na estruturação de canais de comunicação oficiais adotados para relacionamento com a população em geral.
 - Deverá existir canal específico para divulgação das informações sobre o andamento do projeto e obtenção de sugestões/demandas da população em geral.
 - Deve ser indicada e implementada a melhor ferramenta (ex.: sítio eletrônico, blog, SMS, etc.).
- k) Identificação das equipes dos Entes Públicos envolvidas com vistas a identificar sua capacidade técnica para acompanhar e eventualmente executar as ações previstas e definir responsabilidades no Plano de Comunicação;
- l) Plano de execução e monitoramento das ações de comunicação e engajamento desenvolvidas e respectivos resultados esperados;
- m) Elaboração e produção da identidade visual do projeto para as peças e ações de comunicação definidas;
- n) Produção de vídeo de divulgação de Projeto visando tornar tangível o conceito do Projeto bem como os benefícios para os Entes Públicos e para a população, incluindo no mínimo:
- Elaboração de conceito e definição de conteúdo através de pesquisas e entrevistas junto aos Entes Públicos;
 - Preparação de roteiro escrito e script do vídeo;
 - Produção do vídeo, incluindo a busca e produção de imagens bem como a inclusão de legendas e demais adaptações de acessibilidade. O vídeo deve possuir duração estimada de 3 minutos;
 - Validações e ajustes junto aos Entes Públicos.

X. Produto 9: Apoio aos Entes Públicos no alinhamento da estratégia de comunicação do Projeto:

- a) Ações de *workshops* e reuniões entre o Contratado e equipes indicadas pela EPL (que poderá envolver os demais Entes Públicos) para alinhamento de estratégia de comunicação do Projeto
- b) Realização de treinamento, se a necessidade for identificada pelos Entes Públicos, para porta-vozes para prepará-los para uma relação direta com os veículos de imprensa em entrevistas e outros tipos de contato com a mídia (“media training”);
- c) Elaboração de discurso com mensagem-chave para o Projeto, incluindo frases, *slogans* e posicionamentos sobre o projeto e sobre os temas “Concessões e PPP” e “Concessão, PPP x Privatização”.

XI. Produto 10: Plano de gerenciamento e controle de crises, contendo no mínimo:

- a) Definição das hipóteses de crises típicas enfrentadas com este tipo de projeto;
- b) Elaboração de manual a ser utilizado em situações de crise, contendo orientações claras sobre os primeiros posicionamentos, quem e como se comportar e como responder na situação da crise instalada;
- c) Orientações claras sobre os primeiros posicionamentos, quem e como se comportar e responder na situação da crise instalada;
- d) Plano de monitoramento bem como processo de definição de ações em relação às notícias veiculadas pela imprensa e demais canais de pelos quais o Projeto venha se a ser citado.

Para o desenvolvimento de todo o Serviço e dos Produtos, o Contratado deverá:

- Participar de reuniões quinzenais com os consultores contratados pelo BID para a estruturação e modelagem do Projeto, incluindo aqueles responsáveis pela elaboração de estudos de tráfego e socioambiental, para intercâmbio de informações e para solicitação de definições sobre os tipos de intervenção planejados, com a maior antecedência possível.
- Considerar a necessidade de retroalimentação de informações sobre o posicionamento de partes interessadas às demais equipes consultoras, na medida em que contribuições relevantes à definição de aspectos do Projeto (por exemplo, trechos com maior oposição ao pedágio, trechos com maior resistência a variantes/contornos, dentre outras).

7 CRONOGRAMA DE ENTREGA DOS PRODUTOS

Os produtos deverão ser entregues conforme o cronograma mínimo apontado a seguir:

- a) Produto 0: 30 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- b) Produto 1: 150 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- c) Produto 2: 150 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- d) Produto 3: 180 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- e) Produto 4: 180 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- f) Produto 5: 210 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- g) Produto 6: 240 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- h) Produto 7: 270 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- i) Produto 8: 300 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- j) Produto 9: 300 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;
- k) Produto 10: 300 dias após assinatura do contrato para realização do Serviço;

8 REQUISITOS DOS PRODUTOS E ENTREGA AO BID

Os Produtos deverão ser entregues ao BID em mídia digital (HD Externo ou outro compatível).

Todos os Produtos entregues deverão estar devidamente formatados para emissão de vias impressas, se for o caso, devendo respeitar o padrão A4 de impressão, complementado por formatos A3 e A2, quando necessário.

Todos os Produtos deverão seguir as melhores práticas de mercado, incluindo a descrição de:

- Fontes dos dados utilizados;
- Cronograma planejado e real para o levantamento de dados das fontes para a elaboração dos relatórios e produtos do serviço;
- Normas, manuais, regulamentos de referência (ex.: manuais de qualidade) a serem atendidos ou bases de dados oficiais e sua origem;
- Metodologia empregada, incluindo as premissas e os procedimentos seguidos para a obtenção dos relatórios e produtos (inclusive para os dimensionamentos técnicos, quando pertinente), contendo as memórias de cálculo e arquivos de interesse resultantes (inclusive os modelos de simulação), sempre em formato aberto, planilhas eletrônicas, algoritmos, softwares utilizados ou outros documentos, assim como a justificativa pelas escolhas correspondentes;
- Programas de software utilizados, incluindo sua versão e origem;
- Data de referência.

Os diretórios de acesso exclusivo ao BID e à EPL deverão ser protegidos por senha.

Havendo necessidade, o treinamento para a equipe do BID e da EPL também será encargo do Contratado. Todos os documentos apresentados como resultado da contratação deste Serviço deverão ser feitos em português.

Todas as entregas no formato de relatório deverão conter capa, resumo, sumário, conclusão e referências bibliográficas.

Os Produtos deverão ser submetido para prévia análise do BID que verificará seu atendimento aos requisitos da contratação, antes de sua entrega formal. O BID poderá conceder acesso à EPL para que também avalie a versão prévia.

Previamente à entrega oficial de cada Produto, o Contratado preparará uma apresentação síntese com seus principais tópicos, a ser utilizada em reunião com o BID. Para essa reunião, o BID também poderá convidar representantes da EPL envolvidos no Projeto, ou seus outros contratados e subcontratados.

9 CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO

Os Produtos serão aceitos após análise da equipe do BID envolvida no Serviço sobre sua clareza, correta redação e abrangência das atividades desenvolvidas até então, também observando os requisitos descritos neste Termo de Referência e na Proposta recebida pelo contratado para realização do Serviço.

O BID poderá demandar revisões, divisões ou atualizações dos Produtos ao Contratado até a realização da última licitação de rodovia objeto do Serviço, em razão de recomendações ou determinações, comunicadas pelo BID, decorrentes de alteração de premissas, alterações na legislação, audiências públicas, posicionamentos do TCU ou de outros órgãos do Governo Federal ou outras hipóteses que tenham potencial de impactar o Projeto.

As revisões, divisões ou atualizações descritas no item anterior não serão considerados novos Produtos para fins de pagamento e deverão ser executados ainda que após a emissão de aceite dos Produtos, em prazo a ser definido pelo BID, sem qualquer custo adicional, ressalvado a hipótese de revisões, divisões ou atualizações que necessite de novos trabalhos de campo e exclusivamente nos casos motivados por defasagem dos estudos por razões alheias ao Contratado ou por mudanças metodológicas, quando o Contratado fará jus a ressarcimento dos custos adicionais.

10 SUPERVISÃO E PRESTAÇÃO DE CONTAS

Os Produtos devem ser enviados ao chefe da equipe de PPP do BID Gastón Astesiano (gastona@iadb.org), ao Chefe da Equipe do Projeto no BID Marcos Siqueira (msiqueira@iadb.org).

11 CALENDÁRIO DE PAGAMENTOS

A proposta de serviço de assessoria deverá ser feita em dólares americanos

Os pagamentos serão realizados até 30 dias corridos após a entrega e aceite dos Produtos.

O cronograma de pagamento será feito da seguinte forma:

Calendário de Pagamentos	
Resultado	%

1. Produto 0	5%
2. Produto 1	10%
3. Produto 2	10%
4. Produto 3	15%
5. Produto 4	10%
6. Produto 5	5%
7. Produto 6	5%
8. Produto 7	5%
9. Produto 8	15%
10. Produto 9	10%
11. Produto 10	10%
TOTAL	100%