

FUNDOS DE ÁGUA: UM MODELO RESILIENTE DE CONSERVAÇÃO/MUDANÇA CLIMÁTICA PARA BACIAS SOB ESTRESSE HÍDRICO NA AMÉRICA LATINA E CARIBE

Termo de Referência

PLANO DE COMUNICAÇÃO DE FUNDOS DE ÁGUA - Curitiba

1.4.1 Curitiba OUTPUT 4. Communication Plan

ESTUDO	PLANO DE COMUNICAÇÃO DO MOVIMENTO VIVA ÁGUA - MIRINGUAVA
LOCAL:	Curitiba

A. CONTEXTO

A The Nature Conservancy (TNC) é uma organização global de conservação ambiental dedicada à preservação das terras e água das quais a vida depende. Guiada pela ciência, a TNC cria soluções inovadoras e práticas para que a natureza e as pessoas possam prosperar juntos. Trabalhando em 72 países, a organização utiliza uma abordagem colaborativa, que envolve comunidades locais, governos, setor privado e outros parceiros. No Brasil, onde atua há mais de 30 anos, a TNC promove iniciativas nos principais biomas, com o objetivo de compatibilizar o desenvolvimento econômico e social com a conservação dos ecossistemas naturais. O trabalho da TNC concentra-se em ações ligadas à Segurança Hídrica, Agropecuária Sustentável, Infraestrutura Inteligente e Restauração Ecológica.

Segurança hídrica é uma condição que se caracteriza quando a sociedade gerencia apropriadamente seus recursos hídricos de modo a:

- satisfazer as necessidades domésticas de água e saneamento em todas as comunidades;
- preservar a saúde de rios, aquíferos e ecossistemas;
- dar suporte a atividades econômicas produtivas na agricultura, na indústria e à geração de energia;
- desenvolver cidades agradáveis, saudáveis e vibrantes;
- possibilitar a resiliência de comunidades a mudanças climáticas.

A preservação da integridade dos ecossistemas naturais é um ponto crucial em todas as dimensões da segurança hídrica. Investir na conservação e restauração dos sistemas naturais que têm relação direta com a disponibilidade da água não é apenas uma parte essencial da solução para melhorar a qualidade de vida, mas é a solução de maior escala, de mais longo prazo e a mais custo-efetiva no esforço de permitir que natureza e sociedade prosperem juntas.

Dentre as estratégias de conservação, o apoio ao desenvolvimento e replicação de projetos de conservação de bacias hidrográficas fundamentais para o abastecimento de grandes centros urbanos tem grande importância. Esses esforços se refletem nos arranjos dos Fundos de Água.

Os Fundos de Água (FdA) representam um modelo operacional, constituído por organizações ou arranjos locais específicos, que articulam atores públicos, privados e da sociedade civil e promovem mecanismos financeiros e de governança a fim de contribuir para a segurança hídrica e o gerenciamento sustentável das fontes de abastecimento ou de áreas de interesse por meio de Soluções baseadas na natureza (SBN).

Para promover essas ações, os FdAs:

1. Fornecem evidências científicas que contribuem para melhorar o conhecimento sobre a segurança hídrica;
2. Promovem o desenvolvimento de uma visão compartilhada e acionável de segurança hídrica;
3. Mobilizam diferentes atores que, por meio da ação coletiva, possibilitam a obtenção de impactos significativos, positivos e de magnitude;
4. Influenciam positivamente a governança da água e os processos de tomada de decisão;
5. Promovem e incentivam a implementação de projetos de soluções baseadas na natureza e outras iniciativas inovadoras nas bacias hidrográficas prioritárias;
6. Procuram identificar arranjo atraente para investimentos financeiros eficazes para conservação de recursos hídricos.

Até o momento, existem 34 Fundos de Água em todo o mundo, e mais 30 estão em desenvolvimento na América Latina, América do Norte, África e Ásia. Esses fundos integram a **Aliança Latino-americana de Fundos de Água**¹, uma parceria entre o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a Fundação FEMSA, o Global Environment Facility (GEF), a Iniciativa Internacional de Proteção do Clima (IKI) e a The Nature Conservancy (TNC), que busca compartilhar experiências e aprendizados e também promover as ações que contribuíam com a segurança hídrica da América Latina e do Caribe.

Os FdA, como mencionado anteriormente, são instrumentos de governança e mobilização financeira que contribuem para a conservação de áreas importantes para o abastecimento de água, o gerenciamento de seu uso e a resiliência climática por meio da implementação de soluções baseadas na natureza, entre outras estratégias.

A Aliança trabalhou para sistematizar e padronizar o ciclo de projeto, considerando o desenho, a criação e o fortalecimento dos FdA, denominado de "Estado desejado para Fundos de Água". Esse estado desejado prevê a criação ou adaptação de um modelo de implementação consistente e robusto, que auxilia no dimensionamento de escala e recursos dos FdA. O Estado Desejado expandiu o escopo e o impacto dos FdA em busca de uma agenda de segurança hídrica mais ampla. Nesse processo, a capacidade e a qualidade do FdA para ajudar a se alcançar ou manter a segurança hídrica evoluíram e melhoraram. Por meio de uma abordagem voltada à segurança hídrica, os FdA buscam integrar da melhor forma as soluções em todos os setores que podem mudar fundamentalmente a gestão da água e permitir a inclusão de mais atores, pontos de vista, promovendo assim mais oportunidades para gerar maior impacto.

O ciclo completo de Estado Desejado de um FdA prevê:

- Auxiliar a profissionalizar o gerenciamento de FdA, promovendo uma cultura de eficiência operacional, impulsionada pelo foco na entrega, cronograma e orçamento factíveis.
- Garantir que haja objetivos claros do FdA estabelecidos desde o início, que recebam um foco contínuo e que o progresso desses objetivos seja comunicado rotineiramente.
- Escalar a eficiência e a eficácia, instituindo processos e sistemas que estabeleçam entendimento, responsabilidade e entrega consistente e oportuna de resultados de qualidade (com conseqüente redução/eliminação de situações inesperadas).
- Acelerar o progresso simplificando e desbloqueando o planejamento, a execução e os relatórios.

¹ <https://www.fondosdeagua.org/pt/>

- Garantir que os processos de governança/tomada de decisão propostos e/ou estabelecidos sejam eficazes e acordados no início do processo, incluindo as regras e responsabilidades dos participantes do FdA.
- Contribuir para a melhoria da coalizão e o envolvimento dos atores chave, facilitando a compreensão da relevância e importância do trabalho realizado pelo FdA, de maneira a otimizar a tomada de decisões com base em consenso e ação coletiva.
- Assegurar que o FdA esteja pronto para fazer a transição para a fase de operação, com sistemas, processos e recursos em vigor antes de considerar a conclusão das fases de construção do FdA.

E dentro dessa perspectiva, o Estado Desejado dos Fundos de Água é dividido em cinco fases:



Na fase de análise de **viabilidade** são avaliados critérios de elegibilidade e reunidas as informações necessárias para determinar se as demandas de segurança hídrica de uma cidade ou bacia hidrográfica justificam a organização de um Fundo de Água. Estas informações são reunidas no relatório de situação e convergem no documento de suporte à tomada de decisão que indica como um Fundo de Água pode contribuir para a segurança hídrica. A fase de análise de viabilidade se conclui com a organização e comprometimento de um rol inicial de lideranças.

Na fase de **desenho**, stakeholders que congreguem as competências necessárias para consecução do Fundo de Água são reunidos em torno de um grupo gestor. A partir dessa fase o relatório de situação é incrementado com o desenvolvimento de estudos técnicos adicionais necessários para embasar o planejamento do Fundo de Água, tanto técnica como financeiramente, bem como se inicia o planejamento estratégico entre os parceiros. A fase de design se conclui com a criação do plano estratégico.

A fase de **criação** é caracterizada pela estruturação operacional do fundo de água através da adoção de ferramentas de gestão de projeto, pela definição dos planos anuais de operação e pelo lançamento oficial do fundo de água.

As fases de **operação e consolidação** envolvem a implantação das ações planejadas através do engajamento de parceiros, implantação de intervenções, comunicação, avaliação de resultados e replanejamento, resultando num processo autossustentável.

Atrelada a todo o contexto de segurança hídrica e focando nos esforços de recuperação e planejamento de paisagem das bacias hidrográficas responsáveis pelo abastecimento de água, a TNC conta com uma ampla rede de projetos em toda a América Latina, inseridos na Plataforma Latino Americana de Fundos de Água, uma solução econômica inovadora para a conservação de bacias hidrográficas prioritárias para o abastecimento hídrico de grandes centros urbanos em países dessa região.

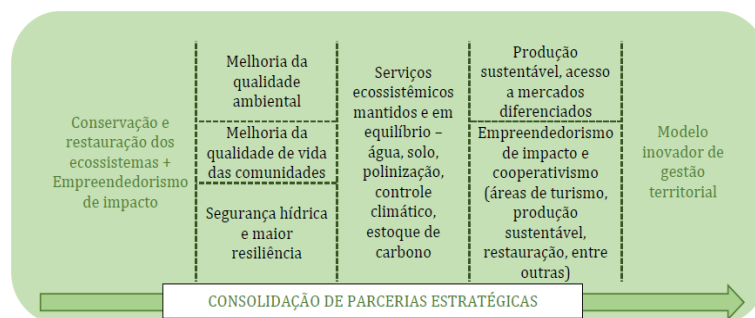
As ações voltadas à conservação de bacias hidrográficas na Região Metropolitana de Curitiba (RMC) desenvolvidas pela Aliança Latino-Americana de Fundos de Água, por meio da TNC, contam com o suporte também da Coalizão Cidades pela Água e vêm sendo realizadas de forma integrada com os atores locais, considerando os arranjos prévios e as amplas capacidades locais já instaladas.

O movimento Viva Água Miringuava

Nesse contexto de iniciativas que visam a proteção de recursos hídricos, o movimento Viva Água (MVA) formaliza os esforços conjuntos e ordenados dos atores chave da região da Bacia Hidrográfica do Rio Miringuava em São José dos Pinhais no sul do Brasil. O movimento é liderado pela Fundação Grupo Boticário, e envolve 16 diferentes atores em torno de um objetivo comum – a segurança hídrica, a ser alcançada a partir do desenvolvimento territorial ordenado e da aplicação de Soluções baseadas na Natureza (SBN), contribuindo para o aumento da resiliência de regiões a eventos decorrentes de mudanças climáticas. Dessa forma, a representação de um FdA operativo em Curitiba é dada pelo MVA.

O movimento almeja: (a) aumentar a disponibilidade hídrica por meio de ações de conservação, recuperação e uso adequado do solo; (b) criar uma aliança estratégica multi-atores que garanta a segurança hídrica e promova o desenvolvimento socioeconômico da bacia; (c) viabilizar ações de conservação e recuperação de ecossistemas naturais nas áreas identificadas como prioritárias; (d) alavancar o desenvolvimento socioeconômico da região alvo por meio de promoção de modelos sustentáveis de produção agrícola, empreendedorismo de impacto socioambiental, cooperativismo, e turismo sustentável; (e) melhorar a qualidade de vida e bem-estar dos habitantes da região, buscando reduzir a desigualdade social e de gênero e viabilizando a permanência dos jovens na área rural.

Suas frentes de ação para consecução dos objetivos focam na conservação e recuperação de ecossistemas naturais e no fomento ao empreendedorismo de impacto socioambiental positivo, conforme quadro a seguir.



A partir das oficinas e da participação dos atores locais – das quais a TNC fez parte, entre 2019 e 2020 foi estabelecida a teoria de mudança do movimento (quadro abaixo), cujas ações estão distribuídas em seis eixos temáticos de ação: 1) Articulação e *advocacy*; 2) Produção sustentável; 3) Turismo responsável; 4) Associativismo e cooperativismo; 5) Serviços ecossistêmicos (benefícios prestados pela natureza); 6) Instrumentos financeiros.

Metas para 2030:



Atualmente, está sendo efetuada a atualização da configuração do plano estratégico, seguindo o modelo de Estado Desejado, sendo eu ajustes são esperados para estas metas e arranjos locais.

As linhas estratégicas de comunicação

O Movimento Viva Água Miringuava conta com linhas estratégicas de comunicação, que constituem o elemento norteador do plano previsto nesse TDR, agregando-se aos resultados esperados da atualização do plano estratégico. Essas linhas são descritas a seguir:

- **Objetivo de comunicação:** apresentar, dar visibilidade e consolidar a iniciativa como movimento multiatores, buscar adesões dos públicos estratégicos para alcançar resultados positivos para a segurança hídrica e o desenvolvimento sustentável para a bacia do Miringuava.
- **Públicos prioritários:** produtores rurais (produtores, empreendedores do turismo, associações/cooperativas), empresas inseridas na região ou que possuem interesse de investir em ações sólidas de ESG, poder público, terceiro setor e comunidade local.
- **Residual de comunicação:** Iniciativa inovadora que promove a segurança hídrica por meio de um movimento multiatores.

A descrição dos públicos estabelecidos para o MVA, bem como os arranjos e abordagem de cada um deles podem ser visualizados na figura 1.

Público	Sociedade / comunidade	Imprensa / Influenciadores	Academia / Cientistas	Parceiros	Governo / Poder Público	ONGs / Terceiro Setor	Investidores / Empreendedores	Proprietários rurais
	Objetivo	importância da conservação para o bem-estar e desenvolvimento econômico da região	relevante sobre a região, SBN para segurança hídrica e adaptação às m. c. fortalecimento de NIS/ agricultura sustentável e turismo responsável	participem do movimento/ações, sugiram novas pesquisas e comuniquem os temas de forma acessível	para participação no movimento, fortalecendo a rede e ampliando as ações na região	participação no movimento e o desenvolvimento de políticas públicas para SBN, agricultura e empreendedorismo	para outras pautas e agendas e estimular a comunicação acessível de seus resultados	negócios e investimentos na região, como a comercialização do do carbono
Linguagem: informativa, leve, acessível e próxima								
Como	Recursos	infográfico, vídeo, websérie, fotos, posts, texto curto, animação,	infográfico, estudos, negócios/empreendedores, vídeo, foto, release, mídia kit	infográfico, gráfico, foto, texto embasado, estudos,	news, infográfico, vídeo, foto, texto curto, notícias, estudos, ppt/apresentação	infográfico, vídeo, texto embasado, gráfico, notícias, estudos	infográfico, vídeo, foto, texto curto, notícias	infográfico, vídeo, foto, texto, gráfico, notícias, mecanismo financeiro
	Canais	redes sociais, imprensa, canais comunicação de parceiros	releases, ação de relacionamento, oportunidades e conteúdos especiais para influenciadores	e-mail, participação em eventos, ação de relacionamento, whatsapp	workshops e agendas do mov., e-mail, ação de relacionamento, whatsapp, participação	paper, carta compromisso, participação em eventos, advocacy	e-mail, ação de relacionamento, GIFE, whatsapp, participação em eventos	ação de relacionamento, participação em eventos
	Informações	dados gerais, curiosidades, histórias, personagens e benefícios	dados gerais, cases, indicadores, big numbers, dados economia, histórias, pesquisas, personagens, benefícios e desafios	lacunas, desafios, cases de comunicação, resultados movimento e estudos desenvolvidos	dados gerais, indicadores, big numbers, dados economia, cases, benefícios, desafios, estudos e resultados	dados gerais, indicadores, big numbers, dados economia, desafios, cases, benefícios	dados gerais, indicadores, big numbers, dados economia, cases de comunicação, benefícios, desafios, resultados	dados gerais, indicadores, big numbers, dados economia, valoração, desafios, cases, benefícios

Figura 1: Descritivo de interação e estratégia de abordagem dos públicos integrantes do MVA

Planejamento de Comunicação 2022 (em andamento)

Selecionamos dois públicos prioritários para a fase de consolidação do movimento – pensando na execução das metas 2030.

1. PROPRIETÁRIOS RURAIS - INCLUI OS PRODUTORES, OS EMPREENDEDORES E ASSOCIAÇÕES/COOPERATIVAS

Ações planejadas para 2022:

- Dia de campo em parceria com o IDR (Instituto de Desenvolvimento Rural do Paraná): tema principal “utilização sustentável da água da irrigação” – novembro 2022
- Campanha de comunicação no dia do Rio (24/11) - ampliar o conhecimento sobre o movimento, valorizando as ações e principalmente as pessoas (proprietários e empreendedores) que fazem a conservação do Miringuava – assim valorizamos os parceiros, e comunicando estas ações para a comunidade, ampliar a adesão local;
- Piloto de comercialização de produtos sustentáveis com o objetivo de ativar um mercado potencial: marca coletiva em criação, duas feiras já realizadas, cestas mensais.
- Piloto de carbono: contratação da Iniciativa Verde para restauração dos 10 hectares considerando doações voluntárias de empresas.
- Piloto de turismo: estruturação de um piloto de comercialização de um roteiro turístico envolvendo empreendedores locais, incluindo capacitações e lançamento em 2023.

Mensagens construídas a partir do propósito e das ações em desenvolvimento: a importância de um modelo mais sustentável para a agricultura para a segurança hídrica, conservação da natureza e o desenvolvimento econômico e social; restauração ecológica; comercialização de produtos sustentáveis; Unidades de referência;

Dificuldades: engajar este público que em sua maioria encontra-se em uma situação financeira estável, consolidar dados para desenhar um perfil, encontrar canais de comunicação e mensagens efetivas.

2. EMPREENDEDORES DO TURISMO

Ações planejadas para 2022:

- Piloto de turismo sustentável em desenvolvimento.

3. TODOS OS PÚBLICOS

Ações planejadas para 2022

- Lançamento do site do movimento
- Divulgação dos 2 estudos do ProAdapta (lançamento, potencial imprensa, etc)
- Realização de encontros on-line e presenciais e participação em eventos de terceiros, com espaço para apresentação do movimento
- Assessoria de imprensa
- Uso das redes sociais da Fundação Grupo Boticário para a divulgação pontual das ações do movimento

Dificuldades: envolver os parceiros para que também se apropriem do movimento e produzam pautas e oportunidades para comunicação de ações do movimento.

Outras percepções - comunicação: públicos diversos e com especificidades diferentes que precisam ser incluídos nas comunicações, comunicação interna entre os participantes do movimento, o movimento não possui uma estrutura de comunicação própria e hoje as organizações precisam inserir em suas pautas,

Planejamento de Comunicação 2023 - a ser construído

A partir das linhas estratégicas e das ações listadas acima, espera-se o desenvolvimento do plano de comunicação do MVA, oferecendo soluções para as lacunas de comunicação visando a consolidação do movimento na região e a propagação do mesmo como um case de sucesso, seguindo os arranjos sugeridos pelo modelo do Estado Desejado.

B. OBJETIVO:

Executar ações de comunicação para o ano de 2022 e estruturar o plano de comunicação 2023 do MVA, em alinhamento com o plano estratégico atualizado (final de outubro) da bacia do Alto/Altíssimo Iguaçu, com foco para a bacia do rio Miringuava.

C. ATIVIDADES REQUERIDAS

1. Elaborar plano de trabalho

O plano de trabalho deverá conter os procedimentos metodológicos propostos para cumprir as atividades a serem executadas e os produtos a serem entregues. Deverá conter cronograma para o desenvolvimento das atividades que expressem a duração e o encadeamento das atividades previstas. O Plano de trabalho deverá ser discutido e acordado com a equipe técnica da TNC e da Fundação Grupo Boticário.

2. Organização de evento para apresentação da versão final do plano estratégico a parceiros do projeto

A partir dos esforços de atualização do Plano estratégico do MVA a consultoria deverá organizar um evento para apresentação do plano estratégico com os componentes do arranjo institucional do MVA e atores locais envolvidos, que fizeram contribuições ao plano em momento anterior. Este evento deverá ser organizado sob a ótica de continuidade e consolidação do arranjo institucional já existente em torno do MVA.

As recomendações e conclusões das oficinas anteriores, lideradas pela Fundação Grupo Boticário, realizadas em 2019 e as reuniões de trabalho ao longo de 2020, 2021 e 2022 deverão ser consideradas no planejamento deste evento.

A consultoria será responsável pelo planejamento, organização, mobilização de palestrantes, convites e facilitação/moderação e relatoria do evento.

3. Elaborar plano de comunicação 2023

A partir da análise mais aprofundada dos públicos listados na Figura 1 e os objetivos do movimento, desenvolver um plano de comunicação para o ano de 2023, em alinhamento ao plano estratégico. Além da continuidade das ações de 2022, o plano deve trazer uma abordagem mais aprofundada dos públicos do movimento e das ações que devem ser desenvolvidas dentro dos objetivos de comunicação. Para a elaboração deste plano, espera-se que a consultoria colete dados e informações disponíveis em diferentes canais, realize pesquisas e grupos focais, entenda a realidade local (perfil de público e também canais/veículos de comunicação), estabeleça cronograma, apresente propostas executáveis e financeiramente viáveis.

4. Análise e elaboração de plano tático– Dia da Água

Após uma imersão sobre o movimento e os resultados de comunicação esperados, desenvolver o conceito criativo (dentro do key visual do movimento) e o plano tático para a realização de uma ação de comunicação 360, on e off, prevista para março/2023, aproveitando a data do Dia da Água, que pode ser realizada/veiculada por um período maior, de acordo com a proposta criativa e estratégia indicada.

Importante que esteja contemplado a criação do conceito e o desdobramento de peças a partir do plano aprovado, assim como a orçamentação de toda a ação que não estiver dentro do escopo de atuação da agência. Por exemplo: a elaboração e distribuição de um kit para imprensa. A consultoria será responsável pelo planejamento e organização desta ação de comunicação.

A proposta é lançar uma campanha que promova o movimento na região, torne-o mais conhecido e que promova a valorização dos atores locais que participam, fazendo com que outros atores também queiram fazer parte.

D. PRODUTOS

Produto 1: Plano de trabalho.

Produto 2: Relatório de execução de evento (deve incluir quantidade de participantes, data, temas abordados, etc.) para apresentação da versão final do plano estratégico (técnico) do movimento.

Produto 3: Plano de comunicação para 2023, contendo em sua estrutura mínima objetivos, metas (claras e mensuráveis), descrição de público-alvo, mapeamento de todos os canais de comunicação, pontos fortes e fracos do movimento em relação ao alcance e comunicação com os stakeholders, estratégias para consolidar e ampliar os pontos fortes e para transformar de forma positiva os pontos fracos, meios de mobilização dos públicos-alvo, os arranjos para dar mais visibilidade ao MVA, definição orçamentária prévia, além de sugestão de cronograma de ações e formas de monitoramento de resultados ; conceito criativo (identidade visual escrita e de imagens e argumentação explanatória, seguindo a estrutura visual do MVA), incluindo desdobramento das peças gráficas previstas no plano tático, após aprovação do conceito, plano tático e execução da ação do dia da Água.

E. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS PRODUTOS

A TNC e a Fundação Grupo Boticário avaliarão os produtos conforme a consecução dos objetivos contidos neste TDR. O pagamento será condicionado à aprovação dos produtos.

A contratante poderá solicitar a revisão das análises realizadas e a posterior apresentação dos resultados de cada produto será aceita somente quando o produto estiver em conformidade com as especificações estabelecidas e com as diretrizes previamente determinadas pela contratante.

F. VALORES / REGIME DE PAGAMENTO

O valor total máximo dessa proposta é de R\$81.000. A proposta deve cobrir todos os gastos (inclusive impostos) para a execução das atividades descritas neste TDR. O pagamento será atrelado à aprovação dos produtos, sendo assim distribuído:

Produtos	Data de entrega	Pagamento
Produto 1	15 dias após a assinatura do contrato	20% do valor do contrato
Produto 2	45 dias após a assinatura do contrato	40% do valor do contrato
Produto 3	75 dias após a assinatura do contrato	40% do valor do contrato
Total		100%

G. PROCEDIMENTO PARA SELEÇÃO

As pessoas jurídicas interessadas deverão estruturar sua proposta contendo:

- a) Portfólio de projetos realizados.
- b) Proposta técnica com conceito visual para a ação/campanha Dia do Rio e plano de trabalho com cronograma de execução a partir das especificações constantes neste termo de referência.
- c) Proposta financeira para a entrega dos 3 produtos.

A proposta deverá ser enviada para o endereço eletrônico: mborgo@tnc.org até o dia 31/10/2022, constando no campo assunto: Proposta Plano de Comunicação.

Perguntas relacionadas ao TDR podem ser enviadas ao mesmo endereço eletrônico, indicando no campo assunto: “Dúvida - TDR Plano de Comunicação”

Serão considerados seguintes pesos e critérios na análise das propostas:

- peso 50: proposta de preço para os produtos
- peso 40: proposta criativa para o Dia da Água
- peso 10: portfólio e experiência em planejamento estratégico e execução de campanhas/ações de comunicação

A TNC enviará comunicado a todos os proponentes em até 30 dias após o prazo final de recebimento das propostas comunicando a finalização do processo de seleção e a informando se a proposta enviada foi selecionada ou não. Detalhes específicos, tais como empresa e valor da proposta selecionada, não serão divulgados.

H. PRAZO PARA EXECUÇÃO

As atividades deverão ser finalizadas até 05 de fevereiro de 2023.

I. COMUNICAÇÃO E COORDENAÇÃO:

O acompanhamento e a avaliação das atividades e produtos descritos nesse termo de referência estarão a cargo da equipe técnica da TNC e da Fundação Grupo Boticário. Esta será constituída por técnicos especialistas e coordenadores de equipe designados para acompanhar o trabalho.

J. CONSIDERAÇÕES ACERCA DAS MEDIDAS PARA MITIGAR RISCOS DE CONTÁGIO DE COVID19

De forma a contribuir à mitigação e contenção de transmissão de COVID19, serão seguidas as seguintes medidas:

- O desenvolvimento dos trabalhos deverá prezar pelo respeito às determinações para contenção da COVID19 vigentes no local onde a empresa contratada está situada
- Para o caso de intercorrências na execução das atividades do TDR devido a caso presumido ou confirmado de COVID19 em algum membro da equipe executora, a contratada deverá comunicar a contratante sobre o ocorrido. Para os casos de afastamento de membro da equipe em decorrência da doença que implique em ajustes de execução, a contratada deverá enviar, se necessário, proposta de ajuste de cronograma para aprovação.