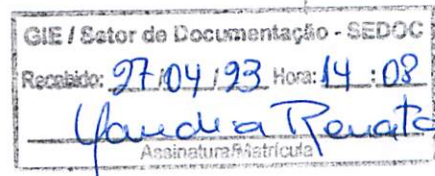


**À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**



**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 03429/2021  
EDITAL DE CONCORRÊNCIA N. 02/2022**

**CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA**, já qualificada nos autos do processo licitatório nem epígrafe, vem tempestivamente<sup>1</sup> apresentar RECURSO ADMINISTRATIVO, com fundamento na cláusula 18.1, do Edital de Concorrência nº 02/2022 c/c com o inciso I, artigo 109, da Lei 8.666/93, em face da Ata da Terceira Sessão Pública da Concorrência para a Contratação de Serviços Continuados de Comunicação Corporativa – Processo SEI n. 03429/2021.

**I. BREVE SÍNTESE DO PROCESSO LICITATÓRIO**

1. O Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (“CONFEA”), por intermédio da Comissão Especial de Licitação (“CEL”), tornou pública a realização de processo licitatório na modalidade Concorrência do tipo Técnica e Preço para a contratação de serviços continuados de comunicação corporativa nos termos do Edital de Concorrência nº 2/2022.

<sup>1</sup> A cláusula 18.1, do Edital de Concorrência nº 02/2022, em consonância com o artigo 109, da Lei 8.666/93, dispõe que dos atos da Comissão Julgadora da Licitação cabe recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato, aperfeiçoada via e-mail cadastrado no site do CONFEA em 19/04/2023.



2. Em 13 de abril de 2023 o CONFEA, em Sessão Pública<sup>2</sup>, através da Comissão Especial de Licitação, reuniu-se para realizar o cotejamento entre as propostas técnicas apresentadas neste certame, identificação da autoria das propostas apresentadas, elaborando Planilha Geral com as avaliações referentes a Capacidade de Atendimento e Relatos de Comunicação Corporativa.

3. Consoante bem consta na ata, restou elaborada Planilha com a atribuição das seguintes notas:

- 1º BR + = 96 PONTOS;
- 2º CDI = 85,5 PONTOS;
- 3º IN.PACTO = 84,7 PONTOS;
- 4º IN. PRESS = 83,8 PONTOS;
- 5º PARTNERS = 81,50 PONTOS.

4. Porém, conforme restará demonstrado, incorreu a i. CEL em subdimensionamento da nota atribuída à RECORRENTE CDI na somatória dos Invólucros 2 e 4, enquanto superdimensionou a valoração atribuída a outros concorrentes, quando se realiza a comparação direta entre as propostas técnicas apresentadas.

5. Dessa forma, nos termos que adiante expostos, imperiosa *(i)* a desclassificação das empresas PARTNERS e IN PRESS, dado o descumprimento ao Edital, que viola o princípio da vinculação ao Edital, bem como o princípio da isonomia aos concorrentes, *(ii)* a majoração da nota atribuída à RECORRENTE, nos quesitos Capacidade de Atendimento, Relatos de Comunicação Corporativa e Proposta Técnica, bem como *(iii)* a redução da pontuação atribuída às empresas BR e In. Pacto nos quesitos Capacidade de Atendimento. Senão vejamos.

## **II. DA VIOLAÇÃO AO EDITAL DA LICITAÇÃO - DESCUMPRIMENTO DE EXIGÊNCIA ESTABELECIDADA EM EDITAL SUBMETIDA A TODOS OS LICITANTES**

6. Conforme bem reconhecido na Ata da Reunião da Subcomissão Técnica da Concorrência 02/2022 – Invólucro 2, (i) a concorrente Partners infringiu o disposto

---

<sup>2</sup> para realizar a Terceira Sessão Pública da Concorrência para a Contratação de Serviços Continuados de Comunicação Corporativa – Processo SEI n. 03429/2021.

no item 1.3.3.3. Apêndice III<sup>3</sup>, ao ultrapassar o limite disposto para peças na apresentação dos exemplos de ações e/ou materiais de comunicação corporativa, enquanto, (ii) a concorrente InPress infringiu o disposto no item 1.2.7. Apêndice III<sup>4</sup>, ao exceder o limite de páginas estipulado no Edital.

7. Contudo, em que pesem tais descumprimentos, que para além de violar o princípio da vinculação ao instrumento convocatório, vulneram a isonomia entre os licitantes, permitindo que essas concorrentes apresentem exemplos a mais do que os demais, com a devida vênia, de forma ilegal entendeu a Subcomissão por bem relevar tais descumprimentos, que em verdade deveriam ser causa de imediata e automática desclassificação de tais licitantes.

8. Ora, como dito, com o devido respeito, tal tolerância não merece prosperar, mostrando-se indispensável a desclassificação de tais licitantes em respeito aos princípios da isonomia e da vinculação ao Edital.

9. Com efeito, é essencial que as licitações realizadas pelas Autarquias, enquanto parte da Administração Pública Indireta, assegurem o cumprimento do princípio da isonomia, garantindo igualdade de condições para todos os concorrentes, em conformidade com o artigo 37 da Constituição Federal.

10. No caso em tela, ao tolerar as infrações ao Edital acima mencionadas, a Subcomissão acabou por agir ao arrepio do princípio da isonomia, que, como se sabe, é a essência de todo procedimento licitatório, bem como violou insanavelmente o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

11. Em tema de licitação, o da isonomia deve ser respeitado para que todos os concorrentes tenham as mesmas chances formais e materiais ao participarem do certame.

---

<sup>3</sup> 1.3.3.3. Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação corporativa de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de: a) textos, roteiros, storyboards, leiautes impressos e/ou montados ('boneca'); b) storyboards animados ou animatics; c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

<sup>4</sup> 1.2.7. Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, cabendo às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 12.1.1.2 e no subitem 18.2.1 do Edital.

12. Na mesma linha de raciocínio, não restam dúvidas de que **a vinculação ao edital é princípio básico de toda licitação**, assim, cediço que o edital é instrumento de convocação simplificado, cujas definições do processo licitatório devem constar de maneira objetiva e detalhada, de maneira a vincular os licitantes e a Administração Pública a sua observância. Nas lições de Hely Lopes Meirelles, *“o edital é a lei da licitação”* (Direito Administrativo Brasileiro, São Paulo: Malheiros, 2003). Daí decorre o princípio da vinculação ao instrumento convocatório.

13. A respeito do tema, o Superior Tribunal de Justiça possui jurisprudência consolidada no sentido de que o **princípio da vinculação ao edital previsto no artigo 41 da Lei nº 8666/93 restringe o próprio ato administrativo às regras editalícias, impondo a inabilitação da empresa que descumpriu as exigências estabelecidas no ato convocatório<sup>5</sup>, justamente porque descumprir as normas editalícias, criar tolerâncias, jeitinhos, viola a competitividade do certame, e principalmente a isonomia, uma vez que aos licitantes que respeitaram o Edital saem virtualmente prejudicados em relação aos que não o respeitaram e mesmo assim não foram desclassificados.**

14. Destaca-se que a empresa RECORRENTE, em conformidade ao Edital que limitava o número de peças e páginas, teve de ser sucinta na defesa de sua estratégia e, em tal contexto, é certo que sendo aceitas as propostas apresentadas em inobservância a essa limitação, imposta, repita-se de forma literal pelo Edital, as empresas que assim procederam obtiveram indevida e ilícita vantagem sobre as demais licitantes, poque tiveram a possibilidade de defender suas estratégias utilizando-se de mais peças e páginas.

15. Logo, a desclassificação das concorrentes PARTNERS e InPress é medida que se impõe, sob pena de ofensa aos princípios que norteiam a licitação, em especial da isonomia e da vinculação ao edital.

### **III. DAS RAZÕES PARA A MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DA EMPRESA RECORRENTE E MINORAÇÃO DAS EMPRESAS BR+ E IN.PACTO – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA**

---

<sup>5</sup> REsp 595.079/RS, Rel. Ministro HERMAN BENJAMIN, SEGUNDA TURMA, julgado em 22/09/2009, DJe 15/12/2009

16. Ultrapassada a necessária reforma da decisão ora recorrida, a fim de que sejam as empresas Partners e InPress desclassificadas, pelos motivos acima expostos, passa-se a demonstrar que, em que pese o costumeiro acerto das decisões tomadas por esta digna Comissão, a Proposta Técnica da empresa RECORRENTE, confeccionada mediante relevantíssimo labor, não mereceu a correta pontuação objetivamente fixada nos critérios do Edital Convocatório, pois pelo que consta não houve a adequada consideração também de sua Capacidade de Atendimento e Relatos de Comunicação Corporativa. Senão vejamos:

### III.1. DA IMPERIOSA MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DA CDI QUANTO À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

17. Destaca-se desde logo que a capacidade de atendimento da empresa RECORRENTE foi bem avaliada pelos 3 (três) julgadores. Entretanto, não lhe foi atribuída, por nenhum destes, a pontuação máxima (20%), retirando, deliberada e injustificadamente percentual merecido pela RECORRENTE.

18. Ora, pelo reconhecimento da boa capacidade de atendimento da RECORRENTE pela integralidade dos julgadores, possível perceber que esta atende plenamente aos critérios de avaliação, não havendo, portanto, razão para que não lhe seja atribuída a pontuação máxima.

19. É certo ainda que, ao cumprir integralmente todas as exigências dispostas no Edital Convocatório, não pode a empresa RECORRENTE ser valorada com a mesma nota atribuída a concorrente diverso, que não logrou êxito em demonstrar a especialização de seus profissionais.

20. A título exemplificativo, destaca-se aqui a pontuação atribuída pelo i. avaliador Adahiuton Milton Belloti à empresa RECORRENTE comparada àquela atribuída à BR+:

EMPRESA RECORRENTE – CDI

*“A licitante apresentou uma **boa capacidade de atendimento**. Tem uma **boa infraestrutura**.”.*

Nota atribuída: 16% (dezesseis por cento)

EMPRESA BR+

*“a licitante **não conseguiu demonstrar a especialização dos profissionais**.*

Nota atribuída: 16% (dezesseis por cento)

21. Ora, o que levou a Comissão a proferir notas tão próximas, sendo que há uma supremacia exorbitante entre as duas empresas nesse quesito do edital?

22. Dessa forma, é evidente que a boa capacidade de atendimento, embora reconhecida pela i. Comissão, não produziu efeitos na atribuição das notas recebidas pela EMPRESA RECORRENTE, eis que a sua capacidade foi valorada na mesma importância daquela empresa que não demonstrou suficientemente a especialização de seus profissionais, o que não se pode tolerar, dada a flagrante **violação ao princípio da isonomia** estampado em tal julgamento, **que não aplicou os mesmos critérios de valoração aos concorrente.**

23. Convém recordar que o princípio da isonomia é elementar ao processo licitatório, garantindo essencialmente o direito à competição.

24. Nesse sentido, oportuna a reprodução do art. 3º da Lei nº 8.666/93:

Art. 3º A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia, a seleção da proposta mais vantajosa para a administração e a promoção do desenvolvimento nacional sustentável e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos.

25. É fato que a Comissão, ao atribuir mencionada nota à empresa RECORRENTE, desconsiderou a real boa capacidade de atendimento da mencionada empresa, o que elevaria a nota atribuída, merecendo, tal atribuição, ser revista o que desde logo se requer, sob pena de aplicação de critérios diferenciados de valoração aos licitantes participantes, ao arrepio do princípio da isonomia.

### **III. 2 DA IMPERIOSA MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DA CDI QUANTO AOS RELATOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA:**

26. Ademais, quanto ao quesito mencionado neste tópico, a empresa recorrente foi avaliada com nota de 14% (quatorze por cento).

27. Destaca-se aqui avaliação do i. Marcos Magalhães de Farias:

*“O relato 1 apresenta uma excelente evolução do cliente, mostrando o bom desempenho da licitante para atender as demandas do cliente. Porém, percebemos que os dois produtos apresentados têm mais características de serviços prestados por agência de publicidade”*

28. Entretanto, com o devido respeito ao raciocínio apresentado pelo avaliador, é fato que os mencionados relatos foram realizados com produtos de comunicação corporativa.

29. Destaca-se ainda que, no caso do CREA-SP, inclusive os mencionados produtos são oriundos de Edital de Comunicação Corporativa, oportunidade na qual a empresa RECORRENTE saiu vencedora da referida concorrência.

30. Dessa forma, diferentemente do quanto abordado na avaliação acima colacionada, não há que se falar em “serviços prestados por agência de publicidade”, conclusão equivocada que certamente influenciou negativamente a nota atribuída à empresa RECORRENTE.

31. Assim, a baixa pontuação atribuída à RECORRENTE, baseada em premissa equivocada, representa um erro grosseiro e, portanto, merece ser revista.

### III.3. DA IMPERIOSA MINORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DAS EMPRESAS BR+ E IN.PACTO

32. Em suas avaliações, Marcos Magalhães de Farias repetiu a mesma explicação para duas agências licitante: BR + e In.Pacto:

*“Apesar de ter apresentado apenas três currículos que comprovam a pós-graduação, fica claro que os profissionais Felipe Pimentel e Gabriel Campos também possuem essa qualificação pelos aspectos apresentados na descrição de suas atividades. Desta forma, entendo que a licitante apresentou dados que comprovam sua capacidade de atendimento a todos os itens dispostos no Apêndice III do edital.”*

33. Entretanto, nos termos do já mencionado princípio da vinculação ao Edital, as duas agências **não cumpriram o estabelecido no Edital** e, por este motivo imprescindível que tenham suas notas revistas para baixo, sob pena de que sejam tais empresas favorecidas em detrimento dos demais licitantes, o que, por óbvio,

configuraria ofensa aos princípios da isonomia e da vinculação ao instrumento convocatório.

34. Como podem as empresas licitantes apresentar menos do que o pedido pelo edital, e ainda assim serem pontuadas com pontuações altas? Ainda que se tenha algum grau de discricionariedade na pontuação, é fato que tal discricionariedade é diminuta e limitada, devendo, por óbvio, apresentar uma razão lógica.

35. Se essas empresas apresentarem menos do que deveriam, suas notas devem ser baixas, sob pena de se premiar, mais uma vez, quem descumpre o Edital.

#### **III.4. DA NECESSÁRIA MAJORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DA NOTA TÉCNICA ATRIBUÍDA À EMPRESA RECORRENTE**

##### **Subquesto 1. Item a) Análise das características e especificidades do contratante e de seu papel no contexto em que se insere**

36. A RECORRENTE inicia sua proposta técnica apresentando uma análise criteriosa das características e especificidades do contratante, ao comentar, de forma assertiva, sua missão, papel e atribuições.<sup>6</sup>

37. Entretanto, consoante se depreende das demais propostas, apresentadas pelos demais licitantes, o mesmo caráter prospectivo não foi abordado nas propostas técnicas dos demais concorrentes.

38. É de se ressaltar que tal visão foi o mote para que a empresa RECORRENTE desenvolvesse sua proposta com uso de instrumentos adequados de avaliação de problemas de comunicação, um diagnóstico de imagem que investigou uma premissa básica e substantiva das características e especificidades do contratante, relacionado ao caráter público de sua personalidade.

---

<sup>6</sup> “Em bom português, a fiscalização não é feita em nome de interesses corporativos ou cartoriais. O objetivo não é garantir espaço cativo no mercado de trabalho para os profissionais. A fiscalização é feita porque a responsabilidade assumida por um engenheiro é a garantia que a sociedade precisa para estar segura. A maior responsabilidade social do sistema Confea/Crea consiste em garantir que a engenharia possa atender os cidadãos de acordo com os mais altos padrões técnicos.”



39. Tal situação, não foi devidamente abordada pelos avaliadores, pois se o fosse, a nota atribuída à RECORRENTE seria a nota máxima. Logo, em razão desse cuidado extra na proposta da RECORRENTE, inexistente nas demais propostas, impõe-se a revisão da nota atribuída à RECORRNETE nesse quesito, para que lhe seja atribuída a nota máxima.

**Subquesito 1 – Item b) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa**

40. Ainda chama à atenção o fato de a empresa RECORRENTE ter apresentado diagnóstico original inteiramente construído a partir de ferramentas e instrumentos desenvolvidos pela própria CDI, para subsidiar a elaboração da de sua proposta técnica, enquanto os demais concorrentes basearam suas propostas em recursos não inéditos, desgastados e de amplo conhecimento público.

41. Neste viés, destaca-se que a empresa RECORRENTE desenvolveu duas sondagens de opinião, a primeira com jornalistas de São Paulo (capital e interior), Rio de Janeiro e Brasília que atuam em áreas e veículos potencialmente expostos ao relacionamento com o CONFEA, incluindo os meios impressos, eletrônicos e digitais.

42. Com efeito, A primeira coleta de dados ocorreu entre os dias 4 e 19/02/2022, à época do primeiro edital. Embora as respostas então obtidas continuassem válidas, dada a não ocorrência de fatores supervenientes com força suficiente para impactar e alterar a percepção dos públicos, a empresa RECORRENTE atualizou e ampliou o estudo por ocasião do segundo edital.

43. Entre 31/10 e 4/11/2022, responderam ao questionário outros 25 (vinte e cinco) jornalistas, selecionados de acordo com os mesmos critérios iniciais de amostragem. No total, portanto, 55 (cinquenta e cinco) jornalistas foram ouvidos.

44. Na segunda sondagem, foram entrevistados parlamentares da Frente Parlamentar Mista da Engenharia, Infraestrutura e Desenvolvimento Nacional, que reúne 198 (cento e noventa e oito) deputados federais e 15 (quinze) senadores. Na ocasião, 39 (trinta e nove) parlamentares responderam ao questionário.

45. Além das sondagens, a empresa RECORRENTE desenvolveu outros dois estudos originais junto à imprensa, o primeiro para analisar a presença do CONFEA em

matérias, artigos e editoriais publicados nos últimos cinco anos (2017 a 2021) por veículos de expressão nacional<sup>7</sup> além de dos maiores blogs e portais noticiosos na internet.

46. Realizou a RECORRENTE, por fim, um levantamento na ferramenta digital Stilingue visando analisar a inserção do CONFEA na internet ao longo de 2021. O estudo abrangeu notícias publicadas em portais, sites, blogs e, principalmente, redes sociais.

47. Porém, da análise realizada de sua proposta pela Comissão, verifica-se que o grande investimento intelectual despendido pela RECORRENTE não foi considerado pelos avaliadores, a despeito da robusta documentação apresentada, consistente e com forte argumentação conceitual e prática.

48. Ora, é bastante intuitivo que a propositura de soluções a partir de dados comuns, como ocorreu nas demais propostas, é inferior à propositura de soluções que tiveram com base um aprofundado estudo do CONFEA, como os realizados pela RECORRENTE. Desconsiderar isso é alijar o CONFEA de contratar o melhor serviço, de selecionar a melhor proposta dentre as apresentadas.

49. E para que o CONFEA selecione a melhor proposta, torna-se indispensável que tais elementos acima expostos sejam levados em consideração, com a devida majoração da nota atribuída à RECORRENTE no quesito ora em comento.

### **III.5. DA MANDATÓRIA MINORAÇÃO DA PONTUAÇÃO DA NOTA TÉCNICA ATRIBUÍDA ÀS EMPRESAS BR+ E IN. PACTO COMUNICAÇÃO**

50. Para além das necessárias revisões acima explicitadas, impõe-se analisar as notas atribuídas às licitantes BR+ e IN. PACTO. Explica-se.

51. Nos termos da decisão ora recorrida, foi atribuída às concorrentes BR+ e IN. PACTO nota técnica que não encontra amparo nos requisitos editalícios. Com base nas razões a seguir aduzidas, verificar-se-á que tais notas deverão ser MINORADAS em patamar condizente com o conteúdo da respectiva proposta técnica apresentada.

---

<sup>7</sup> Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Valor Econômico, Época e Exame

**A) EMPRESA BR+**

**Subquesto 1 – Raciocínio Básico. Item a) Análise das características e especificidades do contratante e de seu papel no contexto em que se insere**

52. Com o devido respeito às demais propostas apresentadas, a concorrente BR+ não apresentou qualquer análise, como exige o edital, mas tão somente reproduziu descrições das características, composição, estrutura e finalidades do Sistema CONFEA/CREA.

53. Em outras palavras, a concorrente simplesmente apresentou o contratante para ele mesmo, sem agregar um único raciocínio analítico.

54. Da mesma forma, a BR+ dedica 3 (três) parágrafos ao Plano Institucional do Confea (PIC) 2021-2023 sem ao menos extrair dessa descrição qualquer conclusão, apenas replicando argumentos reproduzidos de algum texto do site do CONFEA. Nada acrescenta, em termos substanciais, ao entendimento das questões comunicacionais de maior relevância.

55. Ora, se não for para acrescentar algo, qual a vantagem da contratação dessa licitante? Nenhuma. E se essa licitante simplesmente reproduziu o que já existe, sem acrescentar nada de útil ao CONFEA, sua nota nesse quesito deve ser reduzida, para corresponder exatamente ao valor que a proposta potencialmente trará ao CONFEA, quase nenhum ou nenhum.

**Subquesto 1 – Raciocínio Básico Item b) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa**

56. Quanto ao mencionado item, novamente a empresa concorrente BR+ não traz à baila qualquer originalidade, limitando-se a reproduzir em seu diagnóstico estudos realizados pela CONFEA, que são literalmente reproduzidos sem que se agregue qualquer inteligência à tais análises.

57. Com efeito, a empresa BR+ se limitou a adotar em seu Plano de Comunicação premissas virtualmente inócuas colhidas no briefing do Edital ou até mesmo do portal do CONFEA.

58. Aqui, com o devido respeito, a concorrente não “*tratou os desafios de comunicação conforme a sugestão do briefing*”, mas tão somente os reproduziu.

59. Por outro lado, a empresa RECORRENTE cumpriu com todos os objetivos do Edital, oferecendo estratégias para o reconhecimento apropriado que a instituição merece não somente para com os profissionais da categoria, mas também junto ao grande público, mediante robusta sondagem de opinião.<sup>8</sup>

60. Entretanto, enquanto a RECORRENTE realizou exaustiva sondagem de opinião e, por fim, baseou sua proposta, estratégia e solução de comunicação, desenvolvendo forte argumentação conceitual e prática, a empresa concorrente BR+ sequer apresentou tratamento para o desvio de percepção da sociedade quanto à autarquia, se limitando a reproduzir resultado de pesquisa contratada pelo próprio CONFEA junto à Datafolha.

61. A falta de iniciativa da empresa BR+ também pode ser observada quanto à presença da CONFEA nas redes sociais, vez que novamente se limitou a analisar os dados do próprio CONFEA, de modo meramente quantitativo, limitando-se a mencionar o número de seguidores da Autarquia em cada canal, enquanto, mais uma vez, a RECORRENTE realizou tal análise mediante esforço próprio, utilizando ferramentas confiáveis, disponibilizadas no mercado de forma independente e apresentando, por fim, uma análise qualitativa da presença do CONFEA nas redes, oferecendo conclusões e preposições assertivas com nexos causais claramente definidos.

62. Dessa forma, não se sustenta a nota atribuída à BR+ quanto a tal subquesto, porquanto não cumpriu adequadamente com o diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa identificadas, não se justificando a pontuação atribuída pelos 3 (três) avaliadores, a qual deve ser reduzida, sob pena de se premiar o pouco esforço e a ausência de criatividade.

---

<sup>8</sup> Como indica o trecho a seguir, extraído do Subquesto 2 – Desafios de Comunicação: “*O órgão [Confea] tem imagem pública de excelente qualidade e boa reputação junto a seus públicos, porém sua percepção em alguns nichos está sujeita a desvios que precisam ser corrigidos e eliminados. O aspecto indesejável resulta do percentual significativo de jornalistas e parlamentares que, de acordo com as sondagens realizadas, veem o Confea como órgão a serviço dos profissionais registrados, em detrimento dos interesses mais gerais da sociedade.*”

63. Por isso, é justo que o quesito seja reavaliado e que a nota da empresa BR+ que apresentou análise tão inferior à dos demais concorrentes seja minorada, para que todo o Certame não seja comprometido pelo excesso de subjetividade, obrigando a entidade à realização de um novo processo licitatório.

**Subquesito 1 – Raciocínio Básico Item c) Compreensão da Relação do CONFEA com seus diferentes públicos**

64. Com relação a esse subitem, mais uma vez a concorrente BR+, esbanjando superficialidade em suas propostas, limitou-se a reproduzir a lista de públicos mencionada no Edital, sem qualquer valor agregado, não se justificando a pontuação recebida pela concorrente.

65. Por outro lado, a empresa RECORRENTE, em conformidade com o diagnóstico que desenvolveu, acrescentou dois públicos importantes: público interno e influenciadores digitais, o primeiro porque identificou-se uma questão de caráter identitário que, para ser sanada, precisa do engajamento dos funcionários do Sistema CONFEA/CREAS.

66. E o segundo em razão da importância estratégica das redes sociais para a superação dos desafios de comunicação estabelecidos no briefing, recebendo, entretanto, nota inferior à empresa BR+, levantando-se novamente a questão da adequação de suas notas.

67. Convém ressaltar que se mostra essencial que a licitação seja conduzida a se respeitarem os princípios da Legalidade, Impessoalidade, Moralidade e Publicidade, Competitividade e Vantajosidade, que devem nortear as licitações públicas, com análises objetivas que de certo não permitem a atribuição de pontuação tão satisfatória à proposta tão superficial apresentada pela BR +, sendo imperiosa a minoração das notas que lhe foram atribuídas com relação ao Subquesito 1, que nenhuma ou quase nenhuma vantagem traz ao CONFEA.

68. Deve o ente licitante procurar a proposta que maior vantagem lhe traz, e, com o devido respeito, uma proposta superficial não traz vantagem alguma.

Subquesito 1 – Raciocínio Básico Item d) Compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing

69. Mais uma vez, quanto a esse subitem em questão, a empresa BR+ recebe ótima avaliação, a despeito de tão somente assumir os objetivos do briefing, sem sequer contextualizados, demonstrando rasa e superficial compreensão dos temas, sem desenvolver qualquer argumentação ou problematização. Destaca-se aqui trecho apresentado pela empresa BR+:

*“Para além de visibilidade institucional, o desafio proposto considera que a implementação de uma comunicação eficiente e eficaz contribuem (sic) para o monitoramento e avaliação da gestão da autarquia, e para ações de prevenção de crise.”*

70. Afora os erros gramaticais, não considerados pelos avaliadores quando da análise do Invólucros n. 2, não se verifica qualquer proposição no quanto disposto, ora "*comunicação eficiente e eficaz*" não é e nunca será um instrumento de monitoramento e avaliação.

71. A comunicação é parte da gestão da autarquia. E, como tal, deve ter seus próprios instrumentos de monitoramento e avaliação de resultados.

72. Ante o exposto, tem-se que o Raciocínio Básico feito pela BR+ é superficial, irrelevante, pouco abrangente e frequentemente equivocado. A concorrente não indica aspectos estratégicos que necessitem ser tratados ou corrigidos, não desenvolve argumentos, não se aprofunda em questões substanciais e não traz ideias genuínas ou muito menos prospectivas.

73. Dessa forma, cristalino que a qualidade do texto desenvolvido pela concorrente BR+ é muito inferior em vistas à nota que obteve no quesito, o que se observa na atribuição da pontuação é total falta de isonomia e análise técnica objetiva, com a devida vênia.

74. Não se deve olvidar, *ad argumentandum*, que o julgamento objetivo e isonômico entre a Recorrente e os demais licitantes se constitui em direito subjetivo da primeira, à luz do disposto nos artigos 44 e 45 da Lei 8.666/93.<sup>9</sup>

75. São as razões pelas quais, nos termos do presente arrazoado pugna, neste capítulo, pela reforma das Notas Técnicas fixadas por esta respeitável Comissão em relação à empresa BR+, para que deficiência dos textos e da proposta dessa licitante sejam devidamente considerados, reduzindo-se sua nota, para que reproduza o real valor de tais deficiências.

## **B) EMPRESA IN.PACTO**

### **Subquesto 1 – Raciocínio básico - Item a) análise das características e especificidades do CONFEA e do seu papel no contexto no qual se insere**

76. De proêmio, convém ressaltar que a licitante se refere a Sistema CONFEA/CREA como “uma categoria”, ou seja, como se fosse uma categoria profissional, nomenclatura que seria adequada se estivéssemos tratando de um sindicato ou de uma confederação sindical, o que não é o caso.

77. Trata-se, portanto, de um equívoco fundamental, pois diz respeito à própria identidade do Contratante, uma autarquia profissional, uma entidade de classe.

78. É, pois, injustificada a nota conferida à concorrente que cometeu erros tão primários relacionadas à própria natureza da Autarquia licitante. Como pode a empresa querer prestar serviços a um cliente se desconhece a própria natureza de seu cliente?

79. E pior, como pode esse tipo de erro básico ser premiado com uma pontuação semelhante à da empresa RECORRENTE? Não há, por óbvio, justificativa plausível para isso.

---

<sup>9</sup> Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

Art. 45. O julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nele referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle.

80. De rigor, portanto, que a nota da licitante IN.PACTO seja reduzida.

**Subquesto 1 – Raciocínio básico Item b) Diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa identificadas**

81. Além disso, a concorrente In.Pacto afirma que o CONFEA, em se tratando de imprensa, *“não está inserido nos grandes debates que envolvem o trabalho de seus profissionais”*.

82. E justifica a afirmação dizendo ter analisado *“12 (doze) matérias veiculadas nos principais veículos de imprensa nacionais e regionais, no período de 8 de maio de 2022 a 8 de novembro de 2022.”*

83. Entretanto, é categórico que a pequena base amostral utilizada não se mostra razoável a autorizar julgamento tão peremptório. Evidente que, para, tanto caberia à concorrente In.Pacto, a análise muito mais robusta.

84. Convém destacar a título de comparação que a empresa RECORRENTE analisou a presença do CONFEA na imprensa no período de cinco anos (2017 a 2021), utilizando 2 (dois) meios de busca: coleta direta junto ao acervo de veículos de expressão nacional<sup>10</sup> e pesquisa em sistemas de busca na internet, incluindo os maiores blogs e portais noticiosos na internet. Os resultados revelaram um total de 77 (setenta e sete) inserções no período, com média de 15,4 (quinze vírgula quatro) registros por ano ou 1,28 (um vírgula vinte e oito) por mês.

85. Essa discrepância na pesquisa sobre tema mais uma vez evidencia a necessidade de revisão da nota atribuída à IN. PACTO, para que sua nota seja reduzida.

**Subquesto 1 – Raciocínio Básico Item c) Compreensão da relação do Confea com seus diferentes públicos**

86. A concorrente In.Pacto afirmou ainda que profissionais das áreas de engenharia, agronomia e geociências demandam ações permanentes de comunicação interna. No entanto, essa afirmação demonstra falta de compreensão dos fundamentos da comunicação corporativa por parte da In.Pacto.

---

<sup>10</sup> Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Valor Econômico, Época e Exame



87. Isso ocorre porque o público em questão não pode ser caracterizado como interno, como são os funcionários e gestores do SISTEMA CONFEA/CREA.

88. Além disso, a licitante negligenciou as necessidades de comunicação interna dos próprios funcionários e gestores do SISTEMA CONFEA/CREA em seu plano de ação.

89. Essa postura pode até mesmo ser considerada irônica, pois a comunicação interna faz parte do escopo da comunicação corporativa. Tais pontos podem ser mencionados em um recurso administrativo para contestar as afirmações equivocadas da licitante.

90. No item C da licitação, a licitante afirma que o CONFEA deve estar atento às transformações dos currículos dos cursos universitários, especialmente no que diz respeito aos professores e estudantes.

91. No entanto, essa afirmação é inadequada, pois o foco de atenção do CONFEA não deve, de forma alguma, limitar-se apenas às mudanças nos currículos, mas deve se estender à qualidade do ensino e à formação integral dos novos profissionais.

92. Esses fatores são determinantes para garantir a excelência no exercício da profissão pelos novos profissionais que entram no mercado diariamente e ao ser completamente ignorada pela licitante IN.PACTO, deve lhe render a revisão de sua nota no quesito em tela, para que seja reduzido e reflita tal deficiência.

**Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Corporativa Item a) Recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CONFEA**

93. Outrossim, a licitante IN.PACTO apresentou uma estratégia de comunicação que carece de conteúdo e criatividade, mesmo tendo realizado um diagnóstico de comunicação adequado e coerente.

94. As propostas derivadas desse diagnóstico são previsíveis e óbvias, sem nenhum elemento inventivo ou diferencial que possa levar aos resultados esperados junto aos públicos. Essa falta de originalidade e inovação pode comprometer o sucesso

da estratégia de comunicação proposta e, portanto, a nota atribuída à empresa licitante deve refletir este cenário, sendo imperiosa a sua minoração.

95. O conceito sugerido para orientar a estratégia de comunicação (“Sistema CONFEA/CREA: rigor e excelência na construção de um futuro inovador e seguro.”) é uma sequência de lugares-comuns e cristaliza a falta de criatividade, raciocínio inovador e falta de arrojo.

96. Além disso, o uso da palavra "construção" pode, potencialmente, ampliar a associação do CONFEA somente com a Engenharia Civil, em detrimento das demais áreas albergadas por esse Conselho Federal, de mais amplo espectro.

97. No item A do Subquesito 2, a In.Pacto apresenta quatro eixos estratégicos para seu plano de comunicação: “posicionar, informar, valorizar e mobilizar”.

98. Na descrição do primeiro eixo, indica a intenção de “apresentar o Confea como o guardião da segurança da população.” Se veiculado, este entendimento certamente produziria confusão junto aos públicos-alvo, a respeito dos papéis do CONFEA e dos CREAs.

99. Na realidade, guardiães da segurança são os CREAs, pois o CONFEA atua como o guardião das normas e diretrizes que orientam o funcionamento do sistema.

100. O fato de CONFEA e CREAs comporem um único sistema e atuarem de modo integrado não significa que estas autarquias tenham as mesmas personalidades e funções.

101. O quanto exposto pela licitante In. Pacto apenas corrobora o que acima se disse, essa licitante ostenta um profundo desconhecimento do tema abordado no Edital de Convocação, espelhando assim a inaptidão da ref. empresa para fornecer os serviços em questão, situação que, por óbvio, deveria refletir nas notas que lhe foram atribuídas, mas não o foram.

102. Tal deficiência de compreensão de quem é o CONFEA, de qual é a sua missão, impõe a redução da nota atribuída à IN.PACTO, no quesito aqui tratado.

**Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Corporativa Item b) Proposição e defesa dos pontos centrais da proposta**

103. Por fim, no que se refere à estratégia de comunicação corporativa proposta pela licitante, é possível observar que a proposta da IN.PACTO falha em apresentar a defesa conceitual dos pontos centrais da campanha, limitando-se a repetir os eixos estratégicos anteriormente mencionados, tais como "posicionar, informar, valorizar e mobilizar".

104. Além disso, a licitante antecipa as ações táticas que serão implementadas em cada um desses eixos, sem fornecer a fundamentação teórica que justifica a escolha desses pontos centrais.

105. Esse comportamento configura uma evidente impropriedade de conteúdo, não se caracterizando a proposta em questão como vantajosa ao interesse público em seu conteúdo, ante sua deficiência técnica.

106. E, por mais essa deficiência, deve a nota atribuída nesse quesito à IN.PACTO ser reduzida, sob pena de se premiar uma proposta tecnicamente deficiente, que se vencedora, representará ao CONFEA uma contratação pouco vantajosa.

**IV. DOS PEDIDOS**

107. Em face das razões expostas, a RECORRENTE requer o recebimento e o total provimento do presente Recurso Administrativo para que:

- (i) sejam desclassificadas as concorrentes Partners e InPress ante o descumprimento quanto aos parâmetros fixados no instrumento convocatório, sob pena de ofensa aos princípios que norteiam a licitação, em especial da isonomia e da vinculação ao edital.
- (ii) se proceda à necessária revisão do julgamento e majoração das notas atribuídas à RECORRENTE, de forma a majorá-las e adequá-las a valores razoáveis;

- (iii) se proceda à necessária revisão e ajustes das notas aferidas à empresa BR+, com a consequente atenuação das notas concedidas, de forma coerente às propostas apresentadas, aquém dos demais licitantes.;
- (iv) se proceda à necessária revisão e ajustes das notas aferidas à empresa In.Pacto, com a consequente atenuação das notas concedidas, de forma coerente às propostas apresentadas, aquém dos demais licitantes.

108. Por fim, requer recebimento do presente Recurso Administrativo com efeito suspensivo previsto em lei, bem como no Edital<sup>11</sup>, e intimação das demais licitantes para, querendo, apresentarem suas contrarrazões recursais.

Termos em que,  
Pede deferimento.

São Paulo, 27 de abril de 2023

**GUILHERME  
E TILKIAN**

(ASSINADO DIGITALMENTE)

**GUILHERME TILKIAN**

**OAB/SP N. 257.226**

Assinado de forma  
digital por  
GUILHERME TILKIAN  
Data: 2023.04.27  
10:28:37 -03'00'

(ASSINADO DIGITALMENTE)

**MAURÍCIO B. T. ELIAS FILHO**

**OAB/SP N. 246.771**

<sup>11</sup> Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e ao julgamento das Propostas Técnica e de Preços terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Especial de Licitação, motivadamente e se houver interesse para o CONTRATANTE, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

## PROCURAÇÃO

**OUTORGANTE:** **CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Economia sob o nº- 19.028.775/0001-01, com sede na Rua Cunha Gago, 700, 7º- andar, Conjunto A, Pinheiros, São Paulo (SP), CEP: 05421-001.

**OUTORGADOS:** os advogados **GUILHERME TILKIAN**, brasileiro, casado, inscrito na OAB/SP nº. 257.226, **GABRIEL MACHADO MARINELLI**, brasileiro, casado, inscrito na OAB/SP nº-. 249.670, **ANDRÉ MUNTOREANU MARREY**, brasileiro, casado, inscrito na OAB/SP nº. 255.006, **PAULO ANTONIO RAMIREZ ASSAD**, brasileiro, casado, inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob o nº. 296.883. **NARJARA PAVAN**, brasileira, divorciada, inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob a nº 234.832, **MAURICIO BARBOSA TAVARES ELIAS FILHO**, brasileiro, casado, inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob o nº. 246.771, **KAMILLA CRISTINA BARIZON DA SILVA**, brasileira, solteira, inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob o nº. 363.626, **FABRICIO SACILOTTO**, brasileiro, solteiro, inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob o nº. 363.491, **JOÃO PEDRO PICOLOTO LINARES CORRÊA**, brasileiro, solteiro, inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob o nº. 400.481 e **LETÍCIA DE CÁSSIA NOGUEIRA E BISPO**, brasileira, solteira, inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil, Subseção de São Paulo, sob o nº. 432.918, todos atuantes no escritório Tilkian, Marinelli, Marrey Sociedade de Advogados, registrado na OAB/SP nº. 11.756, com sede na Av. Brigadeiro Faria Lima, 3.355, 23º andar, Itaim Bibi, São Paulo (SP), CEP: 04538-133.

**PODERES:** Por meio do presente instrumento, a OUTORGANTE nomeia como seus bastantes procuradores os OUTORGADOS, com a cláusula ad-judicia et extra, para, solitariamente ou em conjunto e independentemente da ordem de nomeação, representá-la perante qualquer órgão da administração, Juízo, Instância ou Tribunal, podendo propor contra quem de direito as ações competentes, e defendê-la nas contrárias, seguindo umas e outras, até final decisão, usando para tanto de todos os recursos legais e processuais, acompanhando-os até final instância, conferindo-lhes, ainda, poderes especiais para desistir, renunciar ao direito em que se funda a ação, transigir, substabelecer, firmar acordos e compromissos, receber e dar quitação, praticando, enfim, todo e qualquer ato necessário ao bom e fiel cumprimento do presente mandato, especialmente para atuação no processo licitatório SEI nº 03429/2021, do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (CONFEA).

São Paulo, 26 de abril 2023

  
\_\_\_\_\_  
CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA, por seu representante legal

**VAMPRE** 14º Tabelião de Notas de São Paulo  
Rua Antônio Bicudo, 64 | Pinheiros | CEP: 05418-010 | São Paulo/SP  
Fone: (11) 3065.4500 | www.vampre.com.br

Redimido por semelhança a(s) firma(s) de:  
ANTONIO SALVADOR SILVA\*\*\*\*\*  
São Paulo, 27 de Abril de 2023.C.Reg:541110330.10:46:55h  
R\$8,00 SELN(0) S11047AC0853307

Valido somente com uso de autenticidade

VALE A TITULAÇÃO - VAMPRE  
TEODORO JANNEO  
AUTORIZADO  
CAPITAL

Colégio Notarial do Brasil  
São Paulo/SP

111229  
FIRMA 1

S11047AC0853307

