

DESPACHO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

Assunto: Análise do recurso administrativo interposto pela **In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S** sobre a Concorrência nº 01/2022

Processo nº 03750.000404.000005/2022-09

1. A Subcomissão Técnica – representada por Eduardo Garcia Arantes, membro externo, Fabiana Cristina de Silva Castro e Matheus Ramalho Cangussú, membros internos – vem, respeitosamente, responder o recurso administrativo interposto pela empresa In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S, sociedade simples, inscrita no CNPJ nº 26.428.219/0001-80, referente à Concorrência nº 01/2022, do Processo nº 03750.000404.000005/2022-09, que tem por objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação corporativa para a Funpresp-Exe.
2. A Subcomissão Técnica recebeu os Invólucros nº 2 com as propostas técnicas da licitação, relativos as vias não identificadas do quesito **Plano de Comunicação Corporativa**, no dia 28/09/2022 e finalizou sua análise no dia 06/10/2022, conforme Ata de Julgamento dos Invólucros nº 2. Já o recebimento dos Invólucros nº 4, relativos aos quesitos **Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa e Capacidade de Atendimento**, aconteceu no dia 06/10/2022 e seu julgamento foi finalizado no dia 13/10/2022, conforme Ata de Julgamento dos Invólucros nº 4.
3. Conforme a Ata de Abertura do Invólucro nº 3, de 18/10/2022, da Comissão Especial de Licitação, disponível no link <https://encurtador.com.br/yACKS>, as pontuações técnicas obtidas pelas licitantes foram as seguintes:

Empresa	Numeração Subcomissão	Nota Invólucro n° 2/3	Nota Invólucro n° 4	Pontuação total	IT	Situação
In Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S	ALFA	58,70	35,00	93,70	0,99	Classificada
In Press Oficina Assessoria de Imprensa e Comunicação Ltda	GAMA	60,60	34,00	94,60	0,99	Classificada
Partners Comunicação Integrada Ltda	BETA	60,80	34,30	95,10	1,00	Classificada

4. Conforme disposto na tabela acima, é possível notar que a Subcomissão Técnica nomeou os três envelopes recebidos, com as propostas apócrifas, como Alfa, Beta e Gama e dispôs as notas de cada uma delas em cada um dos subquesitos, conforme previsto no Edital. Essa nomenclatura foi feita de forma aleatória, com o intuito de facilitar a organização da pontuação dos Invólucros nº 2 e a identificação da Comissão Especial de Licitação, ao abrir os Invólucros nº 3, relativos as vias identificadas do quesito **Plano de Comunicação Corporativa**. Com isso, posteriormente, no momento oportuno, quando da abertura do invólucro nº 3, em conformidade com as condições do Edital, foi possível identificar corretamente cada uma das licitantes e relacionar as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica.
5. O prazo recursal compreendeu o período de 19/10/2022 a 26/10/2022 e o prazo de contrarrazões compreendeu o período de 26/10/2022 a 03/11/2022.

DO RECURSO

6. A In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S insatisfeita com julgamento realizado pela Subcomissão Técnica, interpôs recurso administrativo, apresentando argumentos e pedindo a revisão das notas nas seguintes propostas:

6.1. Relativamente à proposta técnica da própria In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S foi solicitado no requereu a recorrente:

- quesito 1, subquesito 1 (Raciocínio Básico), a majoração da nota obtida para a pontuação máxima (5);
- quesito 1, subquesito 2 (Estratégia de Comunicação), a majoração da nota obtida para a pontuação máxima (20), por apresentar uma proposta inovadora e eficaz em total acordo com as exigências do edital;
- quesito 1, subquesito 3 (Solução de Comunicação Corporativa), a revisão da nota dada à sua proposta, pleiteando que lhe seja conferida a pontuação máxima (25), uma vez que atendeu plenamente ao edital e o fez com qualidade inquestionável;
- quesito 1, subquesito 4 (Plano de Implementação), a elevação da nota para a pontuação máxima prevista (15), uma vez que o plano apresentado, além de robusto, obedeceu fielmente ao que foi previsto no edital.

6.2. Relativamente à proposta técnica apresentada pela Partners Comunicação Integrada Ltda requereu a recorrente:

- quesito 1, subquesito 1 (Raciocínio Básico), revisão da nota, com redução considerável, uma vez que houve omissão de dados e falta de itens determinados pelo edital;
- quesito 1, subquesito 2 (Estratégia de Comunicação Corporativa), redução drástica da nota em função das falhas constatadas e comprovadas na construção do subquesito 2, especialmente pela licitante não ter atendido plenamente ao que determinam as alíneas previstas no edital;
- quesito 1, subquesito 3 (Solução de Comunicação Corporativa), redução das notas da licitante para zero, sob alegação de que a licitante teria obtido

vantagem sobre as propostas das concorrentes;

- quesito 1, subquesito 4 (Plano de Implementação), a desclassificação da licitante por não atendimento a item expresso e determinante disposto no edital e reforçado no Esclarecimento nº 1. Salientou que se, mesmo diante de tão fortes argumentos, a Comissão avaliar pertinente que a licitante ora questionada pontue, resta à In.Pacto Comunicação solicitar que a pontuação da Partners seja drasticamente reduzida.

6.3. Relativamente à proposta técnica apresentada pela In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda, requereu a recorrente:

- quesito 1, subquesito 1 (Raciocínio Básico), redução da nota por não apresentar dados consistentes para a proposta técnica;
- quesito 1, subquesito 2 (Estratégia de Comunicação Corporativa), redução da nota por não responder devidamente ao que determina o edital;
- quesito 1, subquesito 3 (Solução de Comunicação Corporativa), redução da nota para zero por não obedecer às regras editalícias da concorrência em andamento;
- quesito 1, subquesito 4 (Plano de Implementação), redução da nota da licitante por desobediência às regras editalícias.

6.4. Também foi solicitado considerável redução da nota da In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda e a desclassificação da proposta da Partners Comunicação Integrada Ltda, por ambas terem obtido vantagens indevidas com o uso de recursos não previstos e/ou permitidos pelo edital.

DAS CONTRARRAZÕES

7. Utilizando-se do seu direito de contestar, a Partners Comunicação Integrada Ltda apresentou, em 03/11/2022, impugnação pedindo nulidade dos argumentos apresentados, aduzindo, em síntese.

7.1. No subquesto **Raciocínio Básico**, a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S apresenta argumentos infundados, apenas, para desqualificar a licitante Partners Comunicação Integrada Ltda, ou reduzir sua pontuação no quesito. Afirmou que a recorrente, em uma peça recursal prolixa, expressa sua inconformidade com o resultado do julgamento do certame e busca argumentos sem fundamentos legais para induzir modificações no entendimento da Subcomissão Técnica e tumultuar o processo licitatório. A recorrente faz alegações quanto a explanação da licitante e tenta desqualificar as fontes de pesquisas citadas, elencando que os dados apresentados por ela foram superiores e mais precisos. Além disso, sustenta que a concorrente tenta classificar um erro de digitação como um problema de alta complexidade e argumenta que a recorrente é contraditória ao informar a sistemática de adesão dos servidores da Funpresp-Exe. Essa linha de raciocínio difere totalmente do julgamento feito pela Subcomissão Técnica que elogia a abordagem feita por ela. A Partners Comunicação Integrada Ltda pede que o recurso seja desconsiderado, pois se trata de argumentos listados meramente para desqualificá-la, baseados em informações que não faz jus aos fatos.

7.2. No subquesto **Estratégia de Comunicação Corporativa**, a Partners Comunicação Integrada Ltda esclarece que é infundada a alegação de que não cumpriu o item 1.3.2 do Apêndice III do Edital, posto que na proposta técnica apresentada, a linha de raciocínio elaborada pela Partners Comunicação Integrada Ltda é clara, didática e responde a todos os aspectos solicitados no Edital para este subquesto. Também esclarece toda a metodologia proposta e argumenta quanto a exequibilidade com base na realidade. Portanto, sustenta que a solicitação da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S de redução das notas neste subquesto não devem ser consideradas.

7.3. Com relação ao subquesto **Soluções de Comunicação Corporativa**, em que a recorrente In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S afirma que a Partners Comunicação Integrada Ltda descumpriu totalmente o Subquesto 3 e desconsiderou o Edital, salienta que o descritivo das ações está devidamente detalhado na proposta técnica, cuja, destinação das peças apresentadas também está devidamente apresentada, no próprio item b, que a licitante destaca e no qual se encontram os exemplos visuais das ações e/ou materiais de comunicação corporativa. O fato do descritivo ser sucinto, em cumprimento à necessidade de adequar a proposta técnica ao tamanho proposto no edital, não caracteriza descumprimento do item e nem falta de precisão técnica, como argumenta a recorrente. Afirma que, por fim, a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S tenta alegar que as peças apresentadas pela licitante superam o que é aceitável pelo edital, afirmando que o KV deve ser considerado duas peças e não uma, o que não é, nem mesmo, razoável, já que se trata de peça única. Nessa medida, a Partners Comunicação Integrada Ltda pede que as alegações sejam desconsideradas, pois trata-se de tentativa de desqualificação das peças gráficas, que mostram a expertise e a capacidade criativa diferenciada desta licitante.

7.4. Neste contexto, a **Partners Comunicação Integrada Ltda requereu o provimento da impugnação ao recurso interposto pela In Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S** e solicitou que os argumentos apresentados sejam julgados totalmente improcedentes, em razão da falta de fundamentação lógica das alegações.

8. A In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda também utilizou o seu direito de contestar e apresentou, em 03/11/2022, impugnação pedindo que sejam integralmente indeferidos os pedidos dos recursos interpostos pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S, aduzindo, em síntese, os argumentos listados abaixo:

8.1. No tocante à alegação da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S alega que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda no sentido de que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda teria descumprido o edital, usando recursos de formatação não previstos no certame, como itálicos, negrito e sublinhado, o que a faria ter vantagem frente as demais concorrentes e também poderia dar margens a identificação da proposta técnica apresentada, a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda contesta tais alegações informando que atendeu de maneira integral as exigências do Edital quanto à redação da sua Proposta Técnica, não sendo possível identificar e sem qualquer obtenção de vantagem com a maneira de apresentação de seu Plano de Comunicação e demais documentos. Sendo assim, entende não haver que se falar em ilegalidade ou violação das regras do Edital e as razões recursais devem ser rechaçadas.

8.2. Quanto ao subquesto **Raciocínio Básico**, em que a licitante In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S afirma que a proposta da In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda *"não atendeu plenamente ao que determina o edital, com graves falhas no Raciocínio Básico, em especial no desenvolvimento de respostas às alíneas a e d "*, e por isso solicita a redução da nota final nesse subquesto, defende que, a sua proposta atende totalmente o que determina o Edital nesse subquesto, apresentando coerência e um foco muito claro no desafio de comunicação apresentado no Briefing. Sustenta que não procede à crítica de que ela utiliza menos de uma página para a alínea a, visto que não é estabelecido o número de páginas por item no Edital. Nesse sentido, pontuou que se verifica da proposta apresentada é que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda, de forma assertiva, traz, nesta alínea, muitos elementos relevantes adicionais ao Briefing, o que atende ao que é solicitado no Edital. Quanto à alínea d, a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda usou uma matriz SWOT para aprofundar o entendimento do desafio de comunicação. E, assim, encaminhou a narrativa de forma organizada para apontar as necessidades da Funpresp-Exe, produzindo um sólido diagnóstico e



expondo de forma clara o entendimento do desafio e dos objetivos listados no Briefing. Entende que, portanto, não há fundamento para diminuição da sua nota, conforme pleiteou a recorrente.

8.3. No que se refere ao subquesto **Estratégia de Comunicação Corporativa**, contesta as alegações contidas no recurso da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S, que relata que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda *"falhou na execução de sua estratégica"* e, recorrendo a um exagero semântico, aponta que, na tabela com os três eixos (Parceira, Cuidado e Solidez), a coluna "o que falar (diretrizes editoriais)" não cumpre seu propósito. Afirma que, porém, a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S parece não ter se atentado que a tabela é apenas uma síntese da estratégia. Em outro argumento, ainda em torno da tabela com os eixos, contesta a afirmação da recorrente que afirma que *"não há aprofundamento sobre cada um dos itens os quais demanda respostas pelo edital"* e é somente após apresentar as informações que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda traz seu conceito estratégico. Rebatendo tais afirmações, destaca que, com o quadro síntese, a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda buscou explicitar a solidez metodológica, a abrangência e a coordenação existente entre todos os elementos da Estratégia de Comunicação, salientando, ainda, que os eixos utilizados foram concebidos em alinhamento com os valores e propósito da Funpresp-Exe. Julgou importante destacar também que o desdobramento subsequente das ações de comunicação expostas na Estratégia e detalhadas na Solução de Comunicação está vinculado aos três eixos de forma coesa, com as diretrizes de conexão e proximidade com os participantes, conforme exigido no Briefing. Nessa medida, repercutiu que por todos esses motivos seria um equívoco trazer o conceito criativo como elemento inicial, não tendo razão a recorrente no pleito de redução da nota da licitante em questão baseada em falha na execução estratégica.

8.4. Sobre o subquesto **Soluções de Comunicação Corporativa**, contestou a alegação da

recorrente no sentido de que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda descumpriu o Edital, afirmando ser preciso ressaltar que ela cumpriu todas as disposições expressas no certame, apontando em dois blocos as ações e/ou materiais de comunicação corporativa como pedia o Edital. Defendeu que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda foi ainda além e apontou também no primeiro bloco as ações exemplificadas a fim de facilitar para a Subcomissão Técnica a identificação das peças, em seus contextos de ação. Sustentou que todas as ações propostas pela In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda seguem em sua totalidade o padrão determinado no Edital. Em relação ao apontamento da recorrente sobre as peças 1, 2, 5, 9 e 10, reiterando que a exigência de aplicação das imagens e textos em *mockup* não consta em edital e não prejudica em nada a avaliação da proposta, uma vez que o que está em avaliação é justamente o conteúdo do post, que foi inclusive evidenciado no formato apresentado. Salientou que a sua proposta tem o intuito de demonstrar como o conceito e a identidade visual adotados na proposta técnica podem se comportar em diferentes ambientes, plataformas e para públicos diversos. Assim, em vez de criar uma campanha com 10 peças, foi concebida uma estratégia consistente de comunicação, com um conceito forte e proprietário, com fôlego para guiar a comunicação da Funpresp durante todo o ano. Nessa linha, afirmou que, sendo assim, as 10 peças corporificadas foram escolhidas para demonstrar a força da inteligência com simplicidade e relevância, afirmando, por fim, que nenhum argumento da recorrente merece acolhimento.

8.5. No que concerne ao subquesto **Plano de Implementação**, afirma que a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S apoia-se no comentário de um membro da Subcomissão Técnica para argumentar que o In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda teria descumprido uma determinação do Edital. Entendeu ser importante destacar que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda protocolou recurso pedindo a reconsideração da redução dessa nota pelo membro julgador, pois o que foi apresentado no plano de implementação está perfeitamente

condizente com a disposição do Edital, conforme o item 2.2.1.4, alínea a. Sendo assim, a seu ver, não há razão para acolher o pedido da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S para redução de nota neste subquesto.

8.6. Por todo o exposto, a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda requereu que sejam indeferidos integralmente os pedidos dos recursos interpostos pela In Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S.

DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

9. Importa registrar que a decisão relativa à fase técnica se pautou por criteriosa análise das propostas e relatos apresentados pelas licitantes nos envelopes de nº 2, cujas propostas de Plano de Comunicação Corporativa estavam devidamente apócrifas, e de nº 4, cujos Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa e a Capacidade de Atendimento estavam corretamente identificados, conforme disposto no item 2 do Apêndice III do Edital, que trata do **Julgamento das Propostas Técnicas**. As pontuações, bem como as justificativas técnicas, constam anexas à Ata de Abertura do Invólucro de nº 3, de 18/10/2022, da Comissão Especial de Licitação, divulgado no site da Funpresp-Exe.
10. Vale ressaltar que as pontuações dadas pelos membros da Subcomissão Técnica partiram de julgamento individual sobre o Plano de Comunicação Corporativo apresentado e que as análises de recursos de cada um também foram feitas de forma individual.

Sobre o recurso da proposta técnica da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S:

11. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S no quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesto 1, que fala sobre o Raciocínio Básico, o edital prevê uma nota máxima de 5 pontos que foi dividida pela Subcomissão Técnica seguindo os parâmetros pedidos no edital.



- a) acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação: 1,25
 - b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação corporativa identificadas: 1,25
 - c) a adequação demonstrada na análise e na redação do contratante com seus diferentes públicos: 1,25
 - d) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 1,25
12. O primeiro membro mencionado no recurso ratifica a apreciação presente no quadro de julgamento das propostas técnicas e esclarece que seguiu estritamente a avaliação da alínea d, quesito 1, subquesito 1, que fala sobre o Raciocínio Básico, e ressalta que no relato, apresentado pela empresa neste item, não foi detalhado a necessidade de criação de estratégias de marketing digital conforme pedido no Briefing, prejudicando a avaliação.
13. As duas argumentações apresentadas pela empresa no pedido de revisão de nota deste item foram indeferidos, uma vez que elas buscam fundamentar o detalhamento deste entendimento, pedido pelo Edital, em outros pontos do Plano de Comunicação Corporativa. O Edital é claro e como bem informou a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S precisa ser seguido pela licitante e também pelos avaliadores. Portanto, vale esclarecer que a alínea d não pedia a avaliação das Estratégias de Comunicação Corporativas, conforme a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S alegou que no tocante ao subquesito 2, mas sim a avaliação do entendimento da empresa quanto aos objetivos estabelecidos no Briefing. Também vale ressaltar que as informações contidas nas páginas 3 e 4, que trazem o diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa da Funpresp, foram avaliadas na alínea b e são informações alheias ao tópico ora em julgamento.

14. Sendo assim, o pedido de revisão da nota do primeiro membro foi indeferido, pois as informações apresentadas na alínea d não foram suficientes para que o primeiro membro conseguisse identificar o entendimento claro da empresa sobre os objetivos pedidos no tópico 3.2 do Briefing.
15. O segundo membro mencionado no recurso reavaliou a nota atribuída à alínea a, que trata da acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação, e defere o pedido com base nos argumentos propostos, alterando a nota deste subquesito para 1,25.
16. O avaliador também reavaliou a nota atribuída à alínea b, que trata da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação corporativa identificadas, e defere o pedido de revisão de nota com base nos argumentos propostos, alterando a nota deste subquesito para 1,25.
17. O terceiro membro mencionado no recurso, primeiramente, esclarece que não afirmou que os dados foram inventados, apenas colocou que “podem ser”, ou seja, “poderiam ter sido em alguma medida inverídica”, justamente por não ter encontrado claramente os subsídios de onde os dados vieram. Por exemplo: Qual a amostragem do público-alvo? Onde e como foi realizado a pesquisa que norteou o Pano de Comunicação?
18. Na questão, em que foram retirados apenas alguns décimos de nota, o avaliador elucida que o termo utilizado em “não fala dos desafios mercadológicos e educação financeira” deveria ser “não explora com maior profundidade os desafios mercadológicos e educação financeira”, conforme a Licitante trouxe em análise do recurso. Não obstante, o avaliador esclarece apenas que “poderia ter sido mais bem explorado”. Mesmo assim, o avaliador não se vê motivo para acatar o recurso e alterar a nota por assumir que ela se mantém dentro dos princípios de razoabilidade e proporcionalidade, se atentando aos parâmetros básicos de prudência e sensatez, considerando a atribuição de nota justa neste quesito.

19. Com base na análise de cada membro individualmente, o pedido da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S referente à majoração da nota obtida para a pontuação máxima no quesito 1, subquesito 1 (Raciocínio Básico), a **Subcomissão Técnica defere parcialmente o recurso e revisa a nota, conforme tabela abaixo. Sendo assim, a média final neste subquesito passou de 4,5 para 4,8.**

	NOTA 1º MEMBRO		NOTA 2º MEMBRO		NOTA 3º MEMBRO	
	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO
a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação; (1,25)	1,25	1,25	0,80	1,25	4,7	4,7
b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação corporativa identificadas; (1,25)	1,25	1,25	0,80	1,25		
c) a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos; (1,25)	1,25	1,25	1,25	1,25		
d) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. (1,25)	1,00	1,00	1,25	1,25		

20. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S no **quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 2, que fala sobre a Estratégia de Comunicação Corporativa**, o Edital prevê uma nota máxima de 20 pontos que foi dividida pela Subcomissão Técnica seguindo os parâmetros pedidos no Edital.
- a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes da Funpresp-Exe às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação: 4,0
 - b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse: 4,0
 - c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 4,0
 - d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados: 4,0
 - e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing: 4,0
21. Foi solicitada a revisão da nota da recorrente atribuída pelo primeiro membro da Subcomissão Técnica na alínea c. O primeiro membro da comissão entendeu que embora a Estratégia de Comunicação apresentada tenha consistência técnica e argumentações plausíveis, a proposta não atendeu em plenitude o desafio e os *“objetivos estabelecidos no Briefing, pois foi focada em eventos pelo país e não em estratégias de conexões digitais”*. A In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S pede revisão deste julgamento alegando que a proposta do evento Festival Vida tem foco em ações online e offline. A In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S exemplifica os relatos das páginas 7 e 8, que trazem recomendações aos porta-vozes; da página 9, onde a empresa relata a importância e a

necessidade do marketing digital para engajar o público, propondo construir uma plataforma de ações para diferentes públicos e que combine os eixos estratégicos, de forma integrada, e mostra a necessidade de atuação digital para aumentar a visibilidade, a educação e o engajamento; e nas páginas 10 e 11, onde relata ações como o hotsite, a websérie, o podcast, o vídeo-manifesto e os conteúdos da Vic.

22. O primeiro membro recebe a argumentação, no entanto, não acata o recurso. O avaliador ressalta que no seu entendimento, embora a necessidade de marketing digital tenha sido citada e bem exemplificada, as ações estratégicas e táticas foram focadas na promoção de um evento presencial. Este evento presencial, o Festival Vida, foi a estratégia central da proposta técnica apresentada pela licitante, com ações offline e online ao longo de oito meses. Portanto, entendeu que as estratégias digitais foram complementares ao marketing tradicional, por isso foi justificado que a proposta tem consistência técnica, porém o entendimento de que a licitante captou claramente o desafio imposto no Briefing ficou prejudicado.
23. Sendo assim, o argumento foi indeferido, pois o avaliador entendeu que utilizar uma estratégia de marketing tradicional, com o ápice em um evento presencial, não é a melhor estratégia para atingir o desafio e os objetivos propostos no Briefing. Embora seja uma estratégia válida e importante, o entendimento foi que a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S considerou o cenário atual e as revoluções digitais pelas quais o mundo passou, os novos hábitos no pós-pandemia que mudou as estratégias corporativas das grandes empresas, principalmente das concorrentes da Funpresp. Baseado nisso, a expectativa era que as ações táticas fossem focadas em estratégias de relacionamento digitais e não mais geográficas, como eventos presenciais.
24. Ainda sobre a revisão da alínea c, o segundo membro mencionado no recurso, reconhece os termos apresentados pelo recorrente, porém não os acolhe com base nos argumentos seguintes, de modo a manter a avaliação apresentada na Ata da Subcomissão Técnica.

25. No que se refere à consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação defendida pela licitante, observa-se aderência aos requisitos do subquesto em análise. Entretanto, entende-se que ficou prejudicada moderadamente a segunda parte do subquesto que prevê avaliar sua capacidade de articular os conhecimentos, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing. Ato contínuo, embora tenha detalhado posteriormente as ações propostas, as mesmas atendem, de igual modo, marginalmente ao necessário vínculo enfático com o desafio proposto.
26. Nesses termos, de fato, os recortes mencionados no recurso reforçam a abordagem com moderado atendimento ao solicitado no subquesto ora avaliado. Há, sim, menções pontuais e superficiais tal como “...aplicações práticas e úteis para os participantes por meio de aplicativo, site e outros canais...”, sem a devida capacidade de articular, com profundidade e detalhamento esperados, os conhecimentos com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing, notadamente no que se refere à conexão com o participante.
27. Quanto ao pedido de revisão da alínea d, que trata sobre a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados, o segundo membro acata o recurso com base nos argumentos propostos, alterando a nota do subquesto para 4 pontos.
28. Quanto à nota atribuída pelo terceiro membro mencionado no recurso, foi esclarecido pelo avaliador que a mesma Licitante obviamente não está errada em considerar o público externo, o que, na verdade, para os avaliadores inclusive, foi o ponto forte de sua proposta, onde ela “poderia abranger um público mais heterogêneo”, conforme tópico da avaliação do terceiro membro da Subcomissão em “Pontos Fortes”. Não obstante, o mesmo Edital diz claramente no Apêndice III-A (Briefing), item 4.1. Em relação aos



principais públicos: *Os servidores públicos federais dos poderes Executivos e Legislativos que fazem parte do Plano de Benefícios da Funpresp.* Ora, se este é o público principal, a maior atenção da campanha deveria ser voltada a ele, de tal modo que, segundo a interpretação dos requisitos do Edital, para o avaliador: *uma proposta onde se primasse pelo foco no público-alvo principal, e o equilíbrio deste pela busca por possíveis públicos externos que, no caso da natureza da empresa pública Funpresp também seriam servidores públicos “não participantes”, seria o ideal e mereceria a nota máxima.*

29. No caso da Licitante, o que se apresenta em sua proposta, evidentemente considera o público interno e externo, com leve desequilíbrio e tendência ao público externo. Até menciona públicos que, de fato, não são servidores e campanhas ao público em geral. Mesmo sabendo que as pessoas como familiares, amigos, parentes etc. podem influenciar em uma possível adesão aos planos da Funpresp-Exe e até mesmo sua permanência nestes planos. O público-alvo, que são os servidores públicos, é o essencial, tanto como sua fidelização e os projetos que auxiliariam ao mesmo objetivo.
30. Ao olhar do avaliador, a expressão “solta no ar” quer dizer que esta concatenação de ideias e ações do planejamento estratégico que levassem a empresa a alcançar o público-alvo, o servidor público federal, onde as campanhas, em algumas ocasiões, não pareciam levar a este fim e, por isso, estavam como que “sem uma conexão com a finalidade da proposta”, que assim, mesmo muito possível de ser aplicáveis e de obter resultados práticos (ou como a Licitante trouxe em recurso “presas ao chão”), ainda, sim, não estariam devidamente alinhadas à finalidade da Funpresp-Exe.
31. A Subcomissão Técnica mantém a nota já colocada, ressaltando que foram levados em consideração os Princípios de Razoabilidade e Proporcionalidade para a atribuição da pontuação, de forma justa.

32. Com base na análise da Subcomissão Técnica, o pedido da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S referente à majoração da nota obtida para a pontuação máxima no quesito 1, subquesito 2 (Estratégia de Comunicação), por apresentar uma proposta inovadora e eficaz em total acordo com as exigências do Edital, a Subcomissão Técnica defere parcialmente o recurso e revisa a nota, conforme tabela abaixo. Sendo assim, a média final neste subquesito passou de 18,0 para 18,3.

	NOTA 1º MEMBRO		NOTA 2º MEMBRO		NOTA 3º MEMBRO	
	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO
a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes da Funpresp-Exe às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação; (4,0)	4,0	4,0	4,0	4,0	18,0	18,0
b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse; (4,0)	4,0	4,0	4,0	4,0		
c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; (4,0)	3,0	3,0	2,0	2,0		
d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de	4,0	4,0	3,0	4,0		

Comunicação Corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados; (4,0)						
e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.(4,0)	4,0	4,0	4,0	4,0		

33. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In Pacto no **questo 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesto 3, que fala sobre a Solução de Comunicação Corporativa**, o Edital prevê uma nota máxima de 25 pontos que foi dividida pela Subcomissão Técnica seguindo os parâmetros pedidos no edital.

- a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta: 4,0
- b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing: 5,0
- c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante: 4,0
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam: 4,0
- e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos: 4,0
- f) exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível. (4,0)

34. Foi solicitada também a revisão do julgamento do primeiro membro na alínea b. O primeiro membro da comissão indefere o pedido, pois entendeu que embora as ações sejam sólidas e robustas, em ambiente online e offline, a apresentação de uma proposta

técnica focada no Festival Vida, uma ação de relacionamento presencial, demonstrou que a empresa não levou em considerações as mudanças na comunicação corporativa que vieram com os avanços da tecnologia.

35. O avaliador não alega que faltam ações de marketing digital, mas ele entende quando a empresa foca suas estratégias, para aumentar a conexão, no Festival Vida, a empresa tenta levar a Funpresp geograficamente para outra região do país. Isso mostra que a empresa não captou a grande revolução que os meios digitais agregaram para as ações de comunicação corporativa. A forma de comunicação das empresas com seus públicos passou a acontecer em uma velocidade impressionante e baseadas em ações no ambiente digital, em dados e em segmentações.
36. A In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S não usou o ambiente digital como estratégia principal de comunicação, mas sim como uma estratégia complementar ao Festival Vida, uma ação, em sua essencial, clássica de marketing tradicional e não digital. O avaliador entende que o marketing digital é mais eficiente em estratégias personalizadas para diferentes jornadas do público dentro da empresa e este entendimento apontou que a pertinência das ações não completou em plenitude o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
37. Quando ao pedido de revisão da nota direcionada ao segundo membro, foi feita a análise da presente manifestação, conhecendo os termos apresentados pelo recorrente, porém o avaliador não os acolhe com base nos argumentos seguintes.
38. O briefing com o desafio proposto evidencia em seu objetivo geral os seguintes termos: *“Aumentar conexão com os participantes da Funpresp e com os servidores públicos, fidelizando-os e engajando-os na previdência complementar, de modo a fazer frente e se diferenciar diante de uma possível concorrência com bancos e seguradoras.”* Nessa perspectiva, as ações e/ou materiais propostos denotam a falta de uma unidade que

direcione a conexão com os participantes, notadamente no que se refere ao potencial dos canais de comunicação digital.

39. Ademais, vale ressaltar que se consideram válidos os argumentos apresentados pela recorrente no sentido de que o Festival Vida não é ação prioritária e sim ação complementar, bem como o destaque merecido para ferramentas interessantes como o “Dashboard” que foram considerados no julgamento do presente avaliador. Em contraponto, registra-se que outras ações com potencial comprometido de engajamento e conexão também foram consideradas, tal como Revista Multimídia, Cartilha e Manual e não apenas o fato de serem off ou on.
40. De fato, a presente avaliação é no sentido de que a ausência de uma estratégia maior que conduzisse a estratégia de conexão com o participante é fator relevante no julgamento da solução de comunicação corporativa apresentada, principalmente no contexto das estratégias digitais e de inserção crescente dos participantes em ambientes virtuais, principalmente *mobile*. Nesse sentido, entende-se que há certo comprometimento da pertinência/adequação das ações e materiais propostos no contexto apresentado, notadamente considerando-se os recursos próprios de comunicação da Funpresp-Exe.
41. O terceiro membro mencionado no recurso elucida a Comissão e a Licitante que não foram retirados três pontos por não envio do material impresso, de onde um ponto foi por não ter realizado um trabalho de Identidade Visual (como tipografia, cores e manual de identidade) assim como a visualidade da Vic na proposta. De tal modo que se reitera que poderiam ser retirados dois pontos neste quesito e um ponto por não se ponderar otimamente aos requisitos previstos no Edital ao qual o avaliador teve de se atentar neste subquesito, quanto ao Julgamento das Propostas Técnicas (Item2.), principalmente nas letras: *c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante; e, em especial: f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento*

disponível.

42. Dessa forma, sobre o recurso apresentado no subitem em questão, não se considera plausível a resposta do “impresso poder corromper o invólucro”, caso este que não aconteceu, por exemplo, com as demais Licitantes que enviaram suas propostas impressas.
43. Sobre a estratégia utilizada pela Licitante, que até mesmo a princípio parece estar ecologicamente correta (por não se utilizar de materiais impressos), através de uma análise mais aprofundada sobre esta questão, ao terceiro avaliador, a Licitante poder-se-ia considerar melhor o disposto sobre a “*exequibilidade das ações*” (acima mencionadas), pois sua execução, implica na utilização de todos os recursos disponíveis em mãos, além do que, apenas o terceiro avaliador reduziu sua nota por este fator específico, tendo em vista que para ele, a Licitante não utilizou de todos os meios possíveis que tinha à sua disposição. Fator este que faria com que ela estivesse em plena adequação das ações e/ou materiais propostos para o mesmo avaliador, o que resultaria em uma nota máxima neste subquesto. Portanto, mesmo não sendo passível de julgamento o envio da proposta apenas não impressa, sua adequação às questões de “*exequibilidade*” e “*compatibilidade com os recursos próprios*”, ao terceiro avaliador, não está plenamente satisfatória, tanto que elenca as questões pertinentes sobre a “*não palpabilidade do material enviado*” e da “*falta da Identidade Visual*” que poderia ter sido trabalhada melhor pela Licitante, e apenas menciona que “*sentiu falta*” e tem consciência que não foi pedido explicitamente em Edital, por isso mesmo, a nota considerou a não conformidade plena aos requisitos do julgamento das Propostas.
44. Ainda assim, o avaliador alega concordar com o princípio do julgamento objetivo e de Vinculação ao Instrumento Convocatório, pois as alegações estão previstas no Edital, conforme mencionado, e ainda, segundo a interpretação dele, a nota dada não descaracteriza, nem compromete, de nenhuma maneira, a empresa neste subquesto e em sua concorrência de maneira geral. Desta forma, decide-se pela permanência da nota em

questão, ainda considerando os princípios de razoabilidade e proporcionalidade.

45. Com base na análise da Subcomissão Técnica, o pedido da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S referente pedido de revisão da nota dada à sua proposta, pleiteando que lhe seja conferida a pontuação máxima (25), no Quesito 1 - Subquesito 3 (Solução de Comunicação Corporativa), uma vez que alegar ter atendido plenamente ao edital e o fez com qualidade inquestionável, a Subcomissão Técnica indefere todos os argumentos e ratifica a apreciação presente no quadro de julgamento das propostas técnicas, conforme tabela abaixo.

	NOTA 1º MEMBRO		NOTA 2º MEMBRO		NOTA 3º MEMBRO	
	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO
a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta; (4,0)	4,0	4,0	4,0	4,0	22,0	22,0
b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing; (5,0)	3,2	3,2	3,0	3,0		
c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante; (4,0)	4,0	4,0	3,0	3,0		
d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam; (4,0)	4,0	4,0	3,0	3,0		

e) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam; (4,0)	4,0	4,0	3,0	3,0		
f) exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível. (4,0)	4,0	4,0	4,0	4,0		

46. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S no quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 4, que fala sobre o Plano de implementação, o Edital prevê uma nota máxima de 15 pontos que foi dividida pela Subcomissão Técnica de Licitação seguindo os parâmetros pedidos no Edital.

- a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing: 7,5
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta: 7,5

47. A In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S pediu revisão da nota atribuída pelo terceiro membro, que retirou 1,5 pontos da licitante. Sobre este item em questão, o terceiro membro que, após rever sua análise sobre o Plano de Implementação enviado, ajuíza pelo ganho da nota em 0,5 no que se refere à visualidade das informações, cujo fato demonstra que a Licitante enviou o material de maneira adequada e com as características imprescindíveis para ótima visualização deles.

48. No entanto, no que se refere à avaliação quanto à manutenção/continuidade das ações, o avaliador mantém a mesma nota, sem alteração, evidentemente, por acreditar que alguns

espaços poderiam ser melhor explorados (não que precisem ser preenchidos), mas apenas poderiam. Ressalta-se que esta empresa poderia preencher melhor os espaços em branco, com as soluções e atividades (em especial, nas áreas da criatividade e inovação) para a Funpresp-Exe, o ganho em termos de rendimento poderia ser melhor.

49. Desta forma, a nota da licitante, neste subquesito, para o terceiro avaliador, se equipararia à nota das demais concorrentes no que diz respeito à avaliação do mesmo terceiro avaliador: 14,0.
50. Com base na análise de cada membro individualmente, o pedido da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S referente à elevação da nota para a pontuação máxima prevista (15), no quesito 1, subquesito 4 (Plano de Implementação), uma vez que o plano apresentado, além de robusto, obedeceu fielmente ao que foi previsto no Edital, a Subcomissão Técnica defere parcialmente o pedido e revisa a nota, conforme tabela abaixo. Sendo assim, a média final neste subquesito passou de 14,5 para 14,6.

	NOTA 1º MEMBRO		NOTA 2º MEMBRO		NOTA 3º MEMBRO	
	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO	DECISÃO	RECURSO
a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing; (7,5)	7,5	7,5	7,5	7,5	13,5	14,0
b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na	7,5	7,5	7,5	7,5		

utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta. (7,5)						
---	--	--	--	--	--	--

Sobre as alegações contra proposta técnica da Partners Comunicação Integrada Ltda:

51. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à Partners Comunicação Integrada Ltda no **questito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquestito 1, que fala sobre o Raciocínio Básico**, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu ser improcedentes as alegações apresentadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S, pois a avaliação leva em consideração estritamente os requisitos pedidos no Edital, ou seja, não foram as propostas das concorrentes que subsidiaram a atribuição da nota em cada requisito.
52. De acordo com o Edital, a avaliação é baseada no entendimento, por parte de cada avaliador:
- a) na acuidade demonstrada por cada empresa na análise das características e especificidades da Funpresp e do contexto de sua atuação;
 - b) na pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados pelas empresas, relativos às necessidades de comunicação corporativa da Funpresp;
 - c) na adequação demonstrada na análise e na redação das empresas sobre os diferentes públicos da Funpresp;
 - d) na assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelas empresas e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.
53. Sendo assim, a Subcomissão Técnica entende que cada Licitante pode apresentar narrativas, dados e argumentos diferentes, mas mesmo assim atingir o objetivo

estabelecido no Edital.

54. Então, com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do quesito 1, subquesito 1 (Raciocínio Básico) da Partners Comunicação Integrada Ltda, com redução considerável da nota, uma vez que houve omissão de dados e falta de itens determinados pelo edital, foi indeferida. A Subcomissão Técnica entendeu que não procede à alegação de que as omissões de dados listadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S tivessem o condão de prejudicar a avaliação da Proposta Técnica da Partners e que não houve falhas quanto ao Edital que merecessem ser reavaliadas. Portanto, a Subcomissão Técnica ratifica a apreciação presente no quadro de julgamento das propostas técnicas neste subquesito.
55. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à Partners Comunicação Integrada Ltda no quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 2, que fala sobre a Estratégia de Comunicação Corporativa, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu que as falhas apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S foram revelantes nas análises dos avaliadores, que seguiram estritamente o que foi pedido no Edital. Vale ressaltar que a pontuação atribuída levou em consideração estritamente os requisitos pedidos no Edital, ou seja, não foram as propostas das concorrentes que subsidiaram a atribuição da nota em cada requisito. Neste subquesito, os avaliadores analisaram:
- a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes da Funpresp-Exe às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
 - b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;
 - c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Corporativa pela licitante e sua capacidade de

articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;

- d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.

56. **Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do quesito 1, subquesito 2 (Estratégia de Comunicação Corporativa), com redução drástica da nota em função de outras supostas falhas foi indeferido. Os avaliadores entenderam que a penalidade imposta na avaliação inicial foi condizente com as falhas, apresentas na proposta e apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S.**

57. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à Partners Comunicação Integrada Ltda no **quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 3, que fala sobre a Solução de Comunicação Corporativa**, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu também ser improcedente a alegação do recurso. Seguindo as regras do edital – Apendice III, item 1.3.3, alínea a – *as licitantes devem relacionar de todas as ações e/ou materiais de comunicação corporativa que julgar necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma.* Já na alínea b, *as licitantes devem apresentar exemplos das ações e/ou materiais de comunicação corporativa que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.* Nota-se que o pedido é para listar ações e/ou materiais de comunicação corporativa. A Subcomissão Técnica entendeu que a Partners Comunicação Integrada Ltda listou, na alínea a, ações e, na alínea b, exemplificou com materiais de comunicação corporativa, que estão dentro das ações listadas na alínea a. Sendo assim, não teve descumprimento do Edital. As falhas

apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S foram observadas pelos avaliadores e foram consideradas no julgamento deste subquesto, seguindo o que foi pedido no Edital.

58. Quanto ao número de peças apresentadas pela Partners Comunicação Integrada Ltda, a Subcomissão Técnica analisou as argumentações da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S e as considerou improcedente, pois segundo o edital – Apêndice III, item 1.3.3.10 – é permitido apresentar até 10 exemplos de ações e/ou materiais de comunicação corporativa. A empresa apresentou 10 lâminas impressas, sendo que dessas três tinham informações digitais, não sendo computadas como novas peças. Isso não fere o Edital, visto que para fim de computar essa quantidade, o Edital previa as seguintes regras:
- a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;
 - b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do Briefing será considerado 01 (um) novo exemplo;
 - c) um media training estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;
 - d) um vídeo release (ou um podcast) e a página na internet onde ficará hospedado serão considerados 02 (dois) exemplos;
 - e) um manual distribuído em um treinamento serão considerados 02 (dois) exemplos.
59. Como as peças apresentadas pela Partners Comunicação Integrada Ltda não entram nessas alíneas, a Subcomissão Técnica entendeu que a Licitante não feriu as regras do Edital.
60. Quanto à falha em apresentar uma peça impressa que não estava listada nos exemplos, a Subcomissão Técnica ressalta que este fato foi observado pelos avaliadores, sendo a empresa devidamente penalizada por isso durante o julgamento da proposta técnica.

61. Quanto à *Peça Exemplificada 10: motion graphic*, descrita na alínea b deste subquesto e o item impresso *storyboard – motion graphic de até 60s (institucional)*, a Subcomissão Técnica analisou e entendeu que não se tratava de materiais diferentes, sendo, então, aceito conforme dentro das regras do Edital.
62. **Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do quesito 1, subquesto 3 (Solução de Comunicação Corporativa), com redução das notas da licitante para zero, em face de supostamente de ter a licitante obtido vantagem sobre as propostas das concorrentes, foi indeferido. Os avaliadores entenderam que não houve vantagem da licitante perante as concorrentes e que as falhas apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S foram observadas e penalizadas durante o julgamento da Partners Comunicação Integrada Ltda.**
63. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à Partners Comunicação Integrada Ltda no **quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesto 4, que fala sobre o Plano de Implementação**, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S e indeferiu o pedido por entender que a Partners Comunicação Integrada Ltda não desrespeitou as regras do Edital. Conforme bem explicou a In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S, o orçamento seguiu as regras impostas no item 7 do Briefing, Apêndice III-A, e deveriam respeitar o valor total estimado, que era de R\$ 2.447.744,49 para produtos e Serviços Essenciais e de R\$ 418.937,00 para os Complementares. A Subcomissão Técnica entendeu que para a Partners Comunicação Integrada Ltda alguns serviços listados no edital como complementares eram mais importantes para a execução do seu Plano de Comunicação do que alguns serviços listados como essenciais. Para atender a eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial, a licitante reduziu o valor dos serviços essenciais e aumentou o valor dos serviços complementares. O que no final do projeto não afetou o orçamento total e, na análise da Subcomissão Técnica, mostrou equilíbrio e bom senso na aplicação do recurso.

64. Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão do quesito 1, subquesito 4, que trata sobre o Plano de Implementação, com a desclassificação da licitante por não atendimento a item expresso e determinante disposto no edital e reforçado no Esclarecimento nº 1, foi indeferido. Os avaliadores entenderam que não houve descumprimento das regras do Edital e que a Partners Comunicação Integrada Ltda foi eficiente na distribuição do orçamento, na economicidade e na otimização da verba referencial estabelecida no Briefing, não ensejando a reavaliação da nota atribuída.

Sobre as alegações contra a proposta técnica da In Press Oficina Assessoria de Comunicação

Ltda:

65. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda no quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 1, que fala sobre o **Raciocínio Básico**, a Subcomissão Técnica, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu serem improcedentes as alegações apresentadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S, pois a avaliação foi baseada no entendimento, por parte de cada avaliador, em face:
- a) da acuidade demonstrada por cada empresa na análise das características e especificidades da Funpresp e do contexto de sua atuação;
 - b) da pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados pelas empresas, relativos às necessidades de comunicação corporativa da Funpresp;
 - c) da adequação demonstrada na análise e na redação das empresas sobre os diferentes públicos da Funpresp;
 - d) da assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelas empresas e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

66. Vale ressaltar mais uma vez que a Subcomissão Técnica entende que cada Licitante pode apresentar narrativas, dados e argumentos diferentes, mas mesmo assim atingir o objetivo estabelecido no edital.
67. Sendo assim, e com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do quesito 1, subquesito 1 (Raciocínio Básico) da Partners Comunicação Integrada Ltda, com redução da nota por não apresentar dados consistentes para a proposta técnica, foi indeferido. A Subcomissão Técnica entendeu que os dados apresentados foram suficientes para avaliação e julgamento da Proposta Técnica apresentada pela Licitante e que o uso de uma análise Swot foi assertiva para mostrar as necessidades da Funpresp e também para apresentar as soluções para o desafio colocado no Briefing, assim como demonstrar que a empresa compreendeu de forma clara os objetivos que a Proposta Técnica deveria alcançar. Sendo assim, a Subcomissão Técnica ratifica a apreciação presente no quadro de julgamento das propostas técnicas deste subquesito para a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda.
68. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda no **quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 2, que fala sobre a Estratégia de Comunicação Corporativa**, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu que as falhas apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S não foram revelantes nas análises dos avaliadores que seguiram estritamente o que foi pedido no Edital.
69. Vale ressaltar novamente que a Subcomissão Técnica entende que cada Licitante pode apresentar narrativas, dados e argumentos diferentes, mas mesmo assim atingir o objetivo estabelecido no Edital.
70. Neste subquesito, a Subcomissão Técnica entendeu que a In Press Oficina Assessoria de

Comunicação Ltda atendeu aos quesitos determinados pelo Edital, a listar:

- a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes da Funpresp-Exe às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;
- c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no Briefing.

71. **Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do quesito 1, subquesito 2 (Estratégia de Comunicação Corporativa), com redução da nota por não responder devidamente ao que determina o edital, foi indeferido. Os avaliadores entenderam que a narrativa apresentadas pela In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda foi condizente com o que era pedido no Edital e as falhas apontadas no recurso da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S são observações subjetivas da concorrente que não foram evidenciadas como relevante no julgamento da Subcomissão Técnica.**

72. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda no **quesito 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesito 3, que fala sobre a Solução de Comunicação Corporativa**, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu improcedente a alegação do recurso.

Conforme já relatado neste documento, seguindo as regras do edital – Apêndice III, item 1.3.3, alínea a – *as licitantes devem relacionar de todas as ações e/ou materiais de comunicação corporativa que julgar necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma.* Já na alínea b, *as licitantes devem apresentar exemplos das ações e/ou materiais de comunicação corporativa que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.* Nota-se que o pedido é para listar ações e/ou materiais de comunicação corporativa. A Subcomissão Técnica entendeu que a In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda listou, na alínea a, as ações propostas e, na alínea b, exemplificou com materiais de comunicação corporativa, que estão dentro das ações listadas na alínea a. Sendo assim não houve descumprimento do Edital.

73. Quanto às peças apresentadas pela In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda, a Subcomissão Técnica analisou as argumentações da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S e as considerou improcedentes, pois as falhas apresentadas quanto à qualidade do material apresentado já foram observadas pelos avaliadores e foram consideradas no julgamento deste subquesto, seguindo o que foi pedido no edital.
74. **Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do quesito 1, subquesto 3 (Solução de Comunicação Corporativa), com redução da nota para zero por não obedecer às regras editalícias da concorrência em andamento, foi indeferido. Os avaliadores entenderam que não houve descumprimento do Edital, conforme argumentado no recurso e que as falhas apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S foram observadas e penalizadas durante o julgamento da In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda.**
75. Quanto ao pedido de revisão da nota atribuída à In Press Oficina Assessoria de

Comunicação Ltda no **questo 1, que trata do Plano de Comunicação Corporativa, subquesto 4, que fala sobre o Plano de Implementação**, a Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu improcedente. Os avaliadores entenderam que não houve descumprimento do Edital na apresentação do cronograma, conforme argumentado no recurso e que as falhas apontadas pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S foram observadas e penalizadas durante o julgamento da In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda.

76. Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente à revisão da nota do **questo 1, subquesto 4 (Plano de Implementação)**, com redução da nota da licitante por desobediência às regras editalícias, foi indeferido. A Subcomissão Técnica ressalta que a pontuação atribuída levou em consideração estritamente os requisitos pedidos no Edital ou seja, não foram as propostas das concorrentes que subsidiaram a atribuição da nota em cada requisito.

No suposto uso de recursos não permitidos pelo Edital pela Partners Comunicação Integrada Ltda e pela In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda

77. A In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S alegou, em seu recurso, que suas concorrentes – Partners Comunicação Integrada Ltda e In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda – descumpriram o Edital fazendo uso de recursos de formatação não previstos, como itálicos, negrito e sublinhado e, com isso, solicitou a revisão da nota e consequentemente a desclassificação das concorrentes, baseado no item 2.4.1 do Apêndice III. A Subcomissão Técnica analisou a argumentação e entendeu que este recurso deve ser indeferido, baseado no que determina o item 1.2 do Edital, que não o uso de tais formatações.
78. Sendo assim, o entendimento da Subcomissão Técnica, as determinações e orientações de formatação estabelecidas pelo Edital foram seguidas pelas licitantes. Vale ressaltar que

essa questão foi avaliada pela Subcomissão Técnica no processo de julgamento e sendo registrado em Ata que todas as empresas atenderam às especificações formais do Edital, não tendo ocorrido nenhum fato que pudesse identificar previamente a autoria de nenhuma proposta.

79. Quanto aos gráficos apresentados pela Partners Comunicação Integrada Ltda, a Subcomissão Técnica reavaliou os itens listados e entendeu que ao se realizar um gráfico em imagem, as fontes passam a ser pixelizadas e, nestes casos, é muito difícil o controle das fontes para a manutenção de seu tamanho. Além disso, essas imagens não faziam parte do “texto formal”, podendo ser até mesmo de outra fonte, como no caso das peças gráficas que foram apresentadas como exemplos de ações e/ou materiais de comunicação corporativo. Dessa maneira, o atendimento do pleito da recorrente configurar-se-ia em rigorismo formal e desnecessário, contrariando diversos entendimentos manifestados pelo Tribunal de Contas da União, que vão de encontro a essa prática.
80. Quanto à argumentação de descumprimento do espaçamento de 3 cm de margens esquerda e 2 cm direita também pela Partners Comunicação Integrada Ltda, a Subcomissão Técnica entendeu que o quadro obedece este critério, porém foi diagramado um pouco a direita, o que não fere o Edital. Dessa maneira, entende a Subcomissão que entendimento diverso também configurar-se-ia em rigorismo formal e desnecessário.
81. Deste modo, a Subcomissão Técnica entendeu que estes seriam apenas aspectos puramente formais e que não deveria ser levado em consideração para fins de reprovação ou passíveis de desclassificação das concorrentes, pois não comprometem a lisura e o caráter competitivo da concorrência.
- 82. Com base na análise dos membros da Subcomissão Técnica, o pedido referente a redução da nota da In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda e desclassificação da proposta da Partners Comunicação Integrada Ltda, por ambas terem obtido vantagens**



indevidas com o uso de recursos não previstos e/ou permitidos pelo edital, foi indeferido. Os avaliadores entenderam que não houve descumprimento das regras do Edital e que nenhuma participante obteve vantagem por utilizar recursos como negrito, itálico e/ou sublinhado, assim como nota de rodapé e que o tamanho das letras nas imagens não comprometeu a integridade da concorrência.

DA DECISÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE LICITAÇÃO

83. Diante do exposto, a Subcomissão Técnica considerou procedente algumas argumentações com relação a própria proposta técnica da In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S e improcedente as alegações feita às concorrentes. Sendo assim, a Subcomissão técnica propõe à Diretoria de Administração que o seu recurso administrativo seja recebido, em virtude de ter sido apresentado tempestivamente, para, no mérito, acatar a revisão de sua nota, conforme consta na Ata da Subcomissão Técnica lavrada nesta data, e negar-lhe o pedido de redução de nota e desclassificação das concorrentes Partners Comunicação Integrada Ltda e In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda.

Brasília, 9 de novembro de 2022.

Eduardo Garcia Arantes
membro externo

Fabiana Cristina de Silva Castro
membro interno

Matheus Ramalho Cangussú
membro interno

De acordo.

Recebo o recurso interposto pela In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S.S, considerando ter sido apresentado tempestivamente, para, no mérito, considerar parcialmente procedente, consoante o entendimento manifestado pela Subcomissão Técnica, tendo em vista a procedência parcial das alegações trazidas pela licitante.

Cleiton dos Santos Araújo

Diretor de Administração

Resposta ao recurso InPacto v.3.docx

Documento número #85d0070e-0da2-450e-b0a8-07433e9525a1

Hash do documento original (SHA256): d109d0198e4a6d95db0c225420f60bec6628164c1e7b54dbdf002ee277b8d0dd

Assinaturas

✓ **Fabiana Cristina da Silva Castro**

CPF: 032.402.936-50

Assinou em 09 nov 2022 às 13:13:56

✓ **Cleiton dos Santos Araújo**

CPF: 851.631.201-15

Assinou em 09 nov 2022 às 13:10:14

✓ **Matheus Ramalho Cangussu**

CPF: 699.551.661-34

Assinou em 09 nov 2022 às 13:18:54

✓ **Eduardo Garcia Arantes**

CPF: 033.099.301-14

Assinou em 09 nov 2022 às 13:26:36

Log

09 nov 2022, 13:07:01	Operador com email fabiane.dumont@funpresp.com.br na Conta 5a7ad025-01a9-4c15-ba9e-30a8be81b5c5 criou este documento número 85d0070e-0da2-450e-b0a8-07433e9525a1. Data limite para assinatura do documento: 09 de dezembro de 2022 (12:34). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
09 nov 2022, 13:07:25	Operador com email fabiane.dumont@funpresp.com.br na Conta 5a7ad025-01a9-4c15-ba9e-30a8be81b5c5 adicionou à Lista de Assinatura: fabiana.castro@funpresp.com.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Fabiana Cristina da Silva Castro e CPF 032.402.936-50.
09 nov 2022, 13:07:25	Operador com email fabiane.dumont@funpresp.com.br na Conta 5a7ad025-01a9-4c15-ba9e-30a8be81b5c5 adicionou à Lista de Assinatura: cleiton.araujo@funpresp.com.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Cleiton dos Santos Araújo e CPF 851.631.201-15.

09 nov 2022, 13:07:25	Operador com email fabiane.dumont@funpresp.com.br na Conta 5a7ad025-01a9-4c15-ba9e-30a8be81b5c5 adicionou à Lista de Assinatura: matheus.cangussu@funpresp.com.br para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Matheus Ramalho Cangussu.
09 nov 2022, 13:07:25	Operador com email fabiane.dumont@funpresp.com.br na Conta 5a7ad025-01a9-4c15-ba9e-30a8be81b5c5 adicionou à Lista de Assinatura: edugrantes@gmail.com para assinar, via E-mail, com os pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Eduardo Garcia Arantes.
09 nov 2022, 13:10:14	Cleiton dos Santos Araújo assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail cleiton.araujo@funpresp.com.br. CPF informado: 851.631.201-15. IP: 104.28.63.166. Componente de assinatura versão 1.401.0 disponibilizado em https://app.clicksign.com.
09 nov 2022, 13:13:56	Fabiana Cristina da Silva Castro assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail fabiana.castro@funpresp.com.br. CPF informado: 032.402.936-50. IP: 164.163.0.66. Componente de assinatura versão 1.401.0 disponibilizado em https://app.clicksign.com.
09 nov 2022, 13:18:54	Matheus Ramalho Cangussu assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail matheus.cangussu@funpresp.com.br. CPF informado: 699.551.661-34. IP: 164.163.0.66. Componente de assinatura versão 1.401.0 disponibilizado em https://app.clicksign.com.
09 nov 2022, 13:26:36	Eduardo Garcia Arantes assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail edugrantes@gmail.com. CPF informado: 033.099.301-14. IP: 189.7.46.22. Componente de assinatura versão 1.401.0 disponibilizado em https://app.clicksign.com.
09 nov 2022, 13:26:37	Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 85d0070e-0da2-450e-b0a8-07433e9525a1.

**Documento assinado com validade jurídica.**

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº 85d0070e-0da2-450e-b0a8-07433e9525a1, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.