

Maria Cecília Mattesco Caixeta

De: Mateus Lima <mateus.lima@inpressoficina.onmicrosoft.com>
Enviado em: terça-feira, 30 de abril de 2024 15:55
Para: CX - CPL VALEC
Cc: Jurídico
Assunto: Infra S.A. - Edital 10/2023 - Comunicação Digital - Contrarrazões In Press Oficina
Anexos: 20240430 - INFRA - Concorrência 10_2023 - Contrarrazões.pdf

Prezada Comissão, boa tarde! Espero que estejam bem.

Nos termos item 20.2. do Edital nº 10/2023 (Comunicação Digital), encaminhamos em anexo as Contrarrazões da In Press Oficina.

Solicito, por gentileza, que confirmem o recebimento.

Seguimos à disposição!

Atenciosamente,

--

MATEUS LIMA
ANALISTA JURÍDICO

+55 61 9 9641-2928
mateus.lima@oficina.ci
www.oficina.ci
Complexo Brasil 21 - Asa Sul, Brasília - DF

À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DA INFRA S/A

Referência: Edital nº 10/2023

IN PRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado, com sede no SHS Quadra 06, conjunto A, Bloco E, salas 919, 922, 923 e 1.110, Edifício Brasil 21, CEP 70.322-915, na cidade de Brasília, DF, inscrita no CNPJ sob o nº. 15.758.602/0001-80, por sua representante legal, vem, respeitosamente, perante esta Comissão Especial de Licitação, com fulcro no item 20 do presente Edital, interpor tempestivamente

CONTRARRAZÕES

contra os recursos administrativos interpostos pelas licitantes **IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S** e **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**, conforme argumentos fáticos e jurídicos a seguir expostos.

1. DA TEMPESTIVIDADE

Conforme item 20.2 do Edital, interpostos os recursos, as demais licitantes poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

Nesse cenário, percebe-se que a comunicação da interposição dos recursos ocorreu no dia 23/04/2024. Dessa forma, considerando o prazo previsto no item 20.2 do Edital, percebe-se que o prazo para apresentação das contrarrazões encerra-se no dia 30/04/2024.

Sendo assim, apresentado nesta data, é tempestivo o presente recurso.

2. DAS INFUNDADAS RAZÕES RECURSAIS DAS LICITANTES IN.PACTO E PARTNES

Conforme amplamente reconhecido, a participação diversificada de interessados em uma disputa licitatória é essencial para alcançar as melhores ofertas disponíveis no mercado e, por conseguinte, atender de forma otimizada às necessidades do órgão promotor da licitação. Nesse contexto, é crucial fomentar a participação de um número significativo de licitantes, os quais devem apresentar propostas que proporcionem vantagens à Administração, promovendo, assim, uma competição robusta e saudável entre os concorrentes.

É de conhecimento difundido entre os participantes de licitações públicas, sejam eles presidentes ou membros das comissões de licitação, que os licitantes utilizam todos os meios disponíveis para assegurar sua vitória no certame. Com frequência, isso envolve a utilização de recursos administrativos para levantar acusações infundadas, muitas vezes com o objetivo de prejudicar as propostas concorrentes sem embasamento substancial.

Nesse contexto, as licitantes IN.PACTO e PARTNES buscam contestar a análise feita pela subcomissão para, sem qualquer argumento plausível, diminuir a nota técnica atribuída à licitante In Press Oficina. Para tanto, conforme será devidamente comprovado, é impositivo que os recursos interpostos pelas referidas licitantes sejam indeferidos em sua totalidade, devido à falta de relevância das alegações apresentadas.

3. DAS ALEGAÇÕES DA RECORRENTE IN.PACTO

Em resumo, as contestações pouco claras da recorrente IN.PACTO em relação à In Press Oficina estão diretamente ligadas ao Plano de Comunicação Digital no que diz respeito ao raciocínio básico, à estratégia e à solução de comunicação digital propostas pela recorrida. Para isso, a recorrente se embrenha em argumentos subjetivos e carentes de fundamentação para tentar reduzir a nota atribuída para esta empresa recorrida.

No lugar de se basear em fatos objetivos e análise criteriosa dos elementos apresentados pela recorrida com base nas regras estabelecidas no Edital da Concorrência nº 10/2023 da INFRA S.A., a recorrente parece se apoiar em críticas genéricas e desprovidas de embasamento. Isso demonstra uma tentativa de desvalorizar os méritos da proposta da In Press Oficina por meio de uma abordagem pouco substancial, motivada pelo simples interesse de tentar sagrar-se vencedora do certame a qualquer custo.

3.1. Da ausência de qualquer irregularidade no raciocínio básico, na estratégia e na solução de comunicação digital do Plano da In Press Oficina

Os argumentos apresentados pela Recorrente IN.PACTO visam desqualificar a proposta da Recorrida com a utilização de fundamentos notavelmente superficiais e de natureza subjetiva.

No que diz respeito às fundamentações recursais da IN.PACTO contra o raciocínio básico apresentado pela In Press Oficina, expressões vagas como "faltou um diagnóstico mais aprofundado", "deixa a desejar" e "não houve, portanto, "um diagnóstico real" são utilizadas, mas não há fundamentações materiais de motivos para

minoração sem respaldo sólido, nem mesmo apontamentos de forma clara de possíveis falhas ou contradições na proposta concorrente.

A análise histórica conduzida pela In Press representa um componente fundamental na formulação da estratégia de comunicação, pois investiga as origens e a reputação histórica da INFRA S.A. Tal método permite uma compreensão aprofundada do contexto institucional, setorial e nacional, pois recuperar sua história e sua sólida herança simbólica é fundamental não apenas para compreender o papel institucional, mas também para identificar as necessidades de comunicação futura e para consolidar um novo posicionamento, conforme exigido pelo edital.

Na verdade, o que se percebe com as alegações recursais da recorrente é um claro desconhecimento em relação ao fato da própria marca INFRA S.A., a qual se constitui como marca relativamente nova. No lugar de apontar de forma objetiva e fundamentada possíveis falhas na proposta técnica da In Press Oficina, a IN.PACTO revela não só o seu desconhecimento da INFRA S.A., mas também dos principais stakeholders.

A própria concepção da INFRA S.A. reflete a necessidade premente de empreendimentos estruturantes no setor de infraestrutura. Como poderia discutir as particularidades atuais da INFRA S.A. sem aprofundar nas deficiências dos setores e na falta de coordenação entre os projetos logísticos nacionais, que muitas vezes privilegiam excessivamente o modal rodoviário?

Chama atenção também a abordagem totalmente contraditória dada pela recorrente IN.PACTO. Por um lado, a recorrente questiona a necessidade de uma análise histórica detalhada, e por outro lado, afirma que as análises realizadas são superficiais.

Essa contradição ressalta a falta de consistência e de embasamento dos argumentos apresentados pela IN.PACTO, a qual não reconhece a importância de uma compreensão profunda do contexto histórico e das lacunas estruturais do setor de infraestrutura para informar adequadamente a estratégia de comunicação da Infra S.A.

Explorar a história e a verdade por trás da INFRA S.A. não é apenas uma estratégia de comunicação, mas também uma forma de fortalecer a marca e alcançar objetivos de maneira genuína e eficiente. Essa busca pela autenticidade da marca não só auxilia na construção de uma narrativa integrada, mas também deve ecoar especialmente nas comunicações nas redes sociais, além das campanhas tradicionais, proporcionando uma base sólida para lidar com desafios de imagem que possam ter ocorrido em um passado recente.

No que diz respeito ao diagnóstico, é importante ressaltar que nenhuma estratégia pode garantir a eficácia de uma ação de engajamento, especialmente quando se trata de ações que não contam com investimento em tráfego pago, na qual o alcance orgânico tende a ser próximo de 1% do público que já nos segue. É importante destacar ainda que qualquer análise mais aprofundada requer acesso a dados legalmente protegidos pela Lei nº 13.709/2018 – Lei Geral de Proteção de Dados, fato que os tornam inacessíveis sem a devida autorização de compartilhamento e consentimento.

Ao apontar críticas à estratégia de comunicação digital utilizada pela In Press Oficina, a recorrente IN.PACTO novamente expõe apenas argumentos rasos e subjetivos. Chama atenção que a recorrente chega a utilizar a expressão “não parece ser uma narrativa coerente”. Ora, de que importa o que parece ou não parece ser para a licitante recorrente?

A licitação é pautada em critérios objetivos devidamente definidos no Edital e seus respectivos anexos. Os meros “achismos” da recorrente IN.PACTO não possuem qualquer relevância para a atribuição das notas, uma vez que não são pautados no que foi estabelecido no Edital.

Sobre a estratégia de comunicação apresentada pela In Press Oficina, o que se percebe, de forma objetiva, é que a mesma cumpre com tudo o que fora estabelecido pelas regras do certame.

Pela análise do Edital, nota-se que a verba destinada para o exercício dos trabalhos é limitada. Tal fato exige que seja realizada uma abordagem estratégica e criativa na utilização de todos os canais de comunicação e aquisição disponíveis.

Realizar um detalhamento sobre os canais de terceiros neste momento da licitação parece inadequado e até mesmo contraproducente, indo de encontro às solicitações do próprio edital, as quais foram integralmente atendidas pela recorrida In Press Oficina.

Toda estratégia de marketing digital segue três etapas para a conversão: Conhecimento, Consideração e Conversão. Os vídeos questionados, como o "Fake OOH", têm como objetivo principal chamar a atenção e aumentar o nível de conhecimento, gerando impacto e engajamento.

O "Fake OOH" é um formato inovador que desperta curiosidade e, para uma campanha sem suporte de tráfego pago, tem grande potencial para gerar um buzz e cumprir seu propósito de visibilidade, conhecimento e geração de curiosidade. O vínculo direto com o objetivo de levar os espectadores ao site só será estabelecido durante as etapas de consideração ou conversão.

Sobre a referida estratégia, cumpre destacar que o Governo do Distrito Federal utilizou esse mesmo formato para divulgar o aniversário de Brasília, demonstrando a viabilidade e a plausibilidade do “Fake OOH”.

Cabe mencionar ainda que o Edital enfatiza a necessidade de comunicação também com a população em geral. Nos apontamentos infundados da recorrente IN.PACTO, é nítido o claro esquecimento de um dos principais objetivos a serem alcançados, que é o de incentivar a contribuição para o PNL.

Na proposta técnica da recorrida In Press Oficina, está evidente a estratégia de que a população, como formadora de opinião, desempenha um papel crucial em cobrar e incentivar os agentes públicos a contribuírem com o PNL. Ou seja, a estratégia desta recorrida está totalmente alinhada com a exigência da licitação para o incentivo da contribuição para o PNL.

Quanto ao tagueamento e à coleta de informações, é nítido que a proposta desta Recorrida se refere ao site. Assim, ao tratar na sua proposta de coleta no site, esta licitante se refere a um coletor de leads para posterior utilização em estratégias de e-mail marketing e mensagens via WhatsApp.

A In Press Oficina evita jargões desnecessários e a realização de detalhamento massivo de estratégia de inbound marketing, justamente pela sua evidência na estrutura apresentada do site. Para tanto, visando garantir um bom posicionamento do site nos mecanismos de busca, esta recorrente defende como essencial uma sólida estratégia de SEO, uma vez que não podemos contar com o suporte do Google Ads. Por isso, o site inclui uma seção de conteúdo com um blog.

Finalizando com os argumentos da recorrente IN.PACTO quanto ao plano de comunicação da In Press Oficina, são apontados “deslizes” em relação à solução de comunicação digital. Mais uma vez, os apontamentos são feitos de forma subjetiva, sem qualquer indicação de ofensa aos parâmetros estabelecidos no Edital.

Ainda assim, vejamos as razões que levam à improcedência dos argumentos da recorrente IN.PACTO.

Primeiramente, na estratégia apresentada pela recorrida In Press Oficina é explicado que, como não há a possibilidade de usar o recurso do “tráfego pago”, e também não há a possibilidade de contratar influenciadores, serão utilizados agentes públicos que têm relevância nas redes. Tal solução servirá para ajudar a entregar o alcance que necessitamos de forma orgânica.

Para aqueles que realmente entendem de comunicação, é unânime que as postagens em “collab” têm uma entrega muito maior, especialmente junto com prefeitos, governadores e outros “macroinfluenciadores”. Essa estratégia seria de “conhecimento/consideração”. Quem conhece a INFRA S.A., ficará ainda mais interessado nos trabalhos por ela desempenhados e, conseqüentemente, terá a curiosidade de conhecer mais do projeto. Quem não conhece, ao observar a “collab” ficará instigado saber mais.

De forma não surpreendente, a recorrente IN.PACTO demonstra que sequer leu a proposta apresentada pela In Press Oficina para tecer suas críticas. Tal fato se comprova pelo fato que a recorrente alega uma suposta utilização do mesmo conteúdo nas diversas plataformas, mas, ao analisar a proposta apresentada por esta recorrida, nota-se claramente que existem peças para o site (banners), peças para redes sociais

(posts), peças para LinkedIn (artigos e blog) e peças para inbound (e-mail marketing e blogs), todas com seus respectivos conteúdos únicos e autênticos.

A IN.PACTO alega ainda uma suposta "ausência de animações explicativas e de didática na apresentação da missão da Infra e do propósito do PNL". Ora, tais pontos estão no Edital e, diferentemente da recorrente que busca tumultuar o processo licitatório criando ilações e suposições, a In Press Oficina aborda uma tática diferente, objetiva, demonstrando cumprir o que foi estabelecido no Edital no lugar de apenas reproduzir e explicar o que o instrumento convocatório já dispõe.

Quanto ao ponto de atenção relacionado à solução nº 6, é curiosa a afirmação que "operadores logísticos não têm relação com desenvolvimento ou programação". Mais uma vez a recorrente IN.PACTO revela sua incompreensão não só com a comunicação digital, mas com o cenário mundial que temos hoje.

As empresas de logística e distribuição necessitam de um profundo conhecimento e experiência no uso e na implementação de tecnologia. Isso se deve ao fato de que a logística moderna depende cada vez mais de sistemas e plataformas tecnológicas avançadas para garantir uma operação eficiente e eficaz, uma vez que profissionais de desenvolvimento e programação são frequentemente encarregados de tomar decisões estratégicas relacionadas à adoção e implementação de tecnologia em suas operações.

Além disso, a natureza complexa e globalizada da cadeia de suprimentos moderna requer uma compreensão profunda das últimas tendências e avanços tecnológicos para garantir a competitividade e o sucesso do negócio.

Com relação aos argumentos da recorrente IN.PACTO em relação à clareza da proposta da In Press Oficina, não se sabe se os argumentos elencados no recurso se dão por uma falta de compreensão lógica textual ou se é pelo simples anseio de minoração da nota desta recorrida a qualquer custo. A proposta da In Press Oficina deixa, de forma perfeita e límpida, no conceito apresentado, que representa de forma universal a força da palavra-chave "CHEGAR".

Por fim, ao analisar o recurso da IN.PACTO, é notória a falta de uma análise correta da proposta, ou o não conhecimento das estratégias atuais de marketing, que tem como objetivo o conhecimento em primeiro lugar – "awareness". Nesse momento busca-se impactar um público maior, e na sequência outras estratégias têm como objetivo engajamento e incentivo à participação.

As alegações apresentadas pela recorrente IN.PACTO contra a In Press Oficina revelam um preocupante desconhecimento não apenas da INFRA S.A. e do conteúdo do edital, mas também do mercado de comunicação como um todo. Os argumentos empregados pela recorrente são superficiais, carecendo de qualquer fundamentação lógica ou jurídica robusta, baseados principalmente em suposições infundadas.

Por todo o exposto, o que se nota com o recurso da IN.PACTO é que a referida licitante, no lugar de fornecer uma análise detalhada e embasada, parece confiar em meras especulações e "achismos", sem qualquer relação com os critérios predefinidos na presente licitação. O recurso da IN.PACTO não prejudica apenas a qualidade do debate e da argumentação no contexto da disputa, mas também revela uma falta de preparo e compreensão da INFRA S.A., do Edital da Concorrência 10/2023, bem como do mercado de comunicação.

É de se lembrar que o Tribunal de Contas da União, veda veementemente subjetividades nas análises das propostas de licitantes. Dentre os vários acórdãos do Tribunal sobre o tema, vejamos o que ficou estabelecido no recentemente no Acórdão 1257/2023 – Plenário:

“Para reduzir o grau de subjetividade nas pontuações atribuídas a essas propostas, os critérios de julgamento devem estar suficientemente detalhados no Edital do certame, sob pena de violação ao princípio do julgamento objetivo”.

Desta forma, uma vez que o recurso da recorrente IN.PACTO contra a In Press Oficina é claramente subjetivo e desarrazoado, devem ser julgadas improcedentes todas as argumentações levantadas contra esta recorrida.

4. DAS ALEGAÇÕES DA RECORRENTE PARTNES

A recorrente PARTNES, embora não apresente críticas diretas à proposta da In Press Oficina, solicita, de forma genérica ao final do seu recurso, que "as notas das demais concorrentes sejam proporcionalmente ajustadas". No entanto, essa solicitação genérica não implica em uma impugnação específica ao julgamento ou em uma indicação clara de um ponto específico que justifique a revisão da nota atribuída à In Press Oficina.

Em um processo licitatório, é fundamental que os recursos apresentados sejam claros, específicos e fundamentados, a fim de garantir a transparência, imparcialidade e integridade do processo. A solicitação genérica de ajuste nas notas das demais concorrentes não fornece fundamentação suficiente para sustentar uma revisão do processo de avaliação da proposta da In Press Oficina.

Dessa forma, devido à falta de impugnação específica e à ausência de argumentos concretos que justifiquem uma revisão da nota da In Press Oficina, o recurso apresentado pela PARTNES deve ser julgado improcedente.

5. DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS

O que se tem como conclusão dos recursos da IN.PACTO e da PARTNESS é que a motivação para suposta alteração nas pontuações é sempre a mesma: teria havido engano na análise por parte da Subcomissão Técnica e seu julgamento com base no Edital é feito a partir daquilo que lhe interessa.

Em outras palavras, as recorrentes buscam assumir a posição dos julgadores e fazer crer que sua proposta, custe o que custar, deveria ser pontuada de maneira integral, independentemente do que restava claro nos termos do Edital.

Não resta qualquer óbice para a conclusão de que os pedidos do recurso aqui evidenciados não merecem prosperar. Por todo o exposto, requer a IN PRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA. sejam integralmente INDEFERIDOS os pedidos dos recursos interpostos pelas recorrentes aqui legitimamente impugnadas.

Nesses termos, requer o deferimento

Brasília, 30 de abril de 2024.

MATEUS PAULO PEREIRA
LIMA:05836580162

Assinado de forma digital por
MATEUS PAULO PEREIRA
LIMA:05836580162
Dados: 2024.04.30 15:45:43 -03'00'

IN PRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.

CPNJ 15.758.602/0001-80