

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

I - Necessidade da contratação:

1.1. A Infra S.A. é oriunda da incorporação da Empresa de Planejamento e Logística S.A. e VALEC Engenharia, Construções e Ferrovias S.A., vinculada ao Ministério dos Transportes que tem por objeto social:

Art. 4º A Valec tem por objeto social:

I - planejar e promover o desenvolvimento do serviço de transporte ferroviário de alta velocidade de forma integrada com as demais modalidades de transporte, por meio de estudos, pesquisas, construção da infraestrutura, operação e exploração do serviço, administração e gestão de patrimônio, desenvolvimento tecnológico e atividades destinadas à absorção e transferência de tecnologias;

II - prestar serviços na área de projetos, estudos e pesquisas destinados a subsidiar o planejamento da logística e dos transportes no País, consideradas as infraestruturas, plataformas e os serviços pertinentes aos modos rodoviário, ferroviário, dutoviário, aquaviário e aeroviário; e

III - a construção e exploração de infra-estrutura ferroviária.

1.2. Com a incorporação e a criação da Infra S.A., a Companhia passou a ter por competência:

Art. 5º Compete à Valec:

[...]

II - coordenar, executar, controlar, revisar, fiscalizar e administrar obras de infraestrutura ferroviária que lhe forem outorgadas;

III - desenvolver estudos e projetos de obras de infraestrutura ferroviária;

[...]

X - elaborar estudos de viabilidade técnica, jurídica, ambiental e econômico-financeira necessários ao desenvolvimento de projetos de logística e transportes;

[...]

XIII - promover estudos voltados a programas de apoio, modernização e capacitação da indústria nacional, objetivando maximizar a participação desta no fornecimento de bens e equipamentos necessários à expansão do setor de transportes;

XIV - elaborar estudos de curto, médio e longo prazo, necessários ao desenvolvimento de planos de expansão da infraestrutura dos setores de logística e transportes;

XV - elaborar estudos especiais a respeito da demanda global e intermodal de transportes, por regiões, no sentido de subsidiar a incorporação desses elementos na formulação de políticas públicas voltadas à redução das desigualdades regionais, especialmente daquelas que tenham por finalidade estimular o desenvolvimento do sistema logístico nas Regiões Norte e Nordeste e em outras áreas territoriais abrangidas pela Política Nacional de Desenvolvimento Regional;

XVI - elaborar projetos básico e executivo de obras de infraestrutura de transportes;

XVII - promover o desenvolvimento dos sistemas de transporte de carga e passageiros sobre trilhos, objetivando seu aprimoramento e a absorção de novas tecnologias;

XVIII - realizar e promover pesquisas tecnológicas e de inovação, isoladamente ou em conjunto com instituições científicas e tecnológicas, organizações de direito privado sem fins lucrativos voltadas para atividades de pesquisa e desenvolvimento e sociedades nacionais, de modo a subsidiar a adoção de medidas organizacionais e técnico-econômicas do setor, tendo por referência o desenvolvimento científico e tecnológico mundial, realizando as gestões pertinentes à proteção dos direitos de propriedade industrial eventualmente decorrentes;

XIX - planejar, exercer e promover as atividades de absorção e transferência de tecnologia no setor de transportes, celebrando e gerindo acordos, contratos e demais instrumentos congêneres necessários ao desempenho dessa atividade;

XX - participar das atividades relacionadas ao setor de transportes, nas fases de projeto, fabricação, implantação e operação, visando a garantir o desenvolvimento, a absorção e a transferência de tecnologia;

[...]

XXII - subsidiar a formulação, o planejamento e a implementação de ações no âmbito das políticas de logística e transporte, de modo a propiciar que as modalidades de transporte se integrem umas às outras e, quando viável, a empreendimentos de infraestrutura e serviços públicos não relacionados manifestamente a transportes;

XXIII - planejar e promover a disseminação e a incorporação das tecnologias utilizadas e desenvolvidas no âmbito do setor de transportes em outros segmentos da economia;

XXIV - obter licença ambiental necessária aos empreendimentos na área de infraestrutura de transportes;

XXV - celebrar contratos e convênios com órgãos e entidades da administração direta ou indireta, empresas privadas e com órgãos internacionais para prestação de serviços técnicos especializados;

XXVI - propor planos de metas voltados à utilização racional e conservação da infraestrutura de transportes, podendo estabelecer parcerias de cooperação para esse fim;

XXVII - prestar serviços aos órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e Municípios em assuntos de sua especialidade;

XXVIII - coordenar os serviços técnicos executados por outras empresas de engenharia, de consultoria ou de obras, e executar serviços ou obras de engenharia em geral, necessária à realização do seu objeto;

[...]

XXX - elaborar estudos e modelagens voltados para implantação ou reativação de infraestrutura ferroviária, inclusive em conjunto e interligação com outras modalidades de transporte, visando o fomento e integração multimodal;

XXXI - elaborar estudos e modelagens de concessão e operação de infraestrutura, sistemas acessórios de armazenagem, transferência e manuseio de produtos e bens a serem transportados, instalações e sistemas de interligação de estradas de ferro com outras modalidades de transportes;

XXXII - desenvolver estudos de planejamento estratégico, soluções de engenharia, consultoria e certificações relacionadas com a infraestrutura ferroviária;

XXXIII - prestar serviços de assessoramento ao Ministério dos Transportes e quaisquer de suas entidades vinculadas, no conjunto de atividades de sua especialidade;

XXXIV - prestar serviços a órgãos ou entidades estrangeiros ou internacionais, no País ou no exterior, em assuntos de sua especialidade;

XXXV - prestar serviços aos autoritários, permissionários e concessionários de infraestrutura necessários à implantação do empreendimento, no âmbito de

suas competências e especialidade; e

1.3. Como visto, a Infra S.A. tem papel de grande relevância na logística e infraestrutura do país, sendo responsável por empreendimentos de infraestrutura e pode ser demandada por meio do Ministério dos Transportes em articulação com o Ministério de Portos e Aeroportos, para atuar em projetos e orçamento de terminais portuários, aeroportos, rodovias, terminais de armazenagem e transbordo, além dos projetos ferroviários e rodoviários ainda não outorgados à empresa.

1.4. Além disso, o Plano de Negócios da Infra S.A. tem no seu portfólio produtos de Planejamento de Infraestrutura de Transportes, Licenciamento Ambiental, Estrutura e Modelagem de Concessão e Ferramentas de apoio à decisão, tais como o Observatório Nacional de Transporte e Logística - ONTL que coleta e centraliza informações em um repositório inteligente capaz de subsidiar os estudos realizados para a elaboração do Plano Nacional de Logística - PNL.

1.5. Diante desse contexto, atualmente existe a necessidade de fortalecimento da imagem e marca Institucional, bem como é imperioso a divulgação do andamento das ações e andamentos dos projetos desenvolvidos pela Infra S.A., visando a transparência pública e consolidação da sua imagem perante a sociedade.

1.6. Isso está em consonância com o Mapa Estratégico da Companhia no objetivo 1.2:



1.7. Nesse contexto, a Assessoria de Comunicação da Infra S.A. tem por competência:

Art. 22. Compete à Assessoria de Comunicação Social:

- I - propor e implantar planos, programas, políticas e projetos de comunicação social;
- II - assessorar a Diretoria Executiva em assuntos relativos à comunicação social, nos seus diversos segmentos, bem como programar, coordenar, e administrar campanhas publicitárias que venham a ser executadas;
- III - promover a imagem institucional da empresa perante seus diversos públicos;
- IV - definir e acompanhar o plano visual e conteúdo dos sítios, organizar e manter atualizada a página eletrônica com informações do interesse da sociedade, garantindo a transparência da gestão da empresa;
- V - definir padrões e diretrizes de cerimonial para a promoção de eventos que contribuam para a divulgação da imagem institucional da organização;
- VI - coordenar o planejamento de eventos e solenidades;
- VII - assistir ao Diretor-Presidente e os demais diretores no relacionamento com a imprensa, fornecendo subsídios para elaboração de matérias e zelando pela ampla divulgação das atividades da INFRA S.A.;
- VIII - prestar esclarecimentos de assuntos relacionados à INFRA S.A., principalmente para veículos de comunicação, com o propósito de informar ao público sobre ações desenvolvidas pela empresa, exercendo, assim, o papel de assessoria de imprensa;
- IX - coordenar a comunicação interna, proporcionando aos colaboradores conhecimento das ações da empresa por meio dos recursos comunicacionais disponíveis;
- X - promover a interatividade por meio da comunicação digital, na qual se inserem: Portal Eletrônico; Intranet; e redes sociais;
- XI - analisar as matérias divulgadas sobre a INFRA S.A. e avaliar as tendências e repercussões no governo e opinião pública;
- XII - realizar e coordenar a produção de material fotográfico e audiovisual relativo às ações e projetos, assim como dos eventos dos quais a empresa participe;
- XIII - promover a publicação dos normativos e documentos na intranet, em coordenação com a área responsável;
- XIV - coordenar as publicações no Diário Oficial da União, bem como a veiculação de avisos;
- XV - informar a direção da INFRA S.A. sobre pautas institucionais relevantes;
- XVI - assistir ao Gabinete da Presidência na coordenação da agenda institucional;
- XVII - apoiar a área de comunicação social na recepção de representantes de outras instituições na empresa ou em eventos patrocinados pela empresa;
- XVIII - acompanhar as pautas parlamentares afetas à INFRA S.A.; e
- XIX - organizar a participação das unidades em reuniões ou eventos.

1.8. Dessa forma, atualmente, a Infra S.A. não dispõe, em sua estrutura, de um plano de carreiras compatível com o trabalho dos profissionais necessários para realizar essas atividades de comunicação social e relações públicas, o que inviabiliza a estruturação de uma comunicação social adequada e atingimento dos objetivos institucionais estratégicos.

1.9. Conforme informado pela Superintendência de Gestão de Pessoas - SUGEP, atualmente, o quadro de empregados públicos da ASCOM encontra-se da seguinte forma:

Cargos	Contagem de Cargo	Nível Escolaridade	Cargos INFRA
Analista De Sistemas	1	NS	Cargo do PCS 2012
Assessor	1	NS	Cargo PCC
Assessor Técnico III	1	NS	Cargo PCC
Assistente Administrativo	1	NM	Cargo do PCS 2012
Assistente Técnico Administrativo	1	NM	Cargo do PCS 2007 - em extinção
Assistente Técnico I	1	NM	Cargo PCC

Assistente Técnico II	1	NM	Cargo PCC
Chefe De Assessoria	1	NS	Cargo PCC
Estagiário Nível Superior	4	NS	Estagiário
GEIPOT - Assistente B	1	NM	Cargo GEIPOT - em extinção
GEIPOT - Desenhista	1	NM	Cargo GEIPOT - em extinção
Gerente	1	NS	Cargo PCC
Jornalista	1	NS	Cargo do PCS 2012

1.10. Quanto ao quadro existente no cargo de jornalista, atualmente a ASCOM conta somente com uma empregada do PCS 2012. Destacando-se que os demais cargos de Planos existentes na estatal encontram-se com status "em extinção". E os demais são cargos de livre provimento/comissionados.

1.11. Dessa forma, a ASCOM não possui staff próprio e nem quantidade suficiente para o desenvolvimento de todas as atividades requeridas.

1.12. Uma comunicação institucional efetiva compreende a prospecção, o planejamento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de Comunicação com objetivo de apoiar a Companhia no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas junto a públicos de interesse, para difusão de ideias e princípios, posicionamento da empresa.

1.13. Essa comunicação forte, eficiente e integrada, para formação da imagem do órgão, deve ser disseminada e ratificada todos os dias, a fim de firmar com a sociedade o compromisso, a missão e os valores da instituição materializados no âmbito da prestação dos serviços e na gestão dos investimentos públicos. Dessa forma, percebe-se a importância do trabalho de inteligência de comunicação, coeso e bem planejado, não consistindo apenas no uso de ferramentas de comunicação.

1.14. O modelo de comunicação proposto pelas novas mídias é dinâmico e direto, demanda diálogo constante e contínuo com a sociedade e exige que a Infra S.A. esteja sempre atenta e à disposição para esclarecer, destacar e promover as pautas institucionais.

1.15. Sem uma contratação para suportar essas demandas, as diversas atividades de assessoramento em comunicação social ficam comprometidas, causando enorme prejuízo à imagem institucional da Infra S.A.

1.16. Nesse sentido, a contratação de serviços de comunicação corporativa faz-se imprescindível, uma vez que ela tem o potencial de agregar maior credibilidade e tempestividade às ações de divulgação, na medida em que as informações chegam ao cidadão por meio dos diversos canais de comunicação. O serviço a ser contratado deve atuar de modo constante e contínuo, em apoio à Assessoria de Comunicação da Infra S.A., na divulgação de matérias relacionadas com a área de atuação da Companhia.

1.17. A complexidade do serviço a ser prestado, bem como a necessidade de expertise e inteligência na sua execução, requer a coordenação de ferramentas de comunicação, sempre de modo pronto e tempestivo, fazendo-se necessária a contratação de empresa especializada, possibilitando o atendimento das necessidades comunicacionais da Infra S.A.

1.18. Nesse contexto, o presente estudo objetiva a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação corporativa, referentes à:

- a) a prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber;
- b) manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e
- c) criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

1.19. A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.18, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação corporativa que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.19.1. O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.18 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação corporativa para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados, e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.19.2. Os serviços previstos no subitem 1.18 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação corporativa da ASCOM da Infra S.A., no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

1.19.3. Será contratada 1 (uma) empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa doravante denominada licitante ou contratada. A definição do quantitativo de agências a ser contratado está em conformidade com o inciso I, do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023.

1.20. Os documentos editalícios não serão submetidos à SECOM/PR, de forma prévia, tendo em vista estarem dispensados, consoante faculta o art. 6º, parágrafo único, inciso IV do Decreto nº 6.555/2008, e artigo 14, § 1º, inciso IV da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, por se tratar de comunicação corporativa e não serviços de publicidade.

1.21. Além disso, destaca-se que somente os serviços de publicidade e propaganda são obrigatórios de análise prévia da SECOM, nos termos do artigo 13 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2019, *verbis*:

Art. 13. Deverá ser previamente submetida à análise e aprovação da SECOM a minuta de edital de licitação destinada à contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda.

1.21.1. A dispensa a que se refere o parágrafo anterior, não desobriga os procedimentos para licitação

1.22. **Resultados esperados:**

1.22.1. Espera-se obter com a presente contratação, o desenvolvimento de serviços que viabilizarão ações de comunicação estratégica estruturadas, de modo a permitir a obtenção dos seguintes resultados:

- a) **Melhoria da Imagem Corporativa**
 - Reputação: Melhorar a percepção pública da empresa, promovendo uma imagem positiva e confiável.
 - Confiança: Aumentar a confiança dos *stakeholders*, incluindo clientes, investidores e a comunidade em geral.
- b) **Comunicação Eficaz**
 - Transparência: Facilitar a comunicação clara e transparente com o público e os colaboradores.
 - Informação: Garantir que informações importantes, como mudanças nos serviços ou novas políticas, sejam comunicadas de forma eficaz.
- c) **Engajamento com o Público**
 - Relacionamento: Fortalecer o relacionamento com os clientes, parceiros e outras partes interessadas.
 - Feedback: Coletar feedback valioso do público para melhorias contínuas.
- d) **Gerenciamento de Crises**
 - Prevenção: Estabelecer planos de comunicação de crise para lidar com situações emergenciais de maneira eficaz.
 - Resposta Rápida: Garantir respostas rápidas e adequadas para minimizar impactos negativos durante crises.

e) **Marketing e Promoção**

- Visibilidade: Aumentar a visibilidade da empresa através de campanhas de marketing e promoção.
- Engajamento: Engajar o público-alvo com conteúdo relevante e campanhas de marketing direcionadas.

f) **Alinhamento Interno**

- Cultura Organizacional: Promover uma cultura organizacional positiva e unificada.
- Engajamento dos Empregados e Colaboradores: Aumentar o engajamento e a satisfação dos funcionários através de comunicação interna eficaz.

g) **Aumento da Eficiência Operacional**

- Coordenação: Melhorar a coordenação e comunicação interna entre diferentes departamentos e unidades.
- Fluxo de Informação: Assegurar que a informação correta chegue às pessoas certas no momento certo.

h) **Monitoramento e Avaliação**

- Métricas de Sucesso: Estabelecer e monitorar métricas de sucesso para avaliar o impacto das estratégias de comunicação.
- Ajustes: Fazer ajustes nas estratégias de comunicação com base em dados e feedback coletados.

1.22.2. A contratação de serviços de comunicação corporativa deve ser vista como um investimento estratégico que pode trazer benefícios significativos e sustentáveis para a empresa estatal de logística e transporte, pois resultará no reforço da transparência dos projetos e programas desenvolvidos, reforçando de forma positiva a imagem e os trabalhos derivados da Infra S.A.. Além de potencializar a relação e troca com a imprensa e veículos formadores de opinião.

1.22.3. O objetivo principal do estudo é detalhar a necessidade e identificar no mercado a melhor solução para supri-la.

1.23. **Identificação das necessidades tecnológicas:**

1.23.1. Não se aplica, visto que os serviços serão executados pela Contratada.

2. **DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO PARA A ESCOLHA DA SOLUÇÃO**

2.1. A licitação terá por fundamento legal o regramento disposto na Lei nº 13.303/2016, subsidiariamente a Lei nº 12.231/2010, Decreto nº 6.555/2008, Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023, Instrução Normativa SECOM/PR nº 4/2024, Instrução Normativa SECOM/PR nº 5/2024, Regulamento Interno de Licitações e Contratos da Infra S.A.

2.2. Os serviços serão prestados por empresa especializada no ramo, devidamente regulamentada e autorizada pelas autoridades competentes, em conformidade com a legislação vigente e padrões de sustentabilidade exigidos nesse instrumento e no futuro termo de referência.

2.3. A empresa deverá demonstrar experiência em soluções de comunicação, de forma a executar sob demanda a comunicação direta com o cidadão por meio dos canais oficiais, editar imagens, realizar cobertura online, zelar pelo banco de imagens da empresa, realizar registros fotográficos e de vídeos, editar as imagens, peças de divulgação para comunicação interna e externa, diagramar relatórios, livretos e outras publicações, de responsabilidade da Assessoria de Comunicação da Infra S.A.. Essas atribuições requerem uma comunicação social eficiente e objetiva com atuação em diversas plataformas viabilizando um eficiente diálogo com o público de interesse, conforme os requisitos técnicos abaixo detalhados:

2.3.1. **Requisito de capacitação:** A empresa contratada deve possuir equipe com formação e treinamento adequados para executar as atividades de comunicação corporativa. Isso inclui:

2.3.1.1. Qualificações Acadêmicas: Diplomas e certificações em áreas como: jornalismo, publicidade, relações públicas, marketing, design gráfico, e/ou comunicação.

2.3.1.2. Experiência Profissional: Histórico comprovado de projetos anteriores bem-sucedidos em comunicação corporativa, preferencialmente em setores semelhantes ao da empresa contratante.

2.3.1.3. Treinamento Contínuo: Participação em programas de desenvolvimento profissional contínuo para manter a equipe atualizada com as últimas tendências e melhores práticas do setor.

2.3.2. **Requisito de manutenção:** A empresa contratada deve ter capacidade de fornecer suporte contínuo e manutenção dos serviços de comunicação corporativa. Isso inclui:

2.3.2.1. Suporte Técnico: Disponibilidade de suporte técnico para resolver problemas de software e ferramentas de comunicação utilizados.

2.3.2.2. Atualizações Regulares: Implementação de atualizações e melhorias contínuas nos serviços e ferramentas utilizadas para manter a eficácia e relevância das estratégias de comunicação.

2.3.2.3. Monitoramento e Avaliação: Sistema de monitoramento contínuo das atividades de comunicação para garantir que os objetivos sejam atingidos e ajustar estratégias conforme necessário.

2.3.3. **Requisitos de segurança e privacidade:** A empresa contratada deve garantir que todas as comunicações e dados sejam mantidos seguros e privados. Isso inclui:

2.3.3.1. Proteção de Dados: Implementação de medidas robustas de segurança para proteger dados sensíveis e informações confidenciais contra acesso não autorizado e violações.

2.3.3.2. Conformidade com Regulamentações: Adesão a todas as leis e regulamentos aplicáveis relacionados à segurança e privacidade de dados, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil.

2.3.3.3. Políticas de Privacidade: Desenvolvimento e manutenção de políticas de privacidade claras e abrangentes para proteger as informações dos *stakeholders*.

2.3.4. **Requisitos de garantia técnica e manutenção:** A empresa contratada deve fornecer garantias técnicas sobre a qualidade dos serviços e manutenção necessária para assegurar o funcionamento contínuo e eficiente das atividades de comunicação. Isso inclui:

2.3.4.1. Acordo de Nível de Serviço (SLA): Estabelecimento de SLAs claros que definem os níveis de serviço esperados e os prazos para a resolução de problemas.

2.3.4.2. Garantia de Qualidade: Garantias sobre a qualidade dos materiais e serviços prestados, incluindo revisões e ajustes conforme necessário.

2.3.4.3. Planos de Contingência: Desenvolvimento de planos de contingência para garantir a continuidade das atividades de comunicação em caso de falhas técnicas ou outras emergências.

2.3.5. **Demais requisitos:** Inclui outros requisitos específicos que a empresa contratante considere necessários para a eficácia da comunicação corporativa. Isso pode incluir:

2.3.5.1. Adaptabilidade e Flexibilidade: Capacidade de adaptar rapidamente as estratégias de comunicação em resposta a mudanças no mercado ou na empresa.

2.3.5.2. Criatividade e Inovação: Prova de criatividade e inovação em campanhas anteriores, demonstrando a capacidade de criar conteúdo envolvente e original.

2.3.5.3. Conhecimento do Setor: Familiaridade com o setor específico da empresa contratante, compreendendo suas particularidades, desafios e oportunidades.

2.3.5.4. Colaboração e Comunicação: Habilidade para trabalhar de forma colaborativa com a equipe interna da empresa contratante, garantindo uma comunicação aberta e eficaz.

2.3.5.5. Relatórios e Feedback: Capacidade de fornecer relatórios detalhados e regulares sobre o progresso e os resultados das atividades de comunicação, além de coletar e integrar feedback dos stakeholders.

2.4. Para estabelecer padrões mínimos de qualidade e desempenho no desenvolvimento dos serviços de comunicação corporativa em uma licitação, é essencial definir critérios claros e mensuráveis. Aqui estão os principais padrões que devem ser considerados:

a) Qualidade do Conteúdo

I - Relevância: O conteúdo deve ser relevante e alinhado com os objetivos e valores da empresa.

II - Clareza e Precisão: O conteúdo deve ser claro, preciso e livre de erros gramaticais e ortográficos.

III - Criatividade: O conteúdo deve ser criativo e capaz de captar a atenção do público-alvo.

IV - Consistência de Marca: O conteúdo deve manter a consistência com a identidade visual e a mensagem da marca.

b) Prazos e Pontualidade

V - Cumprimento de Prazos: A empresa contratada deve cumprir rigorosamente os prazos estabelecidos para a entrega de materiais e execução de campanhas.

VI - Pontualidade na Resposta: Respostas a consultas e solicitações da empresa contratante devem ser rápidas, conforme acordado nos SLAs.

c) Eficiência Operacional

VII - **Processos Otimizados:** A empresa deve demonstrar eficiência em seus processos internos, garantindo que os projetos sejam executados de forma eficaz e sem desperdício de recursos.

VIII - **Gerenciamento de Projetos:** Uso de metodologias de gerenciamento de projetos para garantir o planejamento, execução e monitoramento adequados das atividades.

d) Medição e Avaliação de Resultados

IX - **Indicadores de Desempenho (KPIs):** Definição de KPIs claros para medir o sucesso das atividades de comunicação, como alcance, engajamento, taxa de conversão e ROI.

X - **Relatórios Regulares:** Fornecimento de relatórios detalhados e regulares sobre o progresso e os resultados das atividades, com análises e recomendações.

e) Flexibilidade e Adaptação

XI - **Adaptabilidade:** Capacidade de adaptar as estratégias e táticas de comunicação em resposta a mudanças no mercado, feedback dos stakeholders ou necessidades da empresa.

XII - **Inovação:** Adoção de novas tecnologias e abordagens criativas para melhorar a eficácia das comunicações.

f) Conformidade com Normas e Regulamentos

XIII - Legislação e Regulamentação: Adesão a todas as leis e regulamentações aplicáveis, incluindo aquelas relacionadas à comunicação e/ou publicidade, proteção de dados e propriedade intelectual.

XIV - Ética e Transparência: Compromisso com práticas éticas e transparentes em todas as atividades de comunicação.

g) Qualidade Técnica

XV - Design e Estética: Padrões elevados de design gráfico e estético, garantindo que todos os materiais sejam visualmente atraentes e profissionais.

XVI - Usabilidade e Acessibilidade: Garantir que todos os materiais digitais sejam fáceis de usar e acessíveis a pessoas com deficiências, conforme as diretrizes de acessibilidade.

h) Segurança e Privacidade

XVII - Proteção de Dados: Implementação de medidas robustas para proteger dados sensíveis e garantir a privacidade das informações.

XVIII - Segurança da Informação: Adesão a padrões de segurança da informação, para proteger contra ameaças e vulnerabilidades.

i) Colaboração e Comunicação

XIX - **Trabalho em Equipe:** Habilidade para colaborar efetivamente com a equipe interna da empresa contratante, mantendo uma comunicação aberta e contínua.

XX - **Transparência:** Manter uma comunicação transparente sobre o progresso dos projetos, desafios enfrentados e soluções implementadas.

2.5. Para a presente contratação será elaborado Termo de Referência com os elementos necessários e suficientes, com nível de precisão adequado para definir e dimensionar os serviços, que assegure a viabilidade técnica e o adequado tratamento dos serviços a serem desenvolvidos, de modo a possibilitar a avaliação do custo dos serviços e a definição dos métodos e do prazo de execução.

3. LEVANTAMENTO DE MERCADO

3.1. Durante o levantamento de mercado, analisou-se a forma como outras instituições públicas realizam contratações para atender demandas similares, procurando verificar dentre as soluções existentes qual melhor se compatibiliza com as necessidades da Infra S.A.

3.2. Em busca das práticas de mercado para atendimento da necessidade, foram identificados as seguintes soluções propostas pela administração pública:

ID	Descrição da Solução
1	Solução: Prestação de serviço por servidores do quadro. Valor Global estimado: Não se aplica Regime de Execução: Não se aplica

2	Solução: Contratação por produto/demanda Prazo do contrato: Vigência = até 60 meses Regime de Execução: Empreitada por preço unitário
3	Solução: Serviço mensurado por hora/atividade Prazo do contrato: Vigência = até 60 meses Regime de Execução: Empreitada por preço unitário
4	Solução: Contratação por posto de trabalho Prazo do contrato: Vigência = até 60 meses Regime de Execução: Empreitada por posto de trabalho
5	Solução: Concurso Público
6	Solução – Processo Seletivo Externo

Tabela - Descrição das soluções

3.3. Identificação das Soluções:

3.3.1. **Descrição da solução 1:** A solução 1 consiste na execução das atividades por servidores do quadro próprio da Infra S.A., considera a utilização de mão-de-obra própria para a realização dos serviços, considerando os empregados efetivos e comissionados.

3.3.2. **Descrição da solução 2:** Na contratação por produtos, o pagamento deve estar estritamente atrelado a produtos entregues ou resultados alcançados, os quais devem ser previamente definidos em bases compreensíveis, tangíveis, objetivamente observáveis e comprováveis, com níveis esperados de qualidade da prestação do serviço e respectivas adequações de pagamento.

3.3.3. **Descrição da solução 3:** A contratação por hora/atividade requer a efetiva quantificação de horas para a execução de cada atividade a ser demandada, com pagamento pelos profissionais e equipamentos/insumos envolvidos.

3.3.4. **Descrição da solução 4:** A contratação por posto de trabalho colocados à disposição da contratante se caracteriza pela medição de “homem-mês”, ou seja, relacionada à mera permanência de mão de obra no local de trabalho, a fim de realizar os serviços contratados.

3.3.5. **Descrição da solução 5:** A solução 5 considera a promoção de concurso público para suprir a necessidade de força de trabalho.

3.3.6. **Descrição da solução 6:** A solução 6 considera a realização de Processo Seletivo Externo que consiste na seleção de servidores ou empregados públicos para compor a força de trabalho da Infra S.A.

3.4. Análise Comparativa de Soluções:

Requisito	Solução	Sim	Não	Não se Aplica
A Solução encontra-se implantada em outro órgão ou entidade da Administração Pública?	Solução S1	X		
	Solução S2	X		
	Solução S3		X	
	Solução S4	X		
	Solução S5			X
	Solução S6			X
A solução permite o acompanhamento simultâneo pela Infra S.A. do desenvolvimento dos produtos, a interação e a troca de experiência entre os envolvidos (demandantes, gerências, gestores, fiscalizações e analistas)?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3		X	X
	Solução S4		X	
	Solução S5		X	
	Solução S6		X	
É possível obter desconto na contratação em relação ao valor referencial?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3		X	
	Solução S4		X	
	Solução S5			X
	Solução S6			X
Há possibilidade de adequação imediata da quantidade de produtos a serem elaborados de acordo com as demandas do setor e a critério da contratante?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3			X
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X
As demandas previstas no escopo do contrato serão repassadas sem a necessidade aceitação prévia da contratada?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3			X
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6		X	
Há possibilidade de repassar demandas sem a obrigatoriedade de elaborar uma Ordem de Serviço para todo e qualquer trabalho a ser solicitado?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3		X	
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X
	Solução S1		X	
	Solução S2	X		

Há possibilidade de incluir na contratação a exigência de transferência de conhecimento para os empregados efetivos da Infra S.A., mediante a obrigatoriedade de compartilhar conhecimento durante a realização dos serviços e em horários específicos predeterminados?	Solução S3		X	
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X
Há a possibilidade de estabelecer metas de quantidade mínima de serviço que podem ou devem ser solicitados em função da demanda existente no setor?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3	X		
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6	X		
Há impossibilidade de recusa de serviços considerados estratégicos, urgentes, prioritários ou essenciais ao setor?	Solução S1			X
	Solução S2	X		
	Solução S3	X		
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X
É possível exigir contratações de profissionais para atender determinada demanda?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3	X		
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X
Há possibilidade de realizar desconto na medição vinculado à avaliação dos resultados da contratada?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3		X	
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X
É possível monitorar a eficiência e qualidade dos serviços prestados?	Solução S1		X	
	Solução S2	X		
	Solução S3	X		
	Solução S4			X
	Solução S5			X
	Solução S6			X

Tabela - Questionário de Requisitos

Registra-se a quantidade de resultados favoráveis, para o que se pretende, dentre as soluções analisadas, a saber:

Solução	Quantidade de aspectos favoráveis
1 - Execução por Quadro próprio	01
2 - Contratação por produto/demanda	13
3 - Contratação por hora/atividade	04
4 - Contratação por posto de trabalho	01
5 - Concurso Público	01
6 - Processo Seletivo Externo	00

Tabela: Resultados da análise comparativa de soluções para atendimento das demandas

3.5. Registro de Soluções Consideradas Inviáveis:

3.5.1. Para escolher a solução mais adequada para a contratação de serviços de comunicação corporativa, é importante analisar os prós, contras e a viabilidade de cada opção: execução por quadro próprio, contratação por produto/demanda, contratação por hora/atividade, contratação por posto de trabalho, concurso público e processo seletivo externo.

Solução	Prós	Contras	Viabilidade
---------	------	---------	-------------

<p>1 - Execução por Quadro próprio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Controle Direto: Maior controle sobre a equipe e as atividades diárias. • Integração: Equipe interna bem integrada com a cultura e os objetivos da empresa. • Flexibilidade Interna: Facilidade para ajustar prioridades e tarefas conforme as necessidades internas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Custo Fixo Elevado: Manutenção de uma equipe interna pode ser mais cara devido a salários, benefícios e treinamento contínuo. • Limitações de Expertise: Pode faltar conhecimento especializado ou diversidade de habilidades que uma equipe externa pode oferecer. • Capacidade Limitada: A capacidade de resposta pode ser limitada pelo tamanho da equipe. 	<p>Viável para empresas com recursos suficientes para manter uma equipe interna dedicada e com necessidade constante de serviços de comunicação - Que não é o caso da estrutura da Infra S.A.</p>
<p>2 - Contratação por produto/demanda</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Custo Variável: Paga-se apenas pelo que é necessário, podendo ajustar conforme o orçamento. • Especialização: Acesso a especialistas e serviços sob demanda que podem não estar disponíveis internamente. • Flexibilidade: Fácil de escalar para cima ou para baixo conforme a demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Controle Reduzido: Menor controle sobre a execução e a qualidade dos serviços. • Tempo de Coordenação: Pode haver necessidade de mais tempo para coordenar projetos com fornecedores externos. • Consistência: Dificuldade em manter a consistência na comunicação e na identidade de marca. 	<p>Viável para empresas que precisam de serviços específicos de comunicação em períodos determinados, como campanhas de marketing ou eventos, com pagamento sob demanda e por preços unitários.</p> <p>A modalidade é a mais aplicada na Administração pública, pela possibilidade de remanejamento de demandas, valores e prioridades.</p> <p>A contratação nesse modelo está amparada na Instrução Normativa da SECOM nº 01/2023 que dispõe sobre licitações e contratos de serviços de comunicação institucional.</p>
<p>3 - Contratação por posto de trabalho</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilidade: Capacidade de contratar por um período específico ou projeto. • Custos Controlados: Custos controlados e previsíveis com base na duração do projeto. • Especialização Temporária: Permite trazer especialistas por um tempo determinado sem a necessidade de contratação permanente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Integração: Integração com a equipe existente pode ser desafiadora. • Retenção de Conhecimento: Conhecimento e experiência adquiridos podem se perder quando o contrato termina. • Qualidade Variável: A qualidade do trabalho pode variar dependendo da pessoa contratada. 	<p>Viável para projetos de médio a longo prazo onde há necessidade de habilidades especializadas que não justificam uma contratação permanente.</p> <p>No entanto, inviável para a Infra, pois requer profissionais e serviços intelectuais com custos elevados para sua realização como um todo. Além disso, a Instrução Normativa da SECOM nº 01/2023, estabelece parâmetros específicos para contratação de comunicação corporativa.</p>

4 - Concurso Público	<ul style="list-style-type: none"> • Transparência: Processo transparente e justo, garantindo igualdade de oportunidades. • Qualidade: Possibilidade de selecionar os melhores candidatos com base em critérios objetivos. • Estabilidade: Contratação de profissionais estáveis e comprometidos a longo prazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Processo Demorado: O processo pode ser longo e burocrático, atrasando a contratação. • Flexibilidade Limitada: Difícil ajustar rapidamente as necessidades de pessoal. • Custo de Implementação: Custos associados à realização do concurso e à integração dos novos funcionários. 	<p>Viável para empresas públicas ou que precisam de estabilidade a longo prazo e podem arcar com o tempo e custos do processo de concurso.</p> <p>No entanto, inviável estruturar equipe com experiência necessária, em tempo curto, pois depende de diversas aprovações governamentais e recursos orçamentários elevados.</p>
5 – Processo Seletivo Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Especialização: Possibilidade de atrair talentos especializados do mercado. • Flexibilidade: Processo mais ágil e menos burocrático do que um concurso público. • Ajuste Rápido: Capacidade de ajustar rapidamente às necessidades específicas da empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Custo de Recrutamento: Custos associados ao recrutamento e seleção de candidatos. • Integração: Tempo necessário para que novos contratados se integrem à cultura e processos da empresa. • Retenção de Talentos: Risco de alta rotatividade de pessoal. 	<p>Viável para empresas que precisam de flexibilidade e especialização, com capacidade para lidar com custos de recrutamento e integração.</p> <p>A experiência da Infra nos últimos processos foi infrutífera devido ao regime trabalhista da empresa, bem como a ausência de funções gratificadas a serem ofertadas.</p>

3.6. Análise Comparativa de Custos (TCO):

3.6.1. O Regulamento Interno de Licitações e Contratos estabelece sobre esse ponto da seguinte forma:

Art. 1º Fica instituído o Regulamento Interno de Licitações e Contratos - RILC da Infra S.A., observada a legislação e normativos internos vigentes.

§ 1º O presente Regulamento aplica-se às contratações para aquisição ou prestação de serviços em geral, obras e serviços de engenharia, soluções de tecnologia da informação, locação de imóveis, publicidade e demais instrumentos negociais desta empresa.

§ 2º Poderão ser objeto de execução indireta os serviços previstos na Portaria nº 443, de 27 de dezembro de 2018 do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão ou atualizações que sobrevierem, bem como os serviços de engenharia, tais como:

I – Atividades técnicas de auxiliares de apoio administrativo;

II - Serviços de manutenção predial e *facilities* ou elencados no art. 1º da referida portaria;

III - Execução de obra;

IV – Manutenção de obra pronta ou conservação de obra parcialmente executada;

V – Gerenciamento;

VI – Supervisão;

VII – Consultoria ou apoio técnico especializado;

VIII – Elaboração e desenvolvimento de projetos e estudos técnicos de engenharia; e

IX – Aquisição de insumos incorporáveis ao empreendimento.

A Procuradoria Jurídica conforme Parecer 278 (7682643) aprovou a redação do RILC.

As contratações de consultoria técnica visam atender, no geral, demandas do Programa de Aceleração do Crescimento do Governo Federal, com entregas técnicas em prazo específico. Nesse sentido, a contratação encontra respaldo nos incisos I, II e III do art. 4º do Decreto nº9.507/2018, a saber:

Art. 4º Nas empresas públicas e nas sociedades de economia mista controladas pela União, não serão objeto de execução indireta os serviços que demandem a utilização, pela contratada, de profissionais com atribuições inerentes às dos cargos integrantes de seus Planos de Cargos e Salários, exceto se contrariar os princípios administrativos da eficiência, da economicidade e da razoabilidade, tais como na ocorrência de, ao menos, uma das seguintes hipóteses:

I - caráter temporário do serviço;

II - incremento temporário do volume de serviços;

III - atualização de tecnologia ou especialização de serviço, quando for mais atual e segura, que reduzem o custo ou for menos prejudicial ao meio ambiente;

3.6.2. A contratação de comunicação corporativa em epígrafe se faz necessária devido à complexidade e especificidade das atividades técnicas a serem realizadas no âmbito da INFRA S.A., com caráter temporário e eventual. Os serviços de comunicação corporativa, referem-se a prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação da Infra S.A. junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias disponíveis.

3.6.3. No cumprimento de suas funções, a Assessoria de Comunicação da Infra S.A. necessita investir anualmente recursos na produção e divulgação de ações comunicacionais, garantindo a disseminação de informações sobre direitos e serviços, para isso, é imprescindível competência comunicativa e habilidade para fixar conceitos e alterar certas percepções superficiais ou distorcidas sobre os programas da estatal.

3.6.4. Importante também que as ações de comunicação observem, cada vez mais, a relação entre os diferentes públicos e as mídias a serem utilizadas na veiculação dessa comunicação. É importante prestar atenção em todos os meios, observando as características dos públicos que mais acessam cada um deles, objetivando uma comunicação mais dirigida e com linguajar específico para cada meio.

3.6.5. Os serviços constantes deste ETP serão executados sob a supervisão, coordenação e orientação da ASCOM, os quais serão detalhados no item específico - "Descrição da solução como um todo", em resumo:

3.6.5.1. Estratégia de Comunicação;

3.6.5.2. Treinamento/Media Training;

3.6.5.3. Mídias/Fotografias e Vídeos Release

3.6.5.4. Prevenção e Gerenciamento de Crises;

3.6.5.5. Design aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas.

3.6.5.6. Análise e Monitoramento de Mídia;

3.6.5.7. Atendimentos por demanda.

3.6.5.8. Isto posto, considerando a necessidade de ampliar a comunicação interna e externa com total transparência, bem como coordenar, formular e implementar ações orientadas para o acesso à informação, o exercício de direitos, o combate à desinformação e a defesa da democracia, prevista para a comunicação do governo, faz-se necessário o estudo visando a escolha da melhor solução para a prestação dos serviços de comunicação corporativa/institucional, contribuindo para uma comunicação forte e transparente, promovendo o acesso as políticas voltadas ao transporte e logística de competência da estatal.

3.6.6. Para tanto, a pretensa contratação preencherá lacuna de produtos e serviços, garantindo que as atividades sejam executadas por empresa com quadro de profissionais especializados e experientes, com conhecimento aprofundado nas áreas de engenharia necessárias para o sucesso do projeto.

3.6.7. A contratação de produtos e serviços de comunicação institucional são atividades de natureza intelectual e estratégica, lidam com a reputação, promovem diálogo do governo com a sociedade e necessitam ser contratadas mediante rigorosa avaliação técnica. Dessa forma, não se mostra viável contratação por postos de trabalho, sob mão de obra terceirizada.

3.6.8. Por outro viés, a criação de uma estrutura administrativa permanente (Concurso Público ou Processo seletivo com alocação de empregados) para atender a essa demanda não seria eficaz, econômica ou eficiente. Portanto, **a contratação de uma empresa especializada com consumo sob demanda é a praxe do mercado por se mostrar a solução mais adequada, por permitir a obtenção dos serviços necessários de forma flexível e adaptável à demanda, sem a necessidade de manter uma estrutura permanente que seria subutilizada quando não são registradas demandas.**

3.6.9. Em resumo, a contratação de comunicação corporativa atende aos incisos I, II e III do art. 4º do Decreto nº 9.507/2018, uma vez que supre a falta de especialização interna, proporciona conhecimento especializado indispensável e atende a uma demanda temporária de serviços, sem a necessidade de criação de uma estrutura administrativa permanente.

3.6.10. Dessa forma, a escolha pela contratação de empresa especializada para prestação de serviços de comunicação corporativa por produto é a escolha mais adequada para garantir o sucesso e a eficiência do projeto em questão.

3.6.11. As análises de soluções disponíveis demonstram **qualitativamente** a viabilidade de cada uma delas. Devido **a demonstração de viabilidade das soluções, as análises quantitativas não se demonstram necessárias, visto que somente uma solução é considerada VIÁVEL e atende ao interesse público da Administração.**

3.6.12. Registra-se, ainda, que a consultoria por produtos não gera subordinação, terceirização de mão de obra e vínculo empregatício.

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO ESCOLHIDA COMO UM TODO

4.1. O serviço de comunicação corporativa pretendido compreende a prospecção, o planejamento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de serviços de comunicação, pelas ferramentas de comunicação: relações públicas, relações com a imprensa e divulgação institucional. Deve-se considerar que a necessidade do serviço de comunicação corporativa não é completamente previsível, visto que, muitas vezes, o planejamento realizado pela Administração Pública pode ser surpreendido com demandas extraordinárias que devem ser atendidas e crises que devem ser gerenciadas, com o acionamento de diversos produtos e serviços, razão pela qual é imprescindível a qualificação técnica adequada da empresa a ser contratada.

4.2. Para que se possa compreender, de forma adequada, a natureza estratégica e intelectual da prestação de serviço requerida, apresentamos a definição do serviço de comunicação corporativa como o serviço de inteligência que gerencia um composto de ferramentas de comunicação, no âmbito da atuação tanto da iniciativa privada quanto pública. A literatura acadêmica estabelece como técnica adequada à utilização de serviços de comunicação, o manejo de um conjunto de ferramentas de forma integrada formando um composto de comunicação, sejam elas: relações públicas, relações com a imprensa, promoção, publicidade e comunicação digital.

4.3. A empresa especializada a ser contratada desenvolverá serviços sob demanda de comunicação estruturado para o manejo das ferramentas de relacionamento com a imprensa e relações públicas com a disponibilização de produtos e serviços, na medida em que o serviço de comunicação pretende tornar estes parte de um todo, articulado e coeso, o que caracteriza o objeto contratual.

4.4. Os serviços de comunicação disponibilizados devem ser estrategicamente combinados, conforme as especificidades de cada demanda, caracterizando, dessa forma, a natureza predominantemente intelectual da prestação do presente serviço de comunicação corporativa.

4.5. A empresa contratada deverá atuar de forma proativa, com planejamento claro e conciso, estruturando ações de comunicação que proponham à sociedade e aos meios de comunicação aquilo que a Empresa pretende informar, bem como atenda de maneira firme e positiva às demandas que este venha a propor. Deverá ser especializada em comunicação integrada, estabelecida no país, em situação trabalhista e tributária regular, com conhecimento e experiência na integração das ferramentas de diagnóstico, mapeamento, planejamento, gestão estratégica, monitoramento, avaliação e gerenciamento de crises, desenvolvimento de ferramentas com base em tecnologias modernas, assessoria de imprensa, relações públicas, media training e auditoria de imagem, em especial, experiência na definição e condução de estratégias de comunicação para políticas públicas e imagem institucional para o setor público com experiência comprovada em todos os produtos/serviços a serem contratados.

4.6. A Equipe da Contratada deverá contar com comunicadores organizacionais, jornalistas, profissionais de relações públicas, marketing, publicidade, audiovisual, planejamento digital, design, vídeo reportagem e áreas correlacionadas. Diante disso, consideramos que o serviço a ser contratado possui natureza intelectual para suporte às atribuições da ASCOM.

4.7. Descrição da Solução escolhida

4.7.1. As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar a ASCOM/Infra na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

I - Produtos e Serviços Essenciais e Precificados: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo Contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Anexo I (8936117).

i) Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares do Contratante relativas ao objeto da contratação e estão agrupados no catálogo constante do Anexo I (SEI 8936117, de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Assessoria de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Mídias;
- e) Prevenção e Gerenciamento de Crises;
- f) Design aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas;
- g) Monitoramento e Análise;
- h) Atendimento de Demandas excepcionais.

ii) Os Produtos e Serviços Essenciais estão especificados no Anexo I (8936117), com a descrição das seguintes informações:

- 1. Produto/Serviço;
- 2. Descritivo;
- 3. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- 4. Características consideradas na classificação da complexidade;
- 5. Complexidade;
- 6. Quantidades; e,
- 7. Entregas

II - Produtos e Serviços Complementares: contemplam itens básicos e pontuais não passíveis de prestação pela contratada, nem de previsão pelo CONTRATANTE, mas indispensáveis para a adequada execução contratual, prestados por meio de fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da contratada, cujas categorias estão descritas no Anexo II (8933025).

4.7.2. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo Contratante.

4.7.3. Tendo em vista as soluções expostas, considera-se que as demandas tratam-se de serviço de caráter natureza intelectual, intangível e indivisível, continuado, sem fornecimento de mão de obra exclusiva, a serem contratados mediante licitação, na modalidade Técnica e Preço, por sua subjetividade e desempenho intelectual.

4.7.4. A classificação atende ao disposto que define como serviço continuado todo aquele cuja interrupção possa comprometer a continuidade das atividades da Administração e cuja necessidade deva-se estender por mais de um exercício financeiro e continuamente.

4.7.5. Reforça-se que a interrupção dos serviços geraria prejuízo às ações de comunicação institucional, uma vez que: 1) a Infra S.A. não possui recursos humanos, físicos e logísticos para realizá-los; 2) os serviços de comunicação corporativa são de demanda constante, sobretudo para geração de informações públicas dos projetos e maior efetividade para a divulgação dos projetos da Infra S.A.; 3) o levantamento de informações e notícias que compõem o clipping consiste em uma atividade de natureza contínua para acompanhamento da repercussão das ações institucionais e tomada de decisões; 4) a Assessoria de Imprensa possibilita um atendimento direcionado com os contatos proativos com os veículos de comunicação.

4.7.6. O serviço de comunicação depende de planejamento, de articulação, e não pode ser realizado de maneira mecânica, ou seguindo protocolos. Diversas variáveis podem prejudicar a comunicação, e daí advém a racionalidade humana, que lidará diferentemente em cada situação, ensejando as mais diversas soluções. Existem diversas formas de se executar o objeto licitado, portanto, **necessária a avaliação da técnica de cada empresa concorrente.**

4.7.7. Não se vislumbra a devida análise técnica em uma licitação realizada na modalidade Pregão, na forma eletrônica, quando após a fase de lances já se tem conhecimento das licitantes envolvidas, não havendo como analisar de forma impessoal uma solução estratégica fornecida, baseada em um briefing. Assim, após as pesquisas, análises e estudos realizados e apresentados neste Estudo Técnico Preliminar, pela Equipe de Planejamento, e tendo em vista a recomendação da SECOM, na IN nº 01/2023, de que cabe à área demandante a opção pelo tipo de licitação, bem como a sua justificativa, entende-se como solução a modalidade do melhor tipo de licitação: “técnica e preço”.

4.7.8. Os princípios da eficiência e economicidade e, ainda, a vantajosidade da contratação, nortearam a escolha pelo tipo Melhor Técnica e Preço, pois é feita uma ponderação entre a nota e o preço apresentado pelas empresas (na proporção 70% nota / 30% preço). Assim, para a pretensa contratação do serviço, tem-se que o objeto da licitação será a escolha da proposta com melhor técnica combinada com a proposta de preços mais vantajosa para a prestação de serviços sob demanda, bem como demais condições e exigências a serem estabelecidas em edital.

4.7.9. Portanto, a solução viável escolhida é a contratação de empresa especializada para prestação de serviços de comunicação corporativa, que prevê, dentre outros aspectos, o planejamento, o monitoramento de soluções, a criação, a execução de ações e peças de comunicação, mensagens, conteúdos, para divulgação em seus canais, ambientes, ferramentas e plataformas digitais.

4.8.

5. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

5.1. A contratação de serviços de comunicação não abrange a quantificação prévia e estimada dos produtos e serviços a serem executados no decorrer da execução contratual. Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de comunicação possuem uma natureza intelectual, intangível e indivisível, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a criatividade e a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

5.2. Ademais, o art. 5º da Lei nº 12.232/2010 estabelece a modalidade de licitação para contratação de serviços de comunicação e publicidade, bem como define os tipos de licitação ‘melhor técnica’ ou ‘técnica e preço’ a ser adotado, sem margem de discricionariedade para o órgão licitante. Dessa forma, a contratante estima quantitativos e valores específicos para cada serviço, e fornece o briefing para as agências de publicidade, que deverão propor a linha criativa, com base nesses insumos.

5.3. **As quantidades anuais dos Produtos e Serviços Essenciais**, previstos no Anexo I - Produtos e Serviços Essenciais (8936117), representam apenas estimativas e serão executados à medida da necessidade e conveniência do Contratante, que poderá readequá-los, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitando o valor estabelecido no subitem 6.1. quanto ao valor de investimento para a contratação - valor global da contratação estimado.

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

PRODUTO/SERVIÇO	DESCRIÇÃO	COMPLEXIDADE	QTDE	PRODUTO	PERIODICIDADE
1. Estratégia de Comunicação	1.1. Avaliação de percepção de imagem	média nacional	1	Relatório	ano
	1.2. Diagnóstico e matriz estratégica	média nacional	1	Relatórios	ano
	1.3. Plano Estratégico de Comunicação Corporativa	n/a	1	Relatório	ano
2. Assessoria de Imprensa	2.1 Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	baixa	12	Relatórios	mensal
		média	24	Relatórios	mensal
	2.2 Entrevistas Coletivas	baixa	6	Relatórios	Demanda
		média	4	Relatórios	Demanda
3. Treinamento		alta	2	Relatórios	Demanda
	3.1. Planejamento e execução de media training	baixa	1	Treinamento	ano
		média	1	Treinamento	ano
	3.2. Media training em situações de crise	alta	1	Treinamento	ano
	3.3. Treinamento para apresentações	média	1	Treinamento	ano
		média	2	Treinamentos	ano
	3.4. Workshops/seminários para jornalistas	baixa	1	Evento	ano
4. Mídias		média	2	Eventos	ano
	4.1 Fotografia	alta	2	Eventos	ano
		baixa	60	Unidade (Produção/Evento)	ano
	4.2 Reportagem em vídeo (Vídeo release)	média	10	Unidade (Produção/Evento)	ano
5. Prevenção e Gerenciamento de Crises		alta	10	Captações	ano
		média	10	Captações	ano
	5.1. Gerenciamento de Crise	média - regional	1	Relatório	Ocorrência
		média -nacional	1	Relatório	Ocorrência
	6.1. Projeto Gráfico	baixa	1	Projeto	Ocorrência
6. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		média	1	Projeto	Ocorrência
	6.2. Diagramação/editoração de publicações impressas	alta	1	Projeto	Ocorrência
		baixa	5	Projeto	Ocorrência
	6.3. Produção e Revisão de texto em língua estrangeira	média	5	Projeto	Ocorrência
		alta	5	Projeto	Ocorrência
7. Auditoria		baixa	5	Projeto	Ocorrência
	6.4. Análise de Jornais, Revistas, Blogs, redes sociais e Portais de Notícias	baixa	5	Projeto	Ocorrência
		média	3	Projeto	Ocorrência
	7.1 Auditoria de Imagem	baixa	5	Projeto	Ocorrência
8. Monitoramento e Análise	8.1 Clipping Nacional - Rádio e TV	baixa	5	Projeto	Ocorrência
		média	3	Projeto	Ocorrência
	8.2 Clipping Nacional - Jornais, Revistas e Portais de Notícias	alta	1	Projeto	Ocorrência
	Não se aplica	12	Relatórios	ano	
	Não se aplica	4	Relatórios	ano	
	Não se aplica	12	Relatórios	ano	
	Não se aplica	365	Clippings	ano	

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

6. ESTIMATIVA DE CUSTO TOTAL DA CONTRATAÇÃO

6.1. O valor da contratação decorrente do presente certame está estimado em **RS 4.148.417,20 (quatro milhões cento e quarenta e oito mil, quatrocentos e dezessete reais e vinte centavos)**, pelos primeiros **12 (doze) meses**.

6.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2025, estará previsto na Lei Orçamentária Anual - 2025 da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

Funcional Programática	GND	Fonte	Dotação Orçamentária Disponível (RS)
26.122.0032.2000.0001 - Administração da Unidade	3390	1000	700.000,00
Impacto Orçamentário no exercício de 2024			700.000,00

7. PARCELAMENTO

7.1. Observa-se que o conjunto de soluções a ser contratado se aplica a predominância intelectual, intangível e indivisível, dos serviços. Não sendo viável a contratação de serviços de forma separada, pois não atingirá o resultado esperado. É a integralidade das soluções que se almeja nesse tipo de contratação, razão pela qual o seu parcelamento não será viável.

8. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

8.1. Não se verifica contratações correlatas nem interdependentes para a viabilidade e contratação desta demanda.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENDIDOS

9.1. Os resultados pretendidos em termos de economicidade e melhor aproveitamento dos recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis com a contratação de serviços de comunicação corporativa, se apresentam como segue:

9.1.1. **Economicidade, com Redução de Custos Fixos:** Ao contratar serviços externos de comunicação corporativa, a empresa pode converter custos fixos em variáveis, pagando apenas pelos serviços quando necessários.

9.1.2. **Uso Eficiente de Recursos:** Alocação mais eficiente dos recursos financeiros, utilizando fundos apenas para serviços específicos e necessários, além de não imobilizar custos contínuos com infraestrutura, tecnologias e equipe interna.

9.1.3. **Melhor Aproveitamento dos Recursos Humanos, com Especialização e Qualidade:** Utilização de especialistas em comunicação corporativa com experiência comprovada, resultando em maior qualidade nos serviços prestados.

9.1.4. **Impacto Qualitativo:** Com melhor qualidade de conteúdo e campanhas; Maior impacto positivo na imagem da empresa; Aumento da eficácia das estratégias de comunicação.

9.1.5. **Flexibilidade e Adaptação:** Maior flexibilidade na alocação de recursos humanos, podendo contratar especialistas conforme a demanda de projetos específicos. Liberando os profissionais da casa para assuntos estratégicos e para o planejamento de atividades de futuro em diferentes projetos.

9.1.6. **Impacto Qualitativo:** Maior adaptabilidade às mudanças do mercado; Resposta rápida às necessidades emergentes de comunicação; Melhoria na execução de projetos específicos e de curto prazo.

9.1.7. **Aproveitamento dos Recursos Materiais e Financeiros, com a Utilização Otimizada de Ferramentas e Tecnologias:** Contratação de serviços que já possuem acesso às mais recentes ferramentas e tecnologias de comunicação, eliminando a necessidade de investimento próprio em infraestrutura, em razão do acesso a tecnologias de ponta fornecidas pelos prestadores de serviços.

9.1.8. **Eficiência Operacional:** Aumento da eficiência operacional permitindo que a empresa se concentre em suas competências principais. Permitindo um **Impacto Qualitativo com Maior foco estratégico em atividades principais da empresa.**

10. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

10.1. O art. 10 da Lei 12.232/2010, dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de comunicação corporativa prestados por intermédio de agências de propaganda, as propostas técnicas apresentadas nos certames licitatórios cujo objeto esteja inserido no art. 2º, serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica:

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, **pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.**
(...)

10.2. O Art. 5º da Lei nº 12.232/2010, remete à utilização das modalidades previstas no Art. 22 da Lei nº 8.666/93, contudo, considerando que a Lei nº 8.666/93 foi revogada pela Lei nº 14.133/21, não é aplicável à Administração Indireta. Nesse sentido, com base na Lei nº 13.303/2016, e subsidiariamente na Lei nº 12.232/2010, em consonância com o Inciso II do Art. 2º da IN 01/2023 da SECOM, que assim dispõe:

"Art. 2º A aplicação desta Instrução Normativa, em relação às licitações e contratos de serviços de comunicação, considerará o objeto da contratação e a natureza jurídica do órgão ou entidade contratante, nos seguintes casos:

[...]

II - empresas públicas, sociedades de economia mista e suas subsidiárias, aplica-se a Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, e, subsidiariamente, a Lei nº 12.232, de 2010."

10.3. Nessa seara, entre os artigos 28 e 67, a Lei 13.303/16 traz disposições mínimas relativas às licitações e aos procedimentos auxiliares a ela. Além disso, o artigo 40 impõe que cada estatal publique e mantenha atualizado o seu próprio regulamento interno de licitações e contratos.

10.4. Relativamente à prestação de serviços de publicidade e de engenharia, o caput artigo 28 do Estatuto das Empresas Estatais dispõe expressamente que tanto o contrato como a licitação serão regidos pelas disposições nele contidas, vejamos:

Art. 28. Os contratos com terceiros destinados à prestação de serviços às empresas públicas e às sociedades de economia mista, inclusive de engenharia e de publicidade, à aquisição e à locação de bens, à alienação de bens e ativos integrantes do respectivo patrimônio ou à execução de obras a serem integradas a esse patrimônio, bem como à implementação de ônus real sobre tais bens, serão precedidos de licitação nos termos desta Lei, ressalvadas as hipóteses previstas nos arts. 29 e 30.

10.5. Ademais, o Regulamento Interno de Licitações e Contratos da Infra, assim dispõe:

Art. 1º Fica instituído o Regulamento Interno de Licitações e Contratos - RILC da Infra S.A., observada a legislação e normativos internos vigentes.

[...]

§ 4º Nas contratações de publicidade e divulgação deverão ser observadas, no que couber, a Lei nº 12.232/2010, o Decreto nº 6.555/2008 e a Instrução Normativa SECOM nº 1/2023, ou outras normas que sobrevierem.

10.6. A nosso sentir, a norma que se extrai a partir da interpretação desse dispositivo é no sentido de que a contratação do serviço de comunicação corporativa pelas empresas estatais estará sujeita às disposições da Lei 13.303/16, bem como aos seus respectivos regulamentos internos de licitações e contratos.

10.7. Com efeito, no que se refere ao procedimento licitatório e aos contratos relativos ao serviço de comunicação corporativa prestados às empresas estatais, as disposições da Lei 13.303/16 e os respectivos regulamentos internos de licitações e contratos são soberanos em relação às demais leis, inclusive em relação à lei 12.232/10.

10.8. Essa, s.m.j., é a solução jurídica conferida pelo caput do artigo 28 acima transcrito. Todavia, considerando as especificidades inerentes ao serviço de comunicação corporativa, bem como às peculiaridades já identificadas pelo legislador e transformados em regramentos legais por intermédio da Lei nº 12.232/10, é recomendável que as empresas estatais adotem as regras constantes deste Diploma Normativo específico no que couber e como adoção de boa prática, como o caso da instituição da Subcomissão Técnica.

10.9. A ideia central inerente à Lei 12.232/2010, portanto, é fazer com que a proposta técnica (especificamente a via não identificada do plano de comunicação publicitária) possa ser avaliada e julgada por profissionais detentores do conhecimento da área de publicidade, comunicação ou marketing, para que possam emitir juízo de aprovação (ou reprovação), tendo pelo menos um terço de sua composição membro sem qualquer vínculo com a Administração Licitadora/Contratante, para fins de emitir parecer eminentemente técnico conforme a avaliação que fizerem acerca do caráter meramente criativo e estratégico das propostas apresentadas, dentre outros requisitos legais e editalícios eventualmente estabelecidos.

10.10. Nessa esteira, deverá ser providenciado o convite a profissional qualificado para compor a Subcomissão Técnica como membro externo, com vistas a dar assessoria especializada na análise e julgamento das propostas, capaz de possibilitar à Comissão de Licitação julgar adequadamente as propostas técnicas apresentadas.

10.11. Tendo o servidor aceito o convite, com o envio dos documentos comprobatórios e a prescrição quanto à obrigatoriedade de que 1/3 dos membros seja desvinculado institucional ou contratualmente da Administração Licitadora, **faz-se necessária a adoção de providências para instituição da mencionada subcomissão antes da publicação do certame em atendimento ao Art. 10 da Lei nº 12.232/2010**, conforme trecho transcrito abaixo:

Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

10.12. Por fim, a subcomissão técnica não se confunde com a Comissão de Licitação. Os membros para comporem a subcomissão técnica o serão exclusivamente para julgar as propostas técnicas e não os demais documentos atinentes ao certame, razão pela qual restará obstada a participação de membros da Comissão Permanente (que receberá os envelopes, processará e julgará as licitações, nos termos da Lei nº 13.303/2016, combinado com o art. 10 da Lei nº 12.232/2010).

11. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

11.1. Para a contratação proposta será necessária a capacitação de uma equipe de gestão e fiscalização composta de ao menos 2 (dois) empregados para a gestão e fiscalização de contratos, nos termos da IN 05 de 24 de maio de 2017, sendo desses, ao menos 1 com conhecimentos específicos na área de comunicação social para viabilizar a fiscalização técnica dos serviços.

12. CRITÉRIOS E PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE

12.1. A prestação dos serviços ora em estudo, não afeta ou traz riscos ao meio ambiente, dada a natureza dos produtos e serviços a serem contratados. Todavia, a licitante vencedora deverá respeitar as normas e princípios ambientais, no que couber, trabalhando sempre para minimizar ou mitigar efeitos de possíveis danos ao meio ambiente, utilizando-se, por exemplo, de tecnologias e materiais que contribuem para a sustentabilidade do equilíbrio ambiental, conforme orienta a Instrução Normativa nº 01/2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, atual Ministério da Economia, e o Decreto nº 7.746/2012, bem como a Guia de Contratações Públicas Sustentáveis da Infra S.A. (<https://www.infrasa.gov.br/pls/>).

13. IMPACTOS AMBIENTAIS E SOCIAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS

13.1. Não se vislumbram impactos ambientais decorrentes da contratação. Destaca-se, contudo, os critérios mencionados no tópico DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO deste Estudo Técnico Preliminar, com relação aos critérios de acessibilidade e sustentabilidade. Sendo assim, a empresa contratada deverá contribuir para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável no cumprimento de diretrizes e critérios de sustentabilidade ambiental de acordo com o art. 225 da Constituição Federal/88, e com o art. 6º da Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010.

13.2. A empresa vencedora não poderá ter em seu quadro de pessoal empregado(s) menor (es) de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal de 1988.

13.3. Em razão de que a pretensa contratação não será com dedicação de mão de obra exclusiva e sim por produto, fica dispensado o cumprimento das obrigações relativas ao Pacto pela Diversidade, Equidade e Inclusão nas Empresas Estatais, conduzido pelo Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos

14. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

14.1. Concluindo a análise sobre os produtos de comunicação descritos neste processo, entende-se que estes são essenciais e estratégicos para a divulgação das ações da Infra S.A., uma vez que, viabilizarão as atividades da equipe de inteligência de comunicação da ASCOM para o atendimento das demandas de comunicação social e assessoramento de imprensa.

14.2. Do ponto de vista estratégico, a disponibilização desses serviços viabiliza ações de comunicação estrategicamente estruturadas moldadas a cada público alvo disposto. Ainda, este formato de aquisições atende ao normativo vigente para produtos e serviços dessa natureza no âmbito do Poder Executivo Federal. Diante de todo o exposto, a ASCOM considera viável e necessária a contratação dos serviços pretendidos.

14.3. Após análise detalhada das diversas opções para a contratação de serviços de comunicação corporativa, a solução escolhida é a **Contratação por Produto/Demanda**. Esta solução se mostrou a mais adequada para atender às necessidades específicas da empresa, com benefícios significativos em termos de economicidade, flexibilidade e especialização. Além de ser

14.4. A decisão de divulgar o orçamento e basear a proposta em desconto sobre a tabela de serviços e preços traz várias vantagens estratégicas e operacionais que beneficiam tanto a empresa contratante quanto os potenciais fornecedores.

15. ASSINATURAS

15.1. Aprova o presente Estudo Técnico Preliminar.

ANDRÉ PINTO SILVEIRA
Assessor de Comunicação

16. APROVAÇÃO E DECLARAÇÃO DE CONFORMIDADE

16.1. Aprovo este Estudo Técnico Preliminar e atesto sua conformidade às disposições da do Regulamento Interno de Licitações e Contratos da Infra S.A.

JORGE LUIZ MACEDO BASTOS
Diretor-Presidente



Documento assinado eletronicamente por **André Pinto Silveira, Chefe de Assessoria**, em 19/11/2024, às 16:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 3º, inciso V, da Portaria nº 446/2015 do Ministério dos Transportes.



Documento assinado eletronicamente por **Jorge Luiz Macedo Bastos, Diretor Presidente**, em 22/11/2024, às 15:52, 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_externo=0, informando o código verificador **9067272** e o código CRC **9FEDB1D0**.



Referência: Processo nº 50050.006336/2024-44



SEI nº 9067272

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