



INFRA S.A.
 ASSEMBLEIA GERAL
 CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
 DIRETORIA EXECUTIVA
 PRESIDÊNCIA
 DIRETORIA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS
 SUPERINTENDÊNCIA DE LICITAÇÕES E CONTRATOS

ANEXO I -

Brasília, 11 de outubro de 2024.

PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1. Estratégia de Comunicação

1.1. Avaliação da Percepção de Imagem

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do CONTRATANTE pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de *briefing* com o CONTRATANTE e as entrevistas regionais devem, preferencialmente, representar todos os estados e o Distrito Federal. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

- Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do *briefing*, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas.
- Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- Apresentação ao CONTRATANTE sobre a percepção de sua imagem ou dos temas de sua atuação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Acuidade demonstrada na análise do *briefing*.
- Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados.
- Pertinência do roteiro de entrevistas.
- Consistência da análise dos resultados.
- Assertividade das conclusões.
- Exequibilidade das recomendações.
- Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média - Nacional	Até 60 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
------------------	---

1.2. Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do CONTRATANTE e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação institucional da Infra S.A., contemplando:

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para a Infra S.A. em relação às suas temáticas.
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- Levantamento de informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.
- Levantamento de insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz *swot* (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- Definição dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do CONTRATANTE.

Entregas:

- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes.
- Relatório analítico da matriz *swot* (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades).
- Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência do diagnóstico.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas.

- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
-------	---

1.3. Plano Estratégico de Comunicação Corporativa

Descritivo: Plano estratégico de comunicação corporativa do CONTRATANTE, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo órgão/entidade junto a seus públicos.
- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave.
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE.
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento.
- Cronograma de realização das ações propostas.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal;
- Abrangência e sua aplicabilidade.
- Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

2. Assessoria de Imprensa

2.1. Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação

Descritivo: Os produtos e serviços relativos a Assessoria de Imprensa constantes deste subitem poderão ser realizados nas dependências da CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, uma vez que, por suas características – também especificadas no Anexo I –, podem necessitar de maior proximidade e sinergia entre as equipes. Inclui as seguintes atividades:

- Realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE.
- Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Atendimento presencial.
- Consulta a fontes.
- Elaboração de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos.
- Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado;
- Elaboração de Infográficos com foto e/ou ilustração existente e texto;
- Elaboração de Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação.

Entregas: Relatórios mensais descritivos de todas as atividades realizadas, incluindo, mas não se limitando: as quantidades das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião.
- Espaço editorial obtido (mídia espontânea).
- Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas do CONTRATANTE.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.
- Precisão na documentação das atividades.
- Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

Baixa	1 Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 2 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> , divulgação, infográficos e outras demandas inerentes. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, elaboração de infográficos, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	2 Profissionais de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), preferencialmente formado em jornalismo ou publicidade e propaganda, com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação. Experiência em redação e edição de textos, discursos, artigos, <i>press-releases</i> , notas, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: interlocução com a imprensa, alinhamento de pautas, divulgações e programas de relacionamento com jornalistas,

dentre outras atividades inerentes, conforme demanda da Assessoria de Comunicação da Infra S.A. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

2.2. Entrevistas Coletivas

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do Governo Federal junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. As atividades incluem:

- Reunião de *briefing* com o CONTRATANTE.
- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.
- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.
- Seleção de convidados e envio de convites.
- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.
- Averiguação do local de realização do encontro.
- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).
- Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

Entregas:

- *Briefing*, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva.
- *Mailing* dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas.
- Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de jornalistas convidados, amplitude da coletiva (local, regional, nacional).
- Prazo para realização.

Complexidade:

Baixa	Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.
Média	Até 30 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 50 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

3. Treinamento

3.1. Planejamento e Execução de *Media Training*

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e de jornalistas de diferentes mídias, orientações e procedimentos para o contato adequado com jornalistas, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo, atividades práticas, por meio da simulação de entrevistas, análise e avaliação conjunta da postura dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance com identificação e definição de responsabilidades do grau de autonomia de cada um dos porta-vozes, em relação às temáticas relacionadas à Infra.

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores.
- Relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes, tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- Carga horária do treinamento.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV e Impressos. Carga horária de até 4 horas.
Média	Treinamento de 2 a 3 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 5 horas.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

3.2. *Media Training* em Situações de Crise

Descritivo: Treinamento de porta-voz para relacionamento com a imprensa em situação de crise. O treinamento deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas da crise em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento – serão

colocados em prática em simulações de entrevistas devidamente documentadas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante a performance dos executivos, os instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo.

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores; consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas); relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes.
- Tipo do treinamento (entrevista coletiva, entrevista exclusiva, quebra-queixo, debate, oitiva, entre outros) com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- Carga horária do treinamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	Treinamento de até 4 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos. Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.
-------	---

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

3.3. Treinamento para Apresentações

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo audiências públicas, palestras, exposições sobre planos, ações e resultados de programas e projetos, campanhas, entre outras. As atividades incluem:

- Definição do direcionamento do discurso no contexto político, com indicação das mensagens pertinentes aos públicos-alvo das apresentações.
- Simulação da performance para treinamento de lideranças e defesa de posicionamento institucional em ambiente contraditório, como audiências públicas e comissões do Congresso Nacional.
- Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

Entregas:

- Relatório com o roteiro do treinamento.
- Avaliação do desempenho do participante.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência do roteiro, das especificidades e das atividades propostas para o treinamento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidade:

Média	Treinamento acima de 3 e até 5 horas
-------	--------------------------------------

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após o treinamento.

3.4. Workshops / Seminários para Jornalistas

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização de jornalistas com temas de atuação do CONTRATANTE. O objetivo central é fazer com que os profissionais de imprensa tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, influenciando positivamente na redação de matérias. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao CONTRATANTE, ao mercado ou à academia.

Entregas: Planejamento da atividade, incluindo lista de participantes e convidados, indicação dos benefícios e ganhos para o CONTRATANTE, com a realização da atividade e relatório de avaliação do evento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de jornalistas convidados.
- Quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc).
- Prazo de entrega do relatório.

Complexidade:

Baixa	Até 20 jornalistas convidados. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.
Média	Acima de 20 e até 30 jornalistas convidados. Evento com até 7 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.
Alta	Acima de 30 e até 50 jornalistas convidados. Evento com até 10 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.
--

4. Mídias

4.1. Fotografia

Descritivo: Produção de fotos de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

Entregas: Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial das fotografias.
- Alinhamento das temáticas com o *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Produção com duração de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.
Média	Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas. Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.

4.2. Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)

Descritivo: Vídeo reportagem elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo CONTRATANTE, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação.
- Equipe utilizada na produção.
- Serviços complementares de pós-produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	Até 2 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.
Alta	De 2 a 5 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

5. Prevenção e Gerenciamento de Crises

5.1 Gerenciamento de Crise

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdo sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa *on-line*, o acompanhamento de entrevistas e organização de encontros com a imprensa com o objetivo de esclarecer o posicionamento do Governo Federal sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média - regional	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.
Média - nacional	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.

6. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas

6.1 Projeto Gráfico

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou *webs*, *newsletters*, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no *briefing* de trabalho.

Entregas: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no *briefing*.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes de comunicação do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 páginas. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Média	De 11 até 50 páginas Prazo de entrega: Até 10 dias.
Alta	De 51 até 100 páginas Prazo de entrega: Até 20 dias.

6.2 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

Descritivo: Organização do conteúdo e dos elementos gráficos em espaço determinado, em projeto gráfico (leiaute) previamente aprovado, devendo incorporar os princípios do design gráfico para manter a identidade da peça ou publicação.

Entregas: Peça ou publicação diagramada, em arquivo digital, para impressão.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

6.3 Produção e Revisão de Texto em Língua Estrangeira

Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto nos idiomas Inglês e Espanhol, respeitando as normas gramaticais do idioma do texto.

Entregas: Arquivo, em formato texto, com texto revisado, editado e formatado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Cumprimento do conteúdo.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado com até 5 (cinco) laudas. Prazo de entrega: até 2 dias úteis
Média	Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado contendo de 6 (seis) a 10 (dez) laudas. Prazo de entrega: até 3 dias úteis.
Alta	Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado contendo de 11 (onze) a 20 (vinte) laudas. Prazo de entrega: até 5 dias úteis.

6.4. Análise de Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias

Descritivo: Síntese analítica do conteúdo monitorado em jornais, revistas, *blogs*, redes sociais e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem da Infra S.A. e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- 01 relatório eletrônico mensal, enviado por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. A ser divulgado até o quinto dia útil do mês subsequente ao monitoramento.
- Alertas – mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto e de interesse do CONTRATANTE, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento dos prazos estipulados.
- Qualidade das análises.
- Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- Aderência aos temas da contratante.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de circulação (nacional, regional ou internacional).
- Quantidade de veículos monitorados.

Complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

7. Auditoria

7.1. Auditoria de Imagem

Descritivo: Auditoria trimestral de exposição da Infra S.A. e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias, TV, rádio, *blogs* e redes sociais). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem da contratante.

Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do Governo Federal e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Trimestral.

8. Monitoramento e Análise

8.1 Clipping Nacional - Rádio e TV

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse da CONTRATANTE, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 05 emissoras de TV aberta e 05 emissoras de TV fechada, e em até 100 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas:

- 03 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pela CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.
- 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pela CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

8.2 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: *Clipping* diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional e em até 60 jornais regionais.

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse da Infra S.A.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

2. PLANILHA DE ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

2.1 As quantidades anuais apresentadas na tabela abaixo representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor total estimado de investimento para a contratação.

2.2 A quantidade anual foi prevista para ser executada de forma não cumulativa, durante cada vigência contratual de 12 (doze) meses.

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA					
PRODUTO/SERVIÇO	DESCRIÇÃO	QTDE	PRODUTO	PERIODICIDADE	VALOR UNITÁRIO
1. Estratégia de Comunicação	1.1. Avaliação de percepção de imagem	1	Relatório	ano	82.582,17
	1.2. Diagnóstico e matriz estratégica	1	Relatórios	ano	61.418,54
	1.3. Plano Estratégico de Comunicação Corporativa	1	Relatório	ano	80.022,92
2. Assessoria de Imprensa	2.1 Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	12	Relatórios	mensal	19.924,40
		24	Relatórios	mensal	28.448,04
	2.2 Entrevistas Coletivas	6	Relatórios	Demanda	13.077,56
		4	Relatórios	Demanda	19.322,79
3. Treinamento	3.1. Planejamento e execução de media training	2	Relatórios	Demanda	25.309,00
		1	Treinamento	ano	28.199,42
		1	Treinamento	ano	41.426,39
	3.2. Media training em situações de crise	1	Treinamento	ano	52.275,63
	3.3. Treinamento para apresentações	1	Treinamento	ano	49.051,91
	3.4. Workshops/seminários para jornalistas	2	Treinamentos	ano	16.862,78
		1	Evento	ano	33.777,59
		2	Eventos	ano	45.766,54
4. Mídias	4.1 Fotografia	2	Eventos	ano	59.461,89
		60	Unidade (Produção/Evento)	ano	1.520,89
	4.2 Reportagem em vídeo (Vídeo release)	10	Unidade (Produção/Evento)	ano	2.286,07
		10	Captações	ano	35.792,71
5. Prevenção e Gerenciamento de Crises	5.1. Gerenciamento de Crise	10	Captações	ano	25.621,03
		1	Relatório	Ocorrência	47.199,21
6. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas	6.1. Projeto Gráfico	1	Relatório	Ocorrência	68.535,98
		1	Projeto	Ocorrência	14.455,89
		1	Projeto	Ocorrência	22.201,92
	6.2. Diagramação/editoração de publicações impressas	1	Projeto	Ocorrência	34.274,47
		5	Projeto	Ocorrência	13.818,26
		5	Projeto	Ocorrência	18.129,38
	6.3. Produção e Revisão de texto em língua estrangeira	5	Projeto	Ocorrência	23.399,67
		5	Texto (até 5 laudas)	Sob demanda	4.688,25
		3	Texto (de 6 a 10 laudas)	Sob demanda	7.629,18
	6.4. Análise de Jornais, Revistas, Blogs, redes sociais e Portais de Notícias	1	Texto (de 11 a 20 laudas)	Sob demanda	7.069,39
12		Relatórios	ano	18.779,90	
7. Auditoria	7.1 Auditoria de Imagem	4	Relatórios	ano	38.737,61
8. Monitoramento e Análise	8.1 Clipping Nacional - Rádio e TV	12	Relatórios	ano	11.694,35
	8.2 Clipping Nacional - Jornais, Revistas e Portais de Notícias	365	Clippings	ano	1.593,33
TOTAL					

ANDRÉ PINTO SILVEIRA

Chefe da Assessoria de Comunicação Social



Documento assinado eletronicamente por **André Pinto Silveira, Chefe de Assessoria**, em 11/10/2024, às 17:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.transportes.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&acao_origem=documento_conferir&lang=pt_BR&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **8936117** e o código CRC **77AB244F**.



Referência: Processo nº 50050.006336/2024-44



SEI nº 8936117

SAUS, Quadra 01, Bloco 'G', Lotes 3 e 5. Bairro Asa Sul, - Bairro Asa Sul
Brasília/DF, CEP 70.070-010
Telefone: