

Maria Cecília Mattesco Caixeta

De: contato Clara Digital <contato@claradigital.com.br>
Enviado em: terça-feira, 23 de abril de 2024 18:17
Para: CX - CPL VALEC
Assunto: EDITAL Nº 010/2023 - Recurso Administrativo
Anexos: Recurso_Administrativo_Tecnica_Infra_Clara_Digitalassinado.pdf

Prezada Comissão,

Encaminhamos Recurso Administrativo em face do Resultado do Julgamento das Propostas Técnicas e das Notas Técnicas atribuídas aos licitantes.

Solicitamos a gentileza de acusar recebimento.

Atenciosamente,

CLÁUDIA GOMES CHAVES
Representante Legal da Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web LTDA

ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA INFRA S.A

ILUSTRÍSSIMOS SENHORES MEMBROS DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DESIGNADA PARA A CONCORRÊNCIA Nº 10/2023 DA INFRA S.A.

Ref.: Licitação Nº 10/2023

CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VÍDEO, CONTEÚDO E WEB LTDA, doravante denominada CLARA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 07.660.888/0001-38, com sede no setor ST SHIN CA 01, Lote A ,Bloco A, Sala 438, 4º andar, Lago Norte, Brasília-DF, CEP: 71503-501, neste ato representada por Cláudia Gomes Chaves, CPF Nº 800.503.526-87 e portadora da CNH nº 04200969527, representante legal desta empresa, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Senhoria, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face do Resultado do Julgamento das Propostas Técnicas e das Notas Técnicas atribuídas aos licitantes, em que, de forma indevida e ilegal, classificou a empresa In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS em primeiro lugar, enquanto em verdade deveria ter desclassificado a licitante In.Pacto ou atribuído nota muito inferior.

I – DO CABIMENTO E DAA TEMPESTIVIDADE

O Cabimento e a tempestividade do presente Recurso Administrativo são regulados pelo item 20 do edital nº 10/2023 e pelo inciso VIII, do § 4º do art. 11, da Lei Federal nº 12.232, de forma que – além de estabelecerem a possibilidade de interposição de recurso administrativo em face do julgamento das Propostas Técnicas – estabelecem o prazo para a interposição deste recurso.

Dessa forma, conforme a lógica e expressão dos dispositivos, tem-se que o prazo para a interposição do presente recurso é de 5 dias úteis a contar do primeiro dia útil seguinte ao da publicação formal do resultado. Nesse sentido, a publicação no DOU:

ISSN 1677-7069	Nº 73, terça-feira, 16 de abril de 2024
<p>estabelecida no item 2.4, letra "b" do Anexo IV-A do Termo de Referência, Anexo I do Edital. O prazo para recurso é de 5 (cinco) dias úteis a contar desta publicação. Os recursos deverão ser protocolados pelo e-mail cpl@infrasa.gov.br, até às 23h59 do último dia do prazo. Os documentos referentes ao julgamento da Subcomissão e os documentos das empresas referentes aos Invólucros 2, 3 e 4 estão disponíveis na página https://www.infrasa.gov.br/licitacoes/lei-no-13-303-2016-edital-no-010-2023/.</p>	
<p>MARIA CECÍLIA MATTESCO CAIXETA Presidente da Comissão Permanente de Licitações</p>	

Assim, considerando que o resultado do Julgamento das Propostas Técnicas foi publicado Diário Oficial do Estado em 16 de abril de 2024, o prazo final para a interposição deste recurso é o dia 23 de abril de 2024.

Portanto, plenamente tempestiva é o presente recurso.

II - DA SÍNTESE DOS FATOS

O presente recurso administrativo retrata os autos do Concorrência nº 10/2023 da INFRA S.A para a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, tendo como objeto:

Contratação sob demanda, de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes ao desenvolvimento de campanha para a INFRA S. A., conforme descrito abaixo e as especificações deste Edital e de seus Anexos.

- a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;
- b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;
- c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos da Infra S/A, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.

Com a publicação do edital do processo licitatório teve início a fase externa da licitação ora em voga, momento em que a ora recorrente iniciou a montagem de toda sua documentação nos exatos contornos do edital do certame.

Assim sendo, em 06 de fevereiro 2024 ocorreu a realização da primeira sessão, oportunidade em que foram credenciados os licitantes In Press Oficina Assessoria De Comunicacao Ltda., In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS, Icomunicacao Integrada Ltda., L2W3 Digital Ltda, Partners Comunicacao Integrada Ltda, e Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web Ltda. Ato contínuo, as licitantes entregaram os Invólucros 1, 2, 3, 4 e 5.

Fora interposto recurso administrativo por parte da L2W3 Digital Ltda para desclassificação das demais agencias habilitadas. A Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web Ltda, IComunicação Integrada Ltda, In Pacto Comunicação Corporativa Digital SS, Partners Comunicação Integrada Ltda apresentaram contrarrazões. Todavia, o recurso administrativo fora considerado improcedente.

Em 12 de março de 2024, foi realizada a segunda sessão, abrindo-se os Invólucros 2 e 4.

Posteriormente, ocorreu a terceira sessão em 11 de abril de 2024, sendo abertos os Invólucros nº 3 das licitantes e procedido o cotejo das vias identificadas com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Digital.

Ao final da sessão, foi divulgado o resultado do julgamento das Propostas Técnicas decorrente da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica, obtendo-se a seguinte Classificação e pontuação das Propostas Técnicas:

DECRESCENTE		
Ordem Classificatória	Pontuação Técnica	Licitante
1	83,7	In Pacto Comunicação Corporativa Digital
2	80,4	Clara Serviços Integrados de Vídeo, Conteúdo e Web
3	79,7	L2W3 Digital (Moringa Digital)
4	77,3	In Press Oficina Assessoria de Comunicação LTDA
5	67,4	IComunicação Integrada
6	66,0	Partners Comunicação Integrada LTDA

Não obstante, e com a devida vênia ao entendimento firmado pela Subcomissão Técnica da Licitação (responsável pela análise das Propostas Técnicas), a classificação final e pontuação das licitantes se encontra errada, **em especial no que toca à classificação da empresa In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS em primeiro lugar com atribuição de nota técnica de 83,7 pois seu Plano de Comunicação Digital se encontra marcado por uma série de falhas, vícios e violações aos termos do edital, de forma que deveria – em verdade – ter a Subcomissão Técnica e a Comissão de Licitação operado sua desclassificação do certame.**

Além de variadas violações objetivas ao edital da licitação que, quando revistas pela Subcomissão Técnica, ensejarão a certa desclassificação da concorrente In.Pacto, há de se **apontar incompreensão clara da licitante quanto ao objeto mesmo da licitação (Comunicação Digital), de maneira que adota expressões e emprega produtos e serviços (não constantes da lista de PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS E PRECIFICADOS que constitui todo o Anexo I do edital) típicos aos serviços de Comunicação Corporativa.**

A exemplificar a referida incompreensão, aponta-se a previsão de produção de artigos e até de “quebra-queixo” (que no mundo do jornalismo significa uma entrevista coletiva mais rápida, com o entrevistado em pé à frente dos repórteres).

Além da incompreensão subjetiva do edital acima apontada, vejamos agora as violações expressas aos ditames do Edital e das Leis regentes.

III. DO DIREITO – DA ILEGALIDADE DA DECISÃO ADMINISTRATIVA DE CLASSIFICAÇÃO DA IN.PACTO – DESCUMPRIMENTO DE EXIGÊNCIAS EDITALÍCIAS – NECESSIDADE DE DESCLASSIFICAÇÃO OU REDUÇÃO DE NOTAS

Conforme agora se passa a demonstrar, a classificação da licitante In.pacto da Concorrência ora em voga ocorreu em violação patente das disposições do Edital de Licitação, na medida em que seu **Plano de Comunicação Digital está marcado por severas violações aos termos editalícios, violações estas irreparáveis e que devem acarretar a desclassificação da empresa licitante.**

Nesse sentido, antes de se demonstrar as falhas e violações ao edital de licitação observadas no Plano de Comunicação da In.Pacto e que foram ratificadas, ao arrepio da Lei e do Edital, pela Subcomissão Técnica sorteada para esta licitação, necessário trazer à tona os princípios da Legalidade e da Vinculação ao Instrumento Convocatório.

III.1. Da Necessária Observância aos termos do edital – Princípio da Legalidade e da Vinculação ao Instrumento Convocatório

É fato notório e inquestionável que deve a Administração Pública, em toda a sua atuação, estar diretamente vinculada às proposições da lei, ou seja, a Administração nada pode decidir ou exigir a não ser que a lei expressamente o determine ou requeira.

Dessa forma, em toda a sua atuação e, de igual forma, em todo procedimento licitatório, a Administração deve **observar de maneira plena as determinações legais e o arcabouço principiológico do direito pátrio, decorrência direta do Princípio da Legalidade.**

Nesse sentir, valiosas são as lições de Celso Antônio Bandeira de Mello, segundo o qual: *“a administração é atividade subalterna à lei; que se subjeta inteiramente a ela; que está completamente atrelada à lei; que sua função é tão-só a de fazer cumprir a lei preexistente [...]”*¹

O entendimento de respeito à legalidade pela Administração Pública alhures mencionado se encontra cristalizado na Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, assim dispondo seu artigo de número 37: *“A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência [...]”*

Ainda, não somente não pode a Administração Pública violar preceitos explicitamente legais, **como também não pode violar os princípios inerentes ao Estado Democrático de Direito e que regem a vida administrativa brasileira.**

Consequência direta deste princípio é a necessária observância às previsões constantes do **edital da licitação, uma vez que é este o instrumento que – nos conformes da lei – vinculará toda a atuação da Administração Pública e os particulares no transcorrer do procedimento licitatório**, se atendo aos exatos termos do edital, o qual faz lei entre as partes.

Nesse sentido, o **edital, além de ser o documento cuja divulgação dá início à fase externa do certame e o instrumento publicizador do objeto a ser contratado ou do serviço buscado pela Administração, figura como Instrumento Regulador do processo licitatório.**

Ou seja, é no edital da licitação que estão previstas as regras e determinações específicas que irão regular e balizar a licitação, **regras estas que possuem força cogente e vinculam tanto os particulares quanto a Administração Pública no transcorrer da licitação.**

Dessa forma, assim como não pode a Administração Pública em sua atuação genérica deixar de fazer o que a lei determina, **também não pode – no âmbito dos processos licitatórios – deixar de fazer o que o edital determina.**

¹ Curso de Direito Administrativo, 17ª ed., São Paulo: Malheiros, 2004, p. 94

Assim, como consequência direta do princípio constitucional da legalidade emerge da legislação infraconstitucional o princípio da vinculação ao edital/instrumento convocatório, que nada mais é do que a aplicação específica do princípio da legalidade à norma regente do processo licitatório, o edital.

Nessa senda, tem-se **necessária a observância das previsões constantes do edital da licitação, uma vez que é este o instrumento que – nos conformes da lei – vinculará toda a atuação da Administração Pública e os particulares no transcorrer do procedimento licitatório**, se atendo aos exatos termos do edital, o qual faz lei entre as partes.

Quanto ao princípio, prelecionam os juristas Marçal Justen Filho e Maria Sylvia Zanella Di Pietro, respectivamente:

O instrumento convocatório cristaliza a competência discricionária da Administração, que se vincula a seus termos. [...] Ao descumprir normas constantes do edital, a Administração Pública frustra a própria razão de ser da licitação. Viola os princípios norteadores da atividade administrativa, tais como a legalidade, a moralidade, a isonomia.²

A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital, ao qual se acha estritamente vinculada. E o art. 43, inciso V, ainda exige que o julgamento e classificação das propostas se façam de acordo com os critérios de avaliação constantes do edital [...]³

De igual forma prevê a legislação pátria, em especial o artigo 5º da Lei 14.133/21:

Art. 5º Na aplicação desta Lei, serão observados os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade, da eficiência, do interesse público, da probidade administrativa, da igualdade, do planejamento, da transparência, da eficácia, da segregação de funções, da motivação, da vinculação ao edital, do julgamento objetivo, da segurança jurídica, da razoabilidade, da competitividade, da proporcionalidade, da celeridade, da economicidade e do

² (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 10ª Ed., Dialética, 2004, p. 395

³ DI PIETRO, Maria Sylvia. Direito Administrativo, 12ª Ed., Atlas, p. 299

desenvolvimento nacional sustentável, assim como as disposições do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro).

Nesse diapasão, a sólida jurisprudência do Egrégio Tribunal de Contas da União:

A classificação de proposta com preço superior ao limite admitido no edital viola o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, não descaracterizando tal ilegalidade a alegação de urgência na contratação.

(TCU, Acórdão 649/2016-Segunda Câmara, Enunciado, rel. Min. André de Carvalho)

É obrigatória, em observância ao princípio da vinculação ao edital, a verificação de compatibilidade entre as regras editalícias e as propostas de licitantes. Propostas em desacordo com o instrumento convocatório devem ser desclassificadas.

(TCU, Acórdão 460/2013-Segunda Câmara, Enunciado, rel. Min. Ana Arraes)

As exigências de qualificação técnica devem ser objetivamente definidas no edital, sob pena de violação do princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

(TCU, Acórdão 2630/2011-Plenário, Enunciado, rel. Min Augusto Sherman)

A conclusão que se chega é única: **em TODOS os atos do processo licitatório deve a Administração e os licitantes agirem estritamente de acordo com as previsões do edital.**

Ou seja, tendo o edital imposto aos licitantes uma determinada exigência, sob pena de desclassificação, estão os concorrentes obrigados a cumpri-la, e, em caso de seu descumprimento, está a Administração Pública obrigada a promover sua desclassificação do certame.

Não obstante, apesar dos deveres acima expostos, **não foi este o agir observado pela licitante In.Pacto e pela INFRA S.A., conquanto veio a primeira a descumprir uma série de determinações editalícias em seu Plano de Comunicação Digital, e a segunda a deixar de desclassificar a empresa ante uma série de vícios em sua proposta.**

Feito este introito inicial, esmiuçam-se agora os vícios no Plano de Comunicação Digital da licitante In.Pacto Comunicação.

III.2. Dos Vícios e Violações na Peça nº 1 (Vídeo Manifesto para Redes Sociais) da Solução de Comunicação Digital da In.Pacto. Presença de Marca d'água com logo de empresa no vídeo. Identificação da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Digital. Violação ao Edital da Licitação. Afronta ao Espírito da Lei 12.232/2010. Necessidade de Desclassificação.

Conforme se observa do Edital da Licitação (item 14.1.1.) ao Invólucro N° 02 apresentado pelos licitantes deve estar condicionada a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Digital de cada um deles, sendo este composto pelo Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Digital, Solução de Comunicação Digital e Plano de Implementação.

Nesse sentido, conforme óbvia leitura dos excertos editalícios, **a documentação da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Digital**, que será utilizada pela Subcomissão Técnica para atribuição de pontuação a compor a parcela majoritária da pontuação técnica de cada licitante, **não pode conter qualquer marca, sinal, nomenclatura ou elemento identificativo que permita vincular o Plano de Comunicação Digital sob julgamento a qualquer uma das agências concorrentes.**

Sobre o assunto, o edital da licitação:

14.1.1.2. (do Edital) O Invólucro nº 2 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 3, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 2 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças e pelos demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

De igual forma, o Anexo IV-A do Termo de Referência, que versa sobre a Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas:

1.2.5. O Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação desua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou pen drive) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

Estando presente qualquer elemento que possibilite a identificação de autoria da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Digital é dever da Subcomissão Técnica e da Comissão de Licitação proceder a DESCLASSIFICAÇÃO da Proposta Técnica, nos termos do Anexo IV-A do Termo de Referência:

2.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital– Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

Ou seja, o instrumento editalício é claro em apontar que não pode estar presente nos elementos que integram a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Digital qualquer elemento que possa atrelar, ainda que de forma indireta ou por associação, a Proposta Apócrifa aos participantes da Concorrência.

Nesse ponto, faz-se mister destacar que a referida determinação não somente está prevista neste edital, mas em verdade **consiste na VIGA MESTRA da Lei 12.232/2010, que previu o julgamento apócrifo das propostas como salvaguarda elementar da higidez das Licitações de Publicidade.**

Nessa senda, há de se observar que a Lei 12.232/10, que está a reger esta Licitação, possui como objeto a disposição, conforme seu artigo 1º aponta, de *“normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.”*

A edição do regramento se deu como recomendação final do relatório da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito da Compra de Votos (CPMI do Mensalão) e teve como fito a edição de regramento específico que introduzisse **mecanismos de garantia da**

imparcialidade, impessoalidade e tecnicidade das análises técnicas das propostas apresentadas em Licitações de Publicidade.

Dessa forma, os incisos I a IV do art. 7º da lei 12.232/10 estabeleceram o julgamento apócrifo da proposta técnica, ou seja, os elementos fundamentais da proposta técnica (raciocínio básico, estratégia de comunicação publicitária, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia) deveriam ser analisados pela Administração Pública de forma não identificada, ou seja, os avaliadores não tomariam conhecimento da autoria da proposta.

Ou seja, a natureza apócrifa das Propostas Técnicas nas Licitações de Publicidade é a viga mestra a sustentar toda a construção jurídico-legislativa da Lei 12.232/2010, de maneira que **qualquer elemento que, ainda que de forma mínima ou de maneira indireta, possua o potencial de promover a identificação do autor da proposta há de ensejar a desclassificação da Proposta Técnica, sob pena de restar vulnerado o Processo Licitatório como um todo.**

Portanto, a proibição em comento não somente representa trecho do edital da presente concorrência, mas faz parte do espírito da Lei 12.232/2010, sendo intolerável seu descumprimento, cuja consequência há de ser a natural desclassificação da Proposta Técnica.

Não obstante, apesar desta impossibilidade, a **In.Pacto Comunicação Corporativa veio a IDENTIFICAR a Via Não Identificada de seu Plano de Comunicação Digital, na medida em que inseriu marca d'água nos cantos inferior esquerdo e superior direito de sua Peça Nº 01 (Vídeo Manifesto)**, senão vejamos:



Conforme se observa do Vídeo apresentado pela In.Pacto como peça exemplificativa, **consta de sua margem inferior-esquerda e superior-direita, em especial a partir de 1'25", marca d'água onde lê-se: "HD DRONES: Voando Livremente"**.

Ora, senhores, é evidente que ao promover a inserção desta marca a licitante In.Pacto acaba por ferir gravemente as disposições do edital e o espírito da Lei 12.232/2010, na medida que **insere marca que possui o potencial de identificar sua proposta.**

Ainda que se argumente que a marca observada não é a logomarca da licitante, necessário estabelecer que ao ser analisada a presença de possíveis sinais identificadores não se pode pensar tão somente em sinais ligados às agências concorrentes, mas sim em **qualquer sinal que não deveria estar ali e que poça diferenciar a proposta apresentada com oposição de marca d'água das demais propostas apresentadas.**

Por mais que seja marca d'água de prestador de serviços de drone, esta possui claro potencial de identificar a proposta da licitante In.Pacto, conquanto é possível atrelar a prestadora de serviços a licitante, de forma que se diferencia a proposta por ela apresentada das demais propostas apresentadas.

Interessante também observar que em campanhas reais, a logomarca de um prestador de serviços jamais estaria presente no produto final de vídeo, de forma que não há qualquer razão para sua inserção em uma das Peças Exemplificadas da Solução de Comunicação Digital, a não ser uma burla ao julgamento apócrifo das propostas.

Trata-se a marca d'água, portanto, de um elemento visual que ameaça a isonomia do processo licitatório e faz recair a nuvem da identificação sobre o Plano de Comunicação Digital da licitante In.Pacto, em clara violação ao espírito da Lei 12.232/2010 e ao edital da presente Concorrência.

Portanto, estando presente elemento que possibilita a identificação de autoria da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Digital apresentado pela In.Pacto Comunicação é **DEVER da Subcomissão Técnica promover a sua desclassificação, o que agora se requer, nos termos do item 2.4 do Anexo IV-A do Termo de Referência da Licitação e dos os incisos I a IV do art. 7º da lei 12.232/2010.**

III.3. Da Incorreta Precificação do denominado “Projeto Editorial Integrado para Redes Sociais”. Caracterização como Conteúdo para Redes Sociais. Necessidade de elaboração de pauta prévia. Ausência de previsão orçamentária para elaboração de pauta. Estouro de Verba. Necessidade de Desclassificação.

Dando continuidade aos variados erros e falhas cometidas pela licitante In.Pacto comunicação em seu Plano de Comunicação Digital, importante ressaltar mais um grave erro cometido pela licitante e que atinge diretamente o orçamento por ela apresentado, acarretando uma ultrapassagem da verba limite de R\$ 500.000,00 estipulada ao briefing e ensejando sua desclassificação do certame.

Nesse sentido, é importante ressaltar que, assim como o Raciocínio Básico, a Estratégia de Comunicação e Solução de Comunicação Digital devem respeitar a linha de raciocínio publicitária estipulada ao briefing, o **orçamento para desenvolvimento de ações e/ou peças**

também deve respeitar o orçamento ali estipulado. Veja-se o Anexo IV-A do Termo de Referência do edital:

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

a) na verba referencial para investimento, estabelecida no Briefing do Apêndice II-A [...]

Nesse sentido, observa-se que o **Briefing da Licitação estabelece como verba referencial para a campanha o valor limite de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), não podendo as ações e/ou peças apresentadas pelos licitantes extrapolar essa verba, sob pena de natural desclassificação ante a inviabilidade de execução da campanha publicitária elaborada como Proposta Técnica.**

Dessa maneira, observa-se do orçamento da concorrente In.Pacto a precificação do que denominou como “Projeto Editorial Integrado para redes sociais” (em que abarcou todas as suas ações e peças atreladas às redes sociais) como “conteúdo para redes sociais”, assim sendo:

B) ORÇAMENTO						
Ações	Item equivalente no edital	Complexidade	Quantidade	Valor Unitário	Valor total	%
Projeto editorial integrado para redes sociais	9.1 Conteúdo para Redes Sociais	Baixa	12	R\$ 7.261,37	R\$ 87.136,44	17,5%

Dessa forma, fez a classificação de complexidade como sendo de baixa complexidade e apontou a equivalência da ação com o item 9.1 do Anexo I do Termo de Referência do Edital, correspondendo ao item de “Conteúdo para redes sociais”.

Em primeira análise, o valor ali apresentado estaria correto, na medida em que tendo realizado previsão de 12 itens desta modalidade, cujo valor unitário é de R\$ 7.216,37, despenderia um total de R\$ 87.136,44.

Não obstante, em uma análise mais detalhada do descritivo editalício para Conteúdo para Redes Sociais, nota-se que a **licitante In.Pacto deixou de orçar um importante serviço**

que há de caminhar ao lado de cada unidade utilizada de “Conteúdo para redes sociais”, qual seja a de elaboração de pauta, na medida em que o descritivo editalício é claro em definir como “Conteúdo para redes sociais” a “produção e publicação de posts para redes sociais, A PARTIR DE PAUTA PREVIAMENTE APROVADA [...]”, senão vejamos:

9.1 Conteúdo para Redes Sociais

Descritivo: Produção e publicação de posts para redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a elaboração de texto, edição de imagens e tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação de atividade:

Ou seja, é consequência lógica da simples leitura do descritivo que a elaboração do produto “Conteúdo para Redes Sociais” deverá ser sempre precedida pela realização do serviço de criação de pauta, cuja descrição também é trazida pelo Anexo I do Termo de Referência do Edital:

6.2 Pauta

Descritivo: Elaboração de documento com o detalhamento e definição de tipos de conteúdos, abordagens, formatos e indicação de fontes, para divulgação de determinado tema em uma propriedade digital.

Entregas: Documento com a pauta, em arquivo texto e arquivo de planilha eletrônica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade da proposta, considerando conteúdo, formato, abordagem e aderência ao projeto editorial e ao tema.

Características consideradas na e classificação da complexidade:

- Quantidade de itens previstos/planejados por área/seção.
- Prazo de entrega.

Assim sendo, considerando que todas as vezes que for elaborado um produto de “Conteúdo para Redes Sociais” será necessária a realização prévia do serviço de elaboração de “Pauta”, surge a necessidade de inclusão ao orçamento do serviço de elaboração de pauta, cujo quantitativo deverá corresponder ao quantitativo do produto “Conteúdo para Redes Sociais”.

Desse modo, é nítido que deixou a licitante In.Pacto – por descuido ou para adequação de seu orçamento ao briefing – de orçar a elaboração dos 12 serviços de elaboração de pauta correspondentes aos 12 produtos de “Conteúdo para Redes Sociais”, de forma que torna-se necessária a inclusão destes valores ao seu orçamento.

Nesse sentido, vejamos os valores editalícios para a elaboração de pauta:

6.2	Pauta					
	Complexidade					
	Baixa	5	3.895,65	19.478,25		
	Média	3	2.181,17	6.543,51		
	Alta	3	3.314,36	9.943,10		

Apesar da necessidade de contabilização de 12 serviços de elaboração de Pauta, pelo fato de o edital tão somente permitir a realização de 5 pautas de baixa complexidade (complexidade que será utilizada como exemplo a demonstrar o estouro orçamentário), será esse o quantitativo utilizado.

Logo, considerando que o valor unitário para a elaboração de pauta de baixa complexidade é de R\$ 3.895,56, **contata-se que o custo para a execução deste serviço em um quantitativo de 05 é de R\$ 19.478,25**, conforme planilha do próprio edital acima transcrita.

Ou seja, Ilustre Comissão, quando considerada a necessidade de inclusão ao orçamento do serviço de elaboração de pauta em quantitativo de 05, há de ser acrescido ao orçamento final da licitante In.Pacto o montante de **R\$ 19.478,25, que somado aos já orçados R\$ 498.802,01 acarretará um orçamento real de R\$ 518.280,26.**

Portanto, é nítido que o **Plano de Comunicação Digital da IN.PACTO em verdade NÃO RESPEITA a verba referencial de R\$ 500.000,00** estabelecida de forma clara e objetiva pelo briefing, ultrapassando-a em R\$ 18.280,26.

Estamos diante, portanto, **de manifesto ESTOURO DE VERBA REFERENCIAL**, em situação de total descumprimento de requisito objetivo do edital, cuja consequência é única: a **desclassificação da proposta técnica da licitante nos exatos termos do item 1.3.4.1.a. do Anexo IV-A do Termo de Referência do Edital, conquanto demonstrada a inviabilidade orçamentária de seu Plano de Comunicação Digital.**

III.4. Falhas no Plano de Comunicação Digital – Subquesto Solução de Comunicação Digital. Dos Vícios e Violações nas Peças Exemplificadas nº 4 (Podcast “Horizonte 2055: o podcast da Infra S.A.”) e nº 9 (Kit de Conteúdo) da Solução de Comunicação Digital da In.Pacto e na Ação não exemplificada de “Colabs com influenciadores/creators”. Inclusão de produtos e serviços não previstos ao cardápio dos Produtos e Serviços Essenciais Precificados do Anexo I do Termo de Referência. Incorreta Especificação de Complexidade.

Conforme se sabe, um dos Subquestos do Plano de Comunicação Digital é a Solução de Comunicação, e, no caso concreto, a Solução de Comunicação Digital, correspondente as ações e/ou peças de comunicação a serem elaboradas de acordo com a estratégia proposta na Estratégia de Comunicação Digital.

Assim como todos os quesitos do Plano de Comunicação, devem as peças e ações apresentadas na Solução de Comunicação Digital obedecer às especificações do texto editalício e, de igual forma, do *briefing*, que estabelece as informações suficientes para que os interessados elaborem proposta.

Desse modo, impossível é pensar que pudessem ser as peças e/ou ações elaboradas e orçadas com base em quaisquer produtos e serviços desejados pelas licitantes, na medida em que inexistiria qualquer lastro objetivo para a análise das peças e ações e, muito menos, para a avaliação do respeito ao orçamento estipulado pelo briefing.

Assim, com o intuito de estabelecer as peças/ações passíveis de serem apresentadas, bem como a sua forma de elaboração, ou seja, os produtos e serviços empregados para a execução de cada uma delas, e ainda orçar o valor para a elaboração de cada uma delas, **a INFRA S.A. estabeleceu ao Anexo I do Termo de Referência todos os Produtos e Serviços Essenciais que podem ser utilizados, especificando a natureza, complexidade e precificação de cada um deles.**

Dessa forma, **necessária a observância dos produtos e serviços ali estipulados**, de suas **características**, bem como da **complexidade de cada um e do custo para a sua execução**. Nesse sentido, o edital da licitação:

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

[...]

b) nos valores cheios previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Anexo I;

Ademais, em adição às peças e ações especificadas e apresentadas no Plano de Comunicação Digital, o edital de licitação estabelece a necessidade de apresentação **de Plano de Implementação, que deverá contemplar a forma de distribuição das peças e ações, bem como o orçamento para desenvolvimento das peças e ações**. Nesse sentido, o edital:

1.3.4 **Subquesto 4 – Plano de Implementação** – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital constantes de sua proposta, contemplando:

a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.

Nesse ponto, damos destaque ao exigido na alínea “b” do item 1.3.4. do edital, estabelecendo a necessidades de especificação dos investimentos alocados para a execução técnica e distribuição de cada uma das peças e ações.

Naturalmente, que assim como a estratégia de comunicação deve respeitar a linha de raciocínio publicitária estipulada ao briefing, o orçamento para desenvolvimento de ações e/ou peças também deve respeitar o orçamento ali estipulado. Veja-se o edital:

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

b) na verba referencial para investimento, estabelecida no Briefing do Apêndice II-A [...]

Nesse sentido, observa-se que o **Briefing da Licitação estabelece como verba referencial para a campanha o valor limite de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais), não podendo as ações e/ou peças apresentadas pelos licitantes extrapolar essa verba, sob pena de natural desclassificação ante a inviabilidade de execução da campanha publicitária elaborada como Proposta Técnica.**

Portanto, necessária a observância de todas as exigências acima expostas quando do desenvolvimento do Plano de Comunicação Digital da Licitante, não podendo as licitantes apresentarem peças elaboradas com produtos e serviços não constantes do Anexo I do Termo de Referência, sendo indevida a atribuição de complexidade aos produtos e serviços diversa da prevista ao Anexo I do Termo de Referência e sendo impossível que o orçamento apresentado extrapole o limite de R\$ 500.000,00 determinado ao Briefing.

Entretanto, ilustre Subcomissão, não é o que se observa no Plano de Comunicação apresentado pela In.Pacto, estando este em absoluta desconformidade aos requisitos essenciais acima apontados.

Vejamos as irregularidades cometidas pela In.Pacto.

Em primeiro lugar, uma das peças apresentadas pela In.Pacto em seu plano de Comunicação Digital foi o **“Podcast Horizonte 2055: o podcast da Infra S.A.”**, correspondendo a sua Peça exemplificada 04, possuindo as seguintes especificações:

Peça 4 – Podcast “Horizonte 2055: o podcast da Infra S.A.”: primeiro episódio de série de três podcasts traduz, no formato de mídia que mais cresce no país, segundo a Kantar/Ibope, as etapas do PNL e dá “uma cara” ao debate sobre infraestrutura no país, gerando referência no tema e abrindo portas para desdobramentos orgânicos: como pilulas em redes sociais ou artigos no LinkedIn. Dinâmica: formato ideal para a interiorização e regionalização dos conteúdos, os áudios se estruturam em um quebra-queixo (bate-papo) que envolve especialistas da Infra S.A.. Em uma dinâmica de perguntas e respostas, pode ser direcionado, ainda, para gestores públicos estaduais e municipais, além de empresas e entidades do setor. Finalidade e função tática: informar. Públicos-alvo: todos.

Ademais, necessário observar a previsão da série de podcasts ao orçamento da licitante In.Pacto Comunicação:

B) ORÇAMENTO						
Ações	Item equivalente no edital	Complexidade	Quantidade	Valor Unitário	Valor total	%
Podcast "Horizonte 2055: o podcast da Infra S.A."	10. Podcast	Baixa	3	R\$ 15.313,85	R\$ 45.941,55	9,2%

Assim sendo, observa-se da descrição da peça 04 da Solução de Comunicação Digital apresentada pela In.Pacto e do orçamento por ela realizado a previsão da realização de um podcast de suposta baixa complexidade, em que alega que a dinâmica será de “quebra-queixo” (bate papo entre convidados”) com realização de perguntas e respostas aos participantes.

Não obstante, em simples oitiva da peça exemplificada do podcast “Horizon 2055”, observam-se uma série de falhas cometidas pela concorrente, falhas estas que devem ser consideradas quando do análise de sua Proposta Técnica.

Antes, porém, necessário observar as especificidades trazidas pelo edital para peças do gênero, assim:

10. Podcast
Descritivo: Produção, roteiro, gravação e publicação de Podcast. O custo deve prever roteirista, equipe técnica, equipamentos digitais, pós-produção, edição, trilha branca e apresentador (se for caso).
Entregas: Arquivo de áudio, arquivo fonte e publicação em plataformas digitais indicadas pela ANA.
Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: avaliação do áudio em relação à qualidade técnica e editorial do material.
Características consideradas na descrição do produto ou serviço: utilização de serviço de apresentador.
Complexidade:
Baixa Não inclui o serviço de apresentador realizando a moderação do podcast.
Média Inclui o serviço de apresentador realizando a moderação do podcast.

10	Podcast			
	Baixa	12	15.313,85	183.766,24
	Média			
nº	Produto / Serviço	Quantidade Anual		

Assim, em cotejo analítico dos termos do edital, tem-se uma subdivisão de complexidade na peça de podcast, considerando-se como sendo de baixa complexidade o podcast que não inclui serviço de apresentador realizando a moderação do podcast, ou seja, trata-se de

monólogo ou diálogo fluído, em que ambas as partes estão a conversar sem que uma dê fluxo ou ritmo ao debate; e de alta complexidade o podcast que inclui serviço de apresentador realizando a moderação do podcast, ou seja, trata-se de sempre de diálogo “engessado”, em que o moderador conduz o fluxo da conversa, realizando perguntas e respostas, estabelecendo o fluxo e o ritmo da conversa.

Ademais, apesar da descrição do que seria um Podcast de média complexidade, a planilha de estimativa anual de execução deixou de prever a possibilidade de realização de podcasts de média complexidade, tendo previsto tão somente a possibilidade de 12 podcasts de baixa complexidade.

Logo, caso optasse pela inclusão de Podcasts em sua Solução de Comunicação Digital e apresentação desta peça exemplificada, deveria se limitar a fazer a utilização do Podcast de Baixa Complexidade, ou seja, um monólogo ou diálogo fluído, em que ambas as partes estão a conversar sem que uma dê fluxo ou ritmo ao debate e nem realize perguntas ao outro participante.

Não obstante, apesar de ter a In.Pacto orçado três podcasts de baixa complexidade, quando se analisa de forma detida a peça exemplificada por ela juntada, fica claro **que a concorrente apresentou – em verdade – um podcast de média complexidade, especialmente porque não se trata de diálogo como ela pretende fazer parecer, mas sim de uma entrevista, em que o apresentador introduz o podcast, introduz a convidada, realiza a condução do podcast, tece as perguntas para a convidada, que tão somente as responde, inexistindo uma conversa entre ambos, mas sim uma podcast moderado por entrevistador.**

Apesar de ser claro o fato de ter apresentado um podcast de média complexidade, o que não poderia ter sido feito na medida em que não se trata de produto previsto pelo edital, que previu tão somente podcast de baixa complexidade, tentou a In.Pacto maquiagem a apresentação de um podcast de média complexidade alegando se tratar de um “quebra-queixo” (bate papo) entre especialistas.

Entretanto, até em sua tentativa de maquiagem a apresentação de uma peça não prevista ao edital a In.pacto incorre em falha, conquanto um “quebra-queixo” é conhecido no mundo jornalístico como uma entrevista coletiva mais rápida, com o entrevistado em pé à frente dos repórteres, e não um bate papo como a concorrente pretende fazer parecer, demonstrando sua total incompreensão em relação ao objeto do certame.

Ou seja, a simples oitiva do podcast permite concluir que se trata de podcast de média complexidade em que o apresentador conduz e modera uma verdadeira entrevista baseada em perguntas e respostas ao especialista convidado.

Isto posto, é evidente que ao apresentar uma **peça exemplificada de complexidade não prevista** na planilha de estimativa anual de execução e preços unitários dos produtos e serviços essenciais precificados a licitante deve ter sua pontuação reduzida, **não podendo ser analisado para fins de atribuição de nota o “Podcast Horizonte 2055: o podcast da Infra S.A.”, correspondendo a sua Peça 04.**

A reforçar a impossibilidade de utilização de podcast de média complexidade, tem-se **que a tabela de estimativa anual sequer previu o valor para a realização deste produto, sendo impossível sua inclusão na proposta.** Contudo, a licitante In.Pacto o fez e apresentou – em tentativa de ludibriar esta Subcomissão – como se de baixa complexidade fosse, apresentando o valor para tanto, de forma que natural que se tivesse o edital previsto o produto de média complexidade seria seu valor superior, acarretando em direto impacto ao orçamento da licitante.

Dessa forma, essa recorrente requer a substancial redução de nota atribuída ao Subquesto Solução de Comunicação Digital da licitante In.pacto, conquanto não pode ser considerado para fins de atribuição de nota uma peça em complexidade não prevista ao edital, cuja nota deve corresponder a zero.

Em segundo lugar, outra peça apresentada pela In.Pacto em seu Plano de Comunicação Digital em que é possível vislumbrar uma série de vícios e máculas **é o “Kit de Conteúdo”, correspondendo a sua peça exemplificada 09**, possuindo as seguintes especificações:

gístico.
Peça 9 – Kit de conteúdo: kit de conteúdo sobre a Infra S.A. e o PNL para download pela landing page e divulgação nas redes sociais. Resume o PNL e apresenta a origem de seus insumos e subsídios. Dinâmica: produção no primeiro mês, com divulgação nas redes sociais e no portal no mês seguinte. A ação segue até o fim do plano. Dinâmica: o material explora desde a origem até as inovações que estão moldando o cenário futuro da logística em nosso país, abordando temas como fase, intermodalidade, impactos e principais novidades do PNL 2055. Finalidade e função tática: informar e posicionar. Públicos-alvo: todos.
 Exemplo de relatório com análise de temas

Assim, ao se analisar o conteúdo da peça de nº 09 em conjunto com sua descrição, tem-se de maneira clara que **corresponde a um guia/manual de 08 páginas com uma série de elementos textuais, gráficos e imagéticos que será disponibilizado para download pela landing page criada e por links disponíveis nas redes sociais.**

Ademais, necessário observar a previsão do Kit de Conteúdo ao orçamento da licitante In.Pacto Comunicação:

B) ORÇAMENTO						
Ações	Item equivalente no edital	Complexidade	Quantidade	Valor Unitário	Valor total	%
Kit de conteúdo sobre a Infra S.A. e o PNL para download pela landing page e divulgação nas redes sociais	9.1 Conteúdo para Redes Sociais			Precificado em "Projeto editorial integrado para redes sociais"		

Em análise do orçamento apresentado pela licitante, tem-se que para precificação do Kit de Conteúdo ela faz remissão a inclusão dos valores no tópico “Projeto editorial integrado para redes sociais”, cuja precificação se observa da seguinte forma:

Projeto editorial integrado para redes sociais	9.1 Conteúdo para Redes Sociais	Baixa	12	R\$ 7.261,37	R\$ 87.136,44	17,5%
--	---------------------------------	-------	----	--------------	---------------	-------

Dessa maneira, em análise do que se denominou “Projeto Editorial Integrado para redes sociais”, tem-se que **sua precificação foi feita considerando que corresponde ao produto “Conteúdo para redes sociais”,** de forma que é necessário analisar a descrição editalícia para

este produto, com o objetivo de averiguar se o manual/guia de 08 páginas apresentado como peça 09 (Kit de Conteúdos) está abrangido pelo produto “Conteúdo para redes sociais”

Dessa forma, o Anexo I do Termo de Referência descreve “Conteúdo para redes sociais” da seguinte forma:

9.1 Conteúdo para Redes Sociais	
Descritivo:	Produção e publicação de posts para redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a elaboração de texto, edição de imagens e tagging.
Entregas:	Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.
Aspectos a serem considerados na avaliação de atividade:	

Assim sendo, tem-se que o produto “Conteúdo para Redes Sociais” é abrangido tão somente pela produção e publicação de “posts para redes sociais”.

Ora, ilustre Subcomissão, é evidente que o manual/guia apresentado pela licitante In.Pacto em sua peça 09 (Kit de Conteúdos) não corresponde a um post, cujo conceito há de ser entendido como imagem, áudio ou vídeo divulgado em redes sociais, não abrangendo um manual como o que apresentou a In.pacto.

É impossível conceber que um manual/guia de 08 páginas em diagramação A4 será veiculado em redes sociais, tanto o é, que a própria concorrente é expressa em apontar que a disponibilização do referido material será feita por download pela landing page, de forma que a simples necessidade de download para a visualização de uma peça exclui sua natureza de post, cuja visualização se dá na própria rede social, conceito este que não se aplica a uma landing page.

Isto posto, é evidente que a descrição orçamentária da peça 09 da licitante In.Pacto ocorreu de forma incorreta, especialmente pelo fato de o guia/manual apresentado não corresponder a um post, não podendo ser precificado como “conteúdo para rede social” e devendo, assim, ganhar precificação apartada da figura do “projeto editorial integrado” por eles criado.

Ademais, a agravar a situação observada, nota-se que **não há qualquer produto ou serviço previsto ao edital que se assemelhe da peça apresentada pela In.Pacto, sendo, em verdade, peça exógena e que não está compreendida no catálogo de produtos e serviços essenciais precificados do Anexo I do Termo de Referência** que pode ser utilizado para a elaboração do Plano de Comunicação Digital, razão pela qual não pode ser essa peça contabilizada para fins de pontuação no Subqesito Solução de Comunicação Digital.

Assim, necessário que seja **desconsiderada a análise dessa peça para fins de pontuação da Solução de Comunicação Digital, com a consequente revisão de sua pontuação nesse ponto, o que agora pugna a recorrente.**

Caso entenda a Subcomissão pela possibilidade de exemplificação da peça, que opere uma reanálise do orçamento apresentado pela In.Pacto, de forma a considerar a precificação do “Kit de Conteúdo” de forma isolada, nos exatos termos acima expostos, o que agora se requer.

Além disso, em sendo desconsiderada a peça, é natural que ocorrerá alteração do Plano de Implementação e da **Estratégia de Comunicação Digital, que naturalmente ficará mais frágil, sendo necessária – de igual modo – a redução de pontuação deste Subqesito, o que esta recorrente requer.**

Em terceiro lugar, outra ação apresentada pela In.Pacto em seu Plano de Comunicação Digital em que é possível vislumbrar uma série de vícios e máculas **é a ação não exemplificada “Colabs com influenciadores/creators”**, possuindo as seguintes especificações:

Colabs com influenciadores/creators: a gestão da rede de influenciadores/creators digitais inclui a busca por parcerias para a produção de conteúdos. Eles serão identificados logo no primeiro relatório de monitoramento e no trabalho de moderação. Dinâmica: vamos identificar e acompanhar os influenciadores, propor colabs na produção de conteúdos, apresentando e posicionando a Infra S.A. em temas relacionados ao PNL. Finalidade e função tática: informação e mobilização. Públicos-alvo: produtores de conteúdo, nano e micro influenciadores.

Assim, conforme descrição, trata-se de verdadeiro serviço de gestão de rede de influenciadores/creators digitais, exigindo – pela própria natureza do serviço – precificação própria ao orçamento da Licitante.

Não obstante, quando se analisa o orçamento apresentado pela licitante In.Pacto, observa-se que **esta deixou de fazer previsão específica em relação a precificação deste serviço, não tendo nem sequer fazendo remissão a sua inclusão em outro grupo, como erroneamente realizou no caso anterior.**

Ilustre Subcomissão, *in casu*, a razão para a não precificação do serviço no orçamento da In.Pacto é muito simples, estando consubstanciada no fato de **INEXISTIR a previsão deste serviço no cardápio de produtos e serviços apresentados pelo Anexo I do Termo de Referência e que podem ser utilizados para a elaboração do Plano de Comunicação Digital.**

Desse modo, quando se analisa de forma minuciosa o referido anexo, nota-se que o mesmo não faz qualquer menção atividade de gestão de rede de influenciadores/creators, não podendo ser esse um serviço apresentado pelas licitantes em sua Solução de Comunicação Digital.

Não obstante, apesar desta impossibilidade, por mais uma vez a In.pacto fez a inclusão de produto/serviço não previsto no cardápio do Edital e que não poderia ter sido utilizado, de forma que a recorrente busca uma série de artifícios para maquiar este “deliberado erro”.

Portanto, em sendo inexistente a previsão de possibilidade de utilização do serviço de gestão de rede de influenciadores/creators, nomeado de Colabs com influenciadores/creators pela In.Pacto, **deve ser desconsiderada sua análise para fins de pontuação da Solução de Comunicação Digital, com a consequente revisão de sua pontuação nesse ponto, na media em que mais uma de ações será excluída da análise da Subcomissão.**

Além disso, em sendo desconsiderada a peça, é natural que ocorrerá alteração do Plano de Implementação e da Estratégia de Comunicação Digital, que naturalmente ficará mais frágil,

sendo necessária – de igual modo – a redução de pontuação deste Subquesto, o que esta recorrente requer.


VI. DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

Ante todo o exposto, a Clara Serviços Integrados, ora recorrente, requer o conhecimento de seu recurso e seu total provimento nos seguintes termos:

- a) Que **seja o presente recurso remetido para julgamento pela Subcomissão Técnica designada para a presente Concorrência**, na medida em que a ela é pertencente a competência para a análise e julgamento dos Recursos Interpostos em face do julgamento das Propostas Técnicas, vide art. 10º, § 1º, da Lei 12.232/10;
- b) Que seja **determinada a DESCLASSIFICAÇÃO da licitante In.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS**, em razão das inúmeras violações editalícia presentes em seu Plano de Comunicação Digital; alternativa e subsidiariamente, caso não entenda esta Ilustre Subcomissão Técnica pela desclassificação da licitante In.Pacto, que determine a redução de sua Pontuação Técnica em face da inúmeras falhas apontadas em sua Proposta Técnica;

Termos em que, pede e espera deferimento.

Brasília-DF, 23 de abril de 2024.

Documento assinado digitalmente
 **CLAUDIA GOMES CHAVES**
Data: 23/04/2024 13:45:12-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

CLÁUDIA GOMES CHAVES

Representante Legal da Clara Serviços Integrados de Vídeo,
Conteúdo e Web LTDA
CPF N° 800.503.526-87