

## Cristine Beatriz Neis

---

**De:** Vitor Pacheco da Costa Fortes <vitor.fortes@inpacto.co>  
**Enviado em:** quarta-feira, 3 de março de 2021 16:53  
**Para:** licitacao  
**Cc:** Priscila Leal; Maysa Araujo  
**Assunto:** RE: Recurso Concorrência nº 01/2020  
**Anexos:** CONTRARRAZÕES - MDR Corporativa Final.pdf

Prezada Comissão de Licitação do MDR,

**A IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S**, sociedade simples, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 26.428.219/0001-80, sediada no SAUS Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, 9º andar, Salas 901/921, Asa Sul, CEP 70070-913, Brasília/DF, vem, respeitosamente, por seu representante legal, com fulcro no art. 109 da Lei de Licitações (Lei n. 8.666/93), apresentar em anexo **CONTRARRAZÕES**, consoante aos argumentos de fato e de direito articulados.

Atenciosamente,

**Vitor Fortes**  
Diretor Administrativo Financeiro  
(61) 2107.9348 / (61) 98118-9558  
[vitor.fortes@inpacto.co](mailto:vitor.fortes@inpacto.co)



**in.Pacto Comunicação**  
Setor de Autarquias Sul Quadra 5  
Bloco N Salas 901-921 – Edifício OAB  
CEP: 70.070.913 – Brasília-DF



Esta mensagem e seus anexos são de uso exclusivo de pessoas e entidades autorizadas pela in.Pacto e podem conter informações confidenciais e/ou privilegiadas. É proibido revelar, alterar, copiar, divulgar ou se beneficiar, direta ou indiretamente, dessas informações sem a autorização de seus autores. Se você recebeu este e-mail por engano, por favor, informe ao remetente e apague a mensagem imediatamente. A in.Pacto se reserva ao direito de pleitear ressarcimento pelos prejuízos decorrentes do uso indevido das informações e de requerer a aplicação das penalidades cabíveis.

---

**De:** Vitor Pacheco da Costa Fortes  
**Enviado:** terça-feira, 23 de fevereiro de 2021 18:07  
**Para:** [licitacao@mdr.gov.br](mailto:licitacao@mdr.gov.br) <[licitacao@mdr.gov.br](mailto:licitacao@mdr.gov.br)>  
**Cc:** Priscila Leal <[priscila.leal@inpacto.co](mailto:priscila.leal@inpacto.co)>; Maysa Araujo <[maysa.araujo@inpacto.co](mailto:maysa.araujo@inpacto.co)>  
**Assunto:** Recurso Concorrência nº 01/2020

Prezada Comissão de Licitação do MDR,

AO MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL – MDR, POR INTERMÉDIO DO ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

REF.: CONCORRÊNCIA Nº 01/2020

IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL S/S, sociedade simples, inscrita no CNPJ/MF sob o n. 26.428.219/0001-80, sediada no SAUS Quadra 05, Bloco N, Edifício OAB, 9º andar, Salas 901/921, Asa Sul, CEP 70070-913, Brasília/DF, vem, respeitosamente, por seu representante legal, com fulcro no art. 109 da Lei de Licitações (Lei n. 8.666/93), interpor as presentes **CONTRARRAZÕES**, consoante as razões de fato e de direito adiante articuladas.

## I – OS FATOS, EM SÍNTESE, E DA TEMPESTIVIDADE

No que toca à tempestividade recursal, impende salientar que o edital tombado sob o nº 01/2020 assim estabeleceu em seu item 19:

### 19. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

19.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em peça escrita dirigida ao Diretor da Diretoria de Administração da Secretaria de Coordenação Estrutural e Gestão Corporativa da Secretaria-Executiva do Ministério do Desenvolvimento Regional, por intermédio da Comissão Especial de Licitação, protocolizado via peticionamento eletrônico, disponível no sítio do MDR no endereço [hps://www.mdr.gov.br/sei](https://www.mdr.gov.br/sei) ou encaminhados pelo e-mail [licitacao@mdr.gov.br](mailto:licitacao@mdr.gov.br).

19.2. Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

No dia 12 de fevereiro de 2021, foi publicado, no Diário Oficial da União (DOU), o resultado do julgamento das propostas técnicas (cujo quadro final pode-se ver a seguir) e divulgada a informação de que o prazo para apresentação dos recursos administrativos contaria a partir do dia 17 de fevereiro.

Empresas	Nº correspondente à empresa nos Invólucros 2	Quesito 1 – Plano de Comunicação Corporativa	Quesito 2 – Capacidade de atendimento e Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa	Pontuação Técnica da Licitante - PTL	Status
BR MAIS COMUNICAÇÃO	8	0	15,3	Desclassificada	DESCLASSIFICADA
INPRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA	1	59,8	17,1	76,9	CLASSIFICADA
CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA	7	45	17,4	Desclassificada	DESCLASSIFICADA
IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL SS	2	75,5	17,2	92,7	CLASSIFICADA
FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	5	77,5	19,4	96,9	CLASSIFICADA
PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	3	0	16,6	Desclassificada	DESCLASSIFICADA
APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	4	56,5	16,5	73	DESCLASSIFICADA
S2 PUBLICOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	6	62,3	15	77,3	CLASSIFICADA

Os recursos referentes ao resultado do julgamento das propostas técnicas, divulgado na 3ª Sessão, foram apresentados no dia 23/02/21, pelas seguintes licitantes: S2Publicom Comunicação Integrada Ltda., BR Mais Comunicação, Approach Comunicação Integrada Ltda., Partners Comunicação Integrada Ltda., Inpress Oficina Assessoria de Comunicação Ltda. e in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital SS.

Conforme item 19.2 do edital, o prazo para impugnação dos mesmos é de 5 (cinco) dias úteis. Como o prazo começou a contar a partir do dia 25/02/2021, segundo informações do Serviço de Licitações (Selic), do MDR, as licitantes interessadas devem apresentar suas **contrarrrazões até o dia 03/03/2021**.

Assim, não resta dúvida quanto à tempestividade da presente contrarrrazão, que rogamos seja recebida, processada e, ao final, julgada procedente para acolher os pedidos registrados.

## II – FUNDAMENTOS DAS CONTRARRAZÕES

### II.1 – Considerações iniciais

Nas presentes contrarrrazões, a **in.Pacto Comunicação**, de forma respeitosa, apresenta, a essa douta Comissão de Licitação, respostas pertinentes aos recursos apresentados pelas licitantes S2Publicom Comunicação Integrada Ltda., Approach Comunicação Integrada Ltda., Partners Comunicação Integrada Ltda. e In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda.

Não obstante o zelo da coisa pública por esta I. Comissão, algumas respostas aqui apresentadas resumem-se à aplicação correta dos termos do edital, do regulamento interno de licitações, da Lei nº 8.666/93 e da Constituição Federal, como será apresentado a seguir.

---

### III – DOS RECURSOS APRESENTADOS

#### III.1 – DO RECURSO APRESENTADO PELA S2PUBLICOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

De início, é importante ressaltar que a **in.Pacto Comunicação**, comparativamente às licitantes supracitadas, apresentou para esta concorrência proposta mais robusta e de melhor técnica, comprovando sua característica de “empresa especializada em comunicação”, que possibilita “ao Ministério suprir a demanda de serviços atualmente existente, o atendimento à imprensa e a divulgação das informações institucionais para públicos estratégicos e a sociedade, principalmente, na divulgação das políticas públicas de Proteção e Defesa Civil, Mobilidade e Desenvolvimento Regional e Urbano, Segurança Hídrica, Habitação e Saneamento Ambiental”, conforme justificativa apontada na página 3 do Projeto Básico do certame em questão.

Note-se que frente à S2Publicom, a douta Comissão considerou a proposta da **in.Pacto** como a de melhor técnica, posicionando-a como segunda colocada nos resultados da concorrência, com 92,7 pontos, enquanto a referida concorrente obteve no mesmo julgamento apenas 77,3 pontos.

É legítimo, diante da enorme diferença de qualidade técnica das propostas apresentadas – que resultou em igual discrepância entre as pontuações das duas empresas – que a S2Publicom tente se valer dos recursos legais contra suas concorrentes para desclassificá-las, ou pelo menos reduzir as notas por elas obtidas, apontando falhas técnicas ou fatos novos que ensejem uma revisão das decisões da Comissão Julgadora.

No entanto, não se pode considerar legítimo que uma concorrente aponte falhas inexistentes ou apresente argumentos inconsistentes, fora do contexto, para tentar alterar um resultado desfavorável da licitação, como faz a S2Publicom neste caso.

O recurso apresentado pela concorrente contra a **in.Pacto Comunicação** se apoia em duas premissas que se provarão equivocadas mais à frente: a primeira trata de suposta “quebra da padronização exigida pelo edital para a documentação do invólucro nº 02”; a segunda aborda o que a recorrente considera “incongruências relacionadas ao Quesito 1 – Plano de Comunicação Corporativa”.

### 1.1 Contrarrazões acerca da “desclassificação obrigatória da in.Pacto Comunicação por quebra da padronização exigida pelo edital para a documentação do invólucro nº 02”

A S2Publicom pede a desclassificação da **in.Pacto Comunicação** com acusações sérias a partir da criação de fato ilegítimo. Utiliza-se de prova criada por ela mesma, sem a menor sustentação, na clara tentativa de ludibriar e tumultuar o respeitoso processo licitatório.

A S2Publicom poderia, simplesmente, questionar a formatação da proposta técnica da **in.Pacto Comunicação**. Mas preferiu acusar, de forma séria e veemente, sem o devido respaldo técnico, o que torna grave o fato acusatório.

A licitante aponta, na página 12 de seu recurso (recorte a seguir), que a **in.Pacto** desrespeitou a alínea “c” do subitem 2.4 do apêndice IV do Projeto Básico:

**Ocorre, contudo, que a IN.PACTO Comunicação Corporativa Digital também não atendeu à alínea “c” do subitem 2.4 do apêndice IV do Projeto Básico e deve ser desclassificada, como se passará a demonstrar a seguir.**

Segue trecho do edital reproduzido pela S2Publicom:

O Apêndice IV do Projeto Básico, ao tratar da formatação da proposta técnica apócrifa, que foi apresentada no envelope nº 2, determinou que a fonte do texto fosse arial, tamanho 12, vide o trecho do edital:

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:(...)

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;

Ora, os quase 30 anos de existência da **in.Pacto** no mercado de comunicação a credenciam como empresa com notória participação e experiência em grandes processos licitatórios. Logo, a agência está sempre atenta a todos os detalhes dos editais, sobretudo no que diz respeito a itens básicos dos certames, como a formatação, por exemplo.

A acusação da S2Publicom é séria, especialmente por se tratar de item desclassificatório, quando afirma “que a licitante **IN.PACTO** utilizou a fonte Arial 12 nos subtítulos e a fonte helvética no restante do texto, que é maior e mais fina. Para identificar a diferença, basta colocar os textos lado a lado. Além disso, a diferença na fonte também faz com que caibam 2 linhas a menos de texto nas páginas da proposta da **IN.PACTO**, basta contar as linhas em cada página para conferir”.

A seguir, a reprodução do texto da S2Publicom em recorte feito do documento original:

Ocorre, contudo, que a licitante **IN.PACTO** utilizou a fonte arial 12 nos subtítulos e a fonte helvética no restante do texto, que é maior e mais fina. Para identificar a diferença, basta colocar os textos lado a lado. Além disso, a diferença na fonte também faz com que caibam 2 linhas a menos de texto nas páginas da proposta da **IN.PACTO**, basta contar as linhas em cada página para conferir.



É relevante mencionar aqui as técnicas utilizadas pela S2Publicom para sustentar a acusação. Primeiro, ela compara capturas de tela de documentos digitalizados; depois, tenta criar fato comprobatório com verificação de fonte em documento digitalizado. O argumento por si é falho. É importante notar que o apontamento de que a “diferença na fonte também faz com que caibam 2 linhas a menos de texto nas páginas da proposta da in.Pacto” é inválido, sendo possível verificar no comparativo entre as duas propostas: a S2Publicom optou por espaçamento duplo em alguns parágrafos de sua proposta; a da in.Pacto não.

## 1 RACIOCÍNIO BÁSICO

### **Análise das características e especificidades do Contratante e de seu papel no contexto no qual se insere**

Criado pelo presidente Jair Bolsonaro a partir da junção das pastas de Cidades e de Integração Nacional, o Ministério do Desenvolvimento Regional tem sob sua responsabilidade alguns dos temas que impactam mais diretamente a qualidade de vida dos brasileiros, principalmente os de baixa renda, sendo o condutor de políticas voltadas ao desenvolvimento humano e produtivo. Está entre as competências do Ministério estabelecer políticas nacionais de desenvolvimento urbano, defesa civil, habitação, recursos hídricos e saneamento, atuando no apoio aos municípios. O órgão é responsável, ainda, pela coordenação nacional de defesa civil, gerenciando os programas de ações preventivas e assistenciais na ocorrência de grandes desastres.

### Recorte da proposta da S2Publicom

#### Subquesto 1 – Raciocínio Básico

##### **a) Análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere**

Em um país com profundas e persistentes desigualdades econômicas e sociais, tanto entre suas cinco regiões como na relação entre zonas urbanas e rurais e entre metrópoles e pequenos municípios, torna-se crucial a existência de um ministério que contemple o desenvolvimento regional de forma ampla, conectando os diversos setores nele incluídos e com capacidade para empreender um planejamento global, especialmente no plano das diferentes infraestruturas de impacto econômico e social. Criado pelo Decreto nº 9.666, de 2 de janeiro de 2019, ao reunir as antigas pastas das Cidades e da Integração Nacional, o Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR) atua sob a égide das políticas nacionais de Desenvolvimento Regional (PNDR) e de Desenvolvimento Urbano (PNDU).

### Recorte da proposta da in.Pacto

Ainda sobre o uso da fonte para a diagramação da proposta da in.Pacto, cabe apresentar alguns pontos de extrema relevância: a S2Publicom faz comparação entre as fontes



baseando-se em imagens reproduzidas a partir das propostas disponibilizadas pela Comissão de Licitação. Vale observar que os documentos foram digitalizados ou fotografados, havendo clara diferença entre a qualidade, brilho, contraste e exposição de luz entre os diferentes documentos. Tais discrepâncias não somente podem, mas decerto ocasionam diferença na resolução de cada tela, como a própria descaracterização da diagramação de cada uma das propostas. E mais: a depender da resolução de cada computador que visualiza os documentos, a diferença torna-se mais ou menos visível. Ora, isso é o mesmo que comparar o escaneamento das peças exemplificadas com as suas versões originais (impressas). Fato: é tecnicamente falha a comparação de capturas de tela de documentos digitalizados a fim de avaliar qual fonte foi utilizada. Mais uma vez fica clara a tentativa da concorrente de iludir e confundir a Comissão de Licitação.

O segundo recurso técnico utilizado pela S2Publicom, ao acusar a **in.Pacto** de ter utilizado em sua proposta técnica fonte diferente da exigida pelo edital (Arial, tamanho 12), foi apontar o uso do software Adobe Acrobat que, segundo a concorrente, comprovaria que a fonte seria a Helvética. Vê-se: a licitante não supõe ou levanta hipótese, e sim acusa, em nova tentativa de ludibriar a Ilustre Comissão e criar factóide. Apenas uma ilusão. Isto é exposto por ela na página 13 do recurso:

Ao abrimos a proposta da licitante IN.PACTO no software Acrobat, é possível verificar a fonte do texto e novamente confirmar que a fonte é helvética e não arial, conforme determina o edital. Vide a imagem abaixo:

É de se presumir que empresas que atuam na área da Comunicação, assim como suas equipes, sabem que o programa Adobe Acrobat não reconhece como texto, automaticamente, um documento digitalizado como imagem. O software faz a conversão de imagem para texto e, assim, identifica a fonte que for mais conveniente para que o

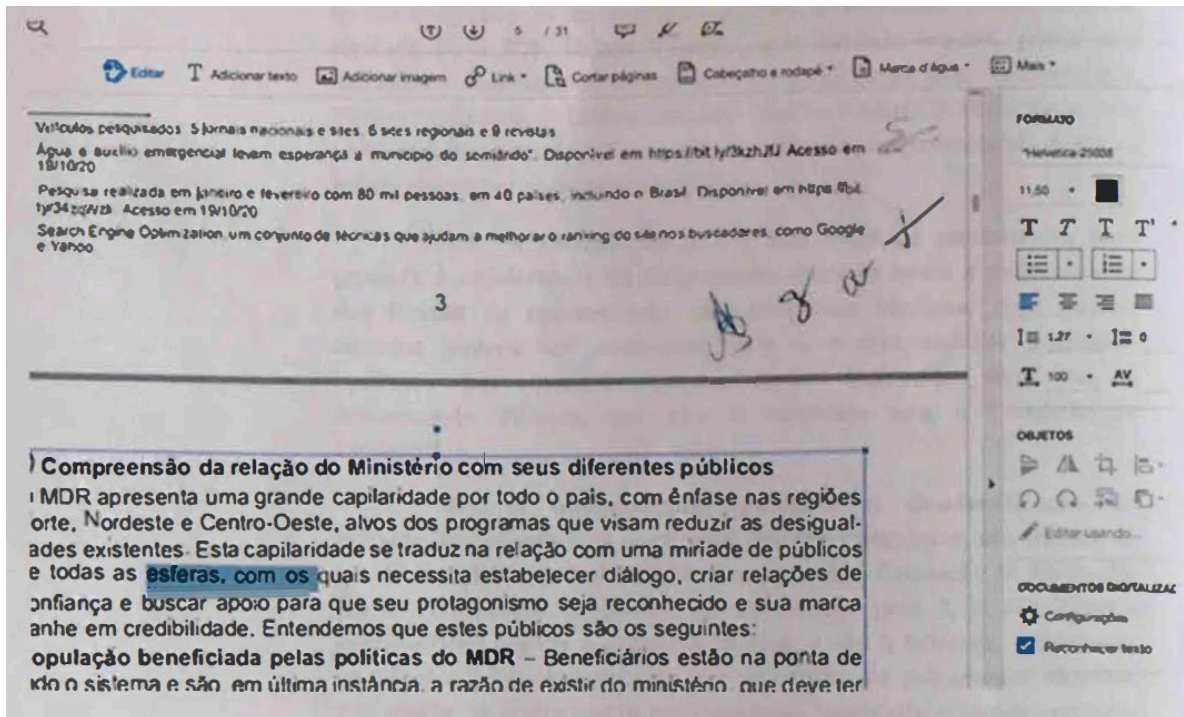
---

usuário do programa possa trabalhar com o objeto textual. Reitera-se: há conversão de imagem para texto. Isto, por si só, já descaracteriza o documento.

Vale observar, ainda, que deveria ser de conhecimento da S2Publicom que a fonte Helvética pode ser considerada como a fonte “mãe” da Arial. Ela foi desenvolvida como uma nova fonte sem serifa, que pudesse dar nova feição às tipologias da época. Entre os anos de 1970 e 1980, a empresa de tecnologia Apple passou a utilizar a fonte Helvética como uma das pré-instaladas em seus computadores. A concorrente Microsoft passou, então, a utilizar uma fonte inspirada naquela utilizada pela concorrente, podendo ser considerada como uma “cópia” da fonte “mãe”: a Arial, que ganhou fama pelo vasto e difundido uso do software Windows. Neste sentido, observa-se que o reconhecimento do programa Adobe Acrobat pela fonte Helvética tem, como característica, a similaridade entre as duas tipologias.

Ante o exposto, é fácil concluir o quão grave é o fato de a S2Publicom não ter se atentado para esses pontos técnicos, de conhecimento básico, criando uma prova incongruente com a realidade. Além das explicações sobre a similaridade entre as duas fontes, o que ocasiona a identificação automática do software da Adobe para a que lhe for mais conveniente na transformação de página digitalizada para texto, vale apontar ainda outros fatos para comprovar o grotesco erro da S2Publicom:

- a) A S2Publicom apresenta captura de tela (em baixa qualidade), comprovando ter utilizado o software Adobe Acrobat para identificar que, supostamente, a fonte utilizada pela **in.Pacto** em sua proposta técnica não era a Arial 12. Acusa de ser a Helvética, na página 14 de seu documento:

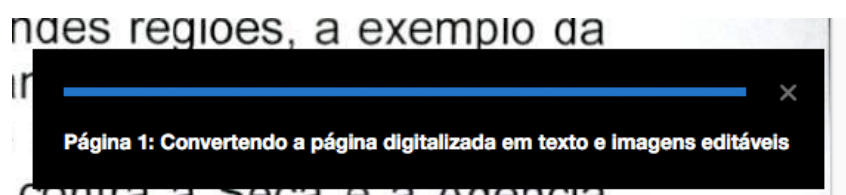


Recorte de tela do recurso da S2Publicom (pg. 14) acusando a **in.Pacto** de usar fonte incorreta.

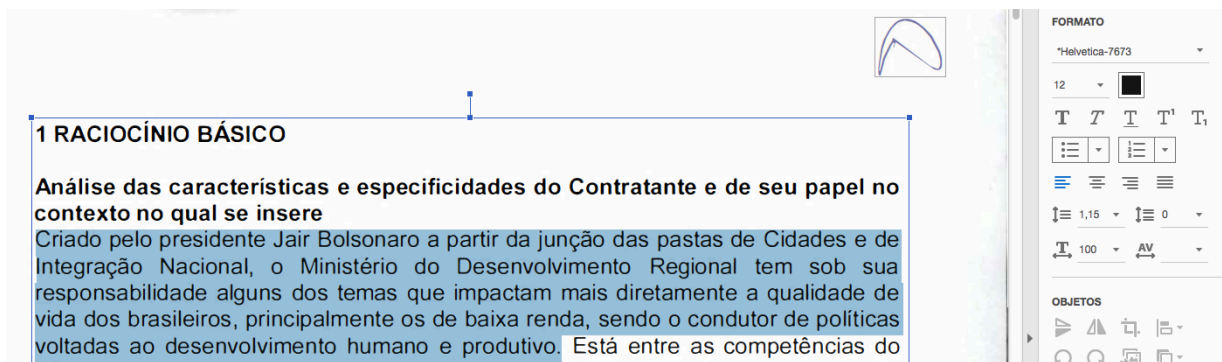
- b) A **in.Pacto** fez o mesmo exercício que a S2Publicom, em efeito contrário: abriu o arquivo com a proposta técnica da referida licitante, disponibilizada em PDF pela Comissão de Licitação, utilizando o software Adobe Acrobat. Automaticamente, como usual, o programa fez a conversão de imagem digitalizada para texto, de modo que se tornou possível verificar, hipoteticamente, a fonte utilizada. Com isso, foi possível verificar que o software aponta, na página 1 da proposta da referida licitante, que ela também haveria cometido falha técnica, pois a fonte utilizada seria a “Helvética” no tamanho 12. Mais adiante, verificando a página 12, o programa indica outra tipologia, como se a S2Publicom tivesse utilizado a fonte “Geneva”. Ou seja, com essa técnica primitiva, falha e, portanto, não confiável, poder-se-ia supor que a licitante fez uso de duas fontes distintas na mesma proposta, tornando inconsistente e absurdo qualquer eventual argumento acusatório por parte da **in.Pacto**. O fato é que a S2Publicom acusa a

**in.Pacto** de não usar a fonte correta, e comprovadamente nas imagens a seguir, a partir do mesmo método utilizado por ela, a própria também teria errado e, portanto, estaria sujeita à desclassificação.

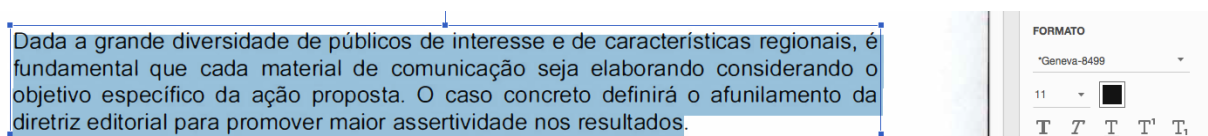
A seguir, as imagens que desconstróem o falho argumento e prova incorreta da referida licitante:



Ao abrir o Acrobat, é feita a conversão de página digitalizada para texto editável para verificar a tipologia.

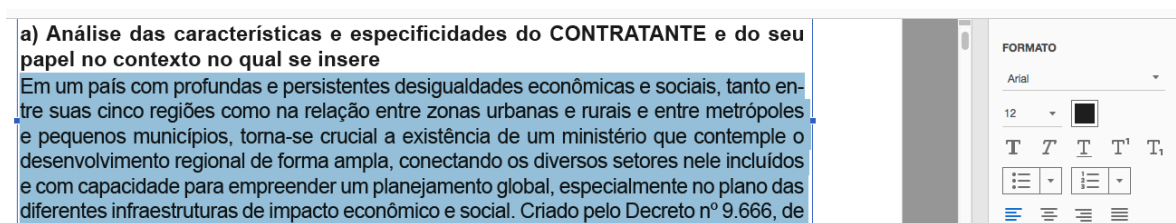


Recorte de tela do Acrobat. Texto da página 1 do recurso da S2Publicom aponta que foi utilizada a fonte Helvética.



Recorte de tela do Acrobat. Texto da página 12 do recurso da S2Publicom aponta que foi utilizada a fonte Geneva.

- c) Mesmo com as comprovações acima de que a S2Publicom criou prova ilegítima para atacar a **in.Pacto**, tornando desnecessária qualquer outra evidência, reproduz-se abaixo o recorte de tela do PDF original, usado para imprimir a proposta que integrou o envelope nº 02, comprovando o uso correto da tipologia demandada pelo edital por parte da **in.Pacto**. Por não se tratar de documento digitalizado, mas proposta técnica original, não há conversão do documento. O recorte foi feito da página 1 da proposta original da **in.Pacto** e aponta o uso da tipologia Arial no tamanho 12, como demanda o certame em questão:



Diante dos fatos apresentados, que comprovam ter a S2Publicom inventado prova ilegítima para ludibriar a ilustre Comissão e tumultuar o processo licitatório, configuram-se gravíssimos os ataques infundados contra a **in.Pacto Comunicação**. Na página 9 de seu recurso, a referida licitante aponta diversos itens do artigo 6º da Lei nº 12.232/2010, confiando que tal embasamento poderia sustentar sua acusação. Não é necessária a reprodução de todos os itens dispostos em seu texto, mas é importante observar o recorte a seguir, retirado da mesma página do documento da concorrente:

Mais à frente, a legislação novamente aponta que as propostas técnicas devem ser julgadas de forma individualizada e impessoal e que **o descumprimento de QUAISQUER EXIGÊNCIAS LEGAIS OU EDITALÍCIAS ensejará a desclassificação da licitante**, veja abaixo o inteiro teor do artigo:



O item recortado aponta claramente que a S2Publicom acusa também a Ilustre Comissão de Licitação, ao afirmar que “as propostas técnicas devem ser julgadas de forma individualizada e impessoal”, deixando margem à inferência de que a douta Banca não julgou a proposta da **in.Pacto Comunicação** conforme determinam os meios legais.

Na sequência (página 10 do recurso da S2Publicom), a licitante recorre aos artigos 11 e 12 da Lei nº 12.232/2010, sendo o último especialmente voltado ao descumprimento no julgamento das propostas técnicas, com peso à atuação do agente julgador. Chega a grifar (por opção) trecho sobre “apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade”. Mais uma vez, a referida proponente coloca em dúvida a lisura e a imparcialidade do julgamento da Ilustre Comissão Julgadora.

**Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4o do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.**

Após lançar dúvidas quanto à isenção da douta Banca Julgadora, a S2Publicom, então, parte para ilações na esfera criminal, em referência, ainda, ao anonimato e sigilo das empresas participantes de processos licitatórios. Tudo isso com base nas “provas” ilegítimas criadas por sua equipe. Neste ponto, o recurso confunde crimes e infrações administrativas com medidas de punição dos gestores públicos e empresas que violarem a padronização, sigilo e anonimato das propostas, transformando-se num libelo acusatório sem nexos ou sem base na realidade, o que apenas reforça a inconsistência

profissional, a falta de critérios técnicos e a irresponsabilidade jurídica do recurso da referida concorrente. É o que pode ser visto nos recortes feitos da página 10:

Em suma, a Lei nº 12.232/2010 veio apenas estabelecer critérios para reforçar a preservação do sigilo e o anonimato das propostas com o objetivo de se obter um julgamento justo, imparcial e impessoal.

A matéria é tão essencial à regularidade do procedimento licitatório que o legislador previu uma série de crimes e infrações administrativas para punir os gestores públicos e as empresas que violarem a padronização, o sigilo e o anonimato das propostas. As principais infrações estão arroladas a seguir:

Diante de todo o exposto, está claro que a licitante IN.PACTO, assim como as licitantes BR Mais e Parners, ofendeu o item 2.4, “c”, do apêndice IV do Projeto Básico e por essa razão, deve ser **desclassificada**.

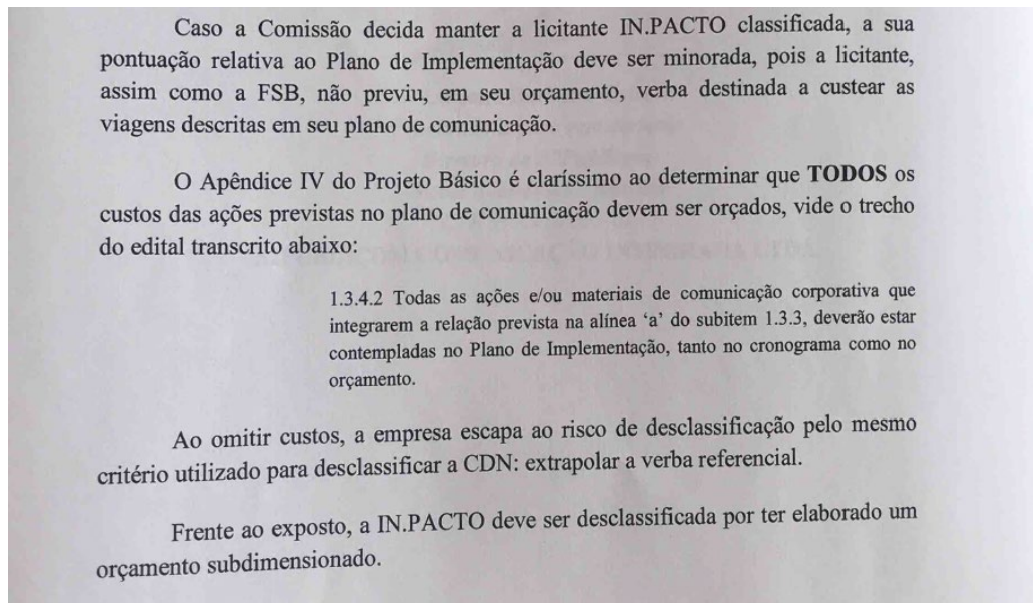
*A in.Pacto solicita, de forma respeitosa, à Ilustre Comissão, que sejam ignoradas, portanto, as falsas alegações da S2Publicom, criadas em torno de supostas provas e argumentos absolutamente insustentáveis no que se refere à formatação de sua proposta técnica. Resta evidente que é improcedente e desprovido de qualquer razoabilidade o pleito da S2Publicom no sentido de que a in.Pacto seja desclassificada do presente certame. Solicita-se, ainda, à Comissão de Licitação, que aplique, à S2Publicom, as penalidades previstas em lei por falsa acusação à sua concorrente.*

## 1.2 – Sobre a acusação de “incongruências relacionadas ao Quesito 1 – Plano de Comunicação Corporativa da in.Pacto Comunicação”

Diferentemente do que alega a S2Publicom, a **in.Pacto** cumpriu à risca o que determina o edital. Em relação ao Plano de Implementação (Subquesito 4 do Quesito 1 – Plano de Comunicação Corporativa), foi detalhado como e quando cada ação se desenvolve, dentro



do período e da verba referencial estabelecidos no briefing. Causam muita estranheza a afirmação e o pedido da S2Publicom, conforme reproduzido a seguir:



A S2Publicom ataca a proposta da **in.Pacto** a partir de incipiente argumentação. Diante disso, restam duas hipóteses: ou a S2Publicom não leu a proposta da **in.Pacto** (e então a acusação é fruto da ignorância) ou então leu e, de má fé, faz alegações descabidas que visam apenas tumultuar o processo licitatório.

Aos fatos:

A **in.Pacto** fez exatamente o que determina o item 1.3.4.2, ou seja, contemplou, no Plano de Implementação, **todas as 28 ações propostas** no item 1.3.3 - Subquestão 3 – Solução de Comunicação Corporativa (páginas 12, 13, 14 e 15).

Não é preciso muita acuidade para se constatar que tudo o que a **in.Pacto** propôs está em **total acordo** com a especificação dos produtos e serviços do Apêndice I do Projeto

Básico e com o Mapa de Preços do Anexo IV do edital. Portanto, todos os custos estão, sim, previstos no Plano de Implementação.

A S2Publicom apenas acusa, mas não aponta em qual item a **in.Pacto** teria omitido custos. Está evidente na proposta que as viagens citadas nas ações referem-se a deslocamentos do ministro e dos demais porta-vozes do MDR, conforme reproduzido a seguir.

**Entrevistas exclusivas para rádio e TV** – As entrevistas presenciais serão agendadas de acordo com o calendário dos seminários ou outras viagens do ministro, de forma que nos três meses da campanha seja possível cobrir as principais emissoras. Também podem ser agendadas virtualmente nos estados não visitados.

**Visitas a veículos de comunicação** – Visitas de relacionamento do ministro à direção dos principais veículos nacionais e regionais, programadas de acordo com sua agenda de viagens.

*É evidente, portanto, que a alegação da S2Publicom – de que deve ser reduzida a pontuação concedida à in.Pacto nesse item, Plano de Implementação (Subquesto 4 do Questito 1 – Plano de Comunicação) – não pode ser levada em conta, uma vez que tal alegação é desprovida de fundamentação. Como provado, a in.Pacto fez exatamente o que determina o item 1.3.4.2, ou seja, contemplou, no Plano de Implementação, todas as 28 ações propostas na Solução de Comunicação Corporativa. Importante ressaltar: respeita-se, sempre, sob qualquer custo, o contraditório e a ampla defesa, mas deve-se rechaçar de antemão qualquer afirmação desarrazoada, descabida e sem base técnica ou legal.*

---

### III.2 – DO RECURSO APRESENTADO PELA APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

A despeito da proposta técnica da **in.Pacto Comunicação** – assim como de suas concorrentes – ter sido devidamente avaliada e julgada pela Ilustre Comissão de Licitação, a partir de critérios claros e específicos, é de se notar a absoluta falta de objetividade da licitante Approach Comunicação na tentativa de apontar, a qualquer custo, supostos erros e falhas cometidos por sua concorrente, partindo de um entendimento muito próprio, e descolado dos fatos em si, sobre determinados pontos da proposta técnica da **in.Pacto**.

A Approach faz longas críticas à estratégia apresentada pela **in.Pacto**, apresentando sua visão parcial e subjetiva sobre a proposta técnica concorrente que – cabe observar – alcançou 19 pontos a mais que a da própria Approach. São alegações superficiais, que, ao que parece, visam meramente o tumulto do processo licitatório.

A Approach aponta “ineficiência” da **in.Pacto** no atendimento a todos os públicos. Relaciona sua acusação ao público “investidores”. Como aponta a proposta da **in.Pacto** (página 7), “a demanda central do briefing é a de divulgar os avanços da nova lei e seus benefícios para o meio ambiente, a saúde e a economia, gerando debate positivo e contribuindo para atrair investidores nacionais e internacionais”. Neste trecho, observa-se que a licitante atua sob as exigências do certame, devidamente inserindo este público em sua estratégia, observando “difundir os avanços em regulação, em conjunto com a ANA, dando segurança jurídica aos novos investidores e entes públicos”, como explicado na página 9 de sua proposta. Na página seguinte (10), a **in.Pacto** trata novamente deste público, explicitando que o Marco Legal do Saneamento “autoriza a formação de blocos de municípios para garantir a devida compensação entre os que têm mais e menos recursos, impedindo que apenas os mais rentáveis atraiam o interesse dos investidores.

---

Com isso, há garantia de que ninguém vai ficar para trás, a universalização será mesmo para todos”.

Importante notar que “investidores” precisam de segurança jurídica para aportar recursos no saneamento básico, confiando que o Brasil dá a eles oportunidades de negócios sólidos ao investir no bem nacional. Empresas que participam de licitações devem investir seu capital para o desenvolvimento de seus negócios e, por isso, podem ser consideradas como público investidor. Neste sentido, a Approach demonstra inabilidade técnica e de entendimento do próprio certame, pois se não há investidor participando dos processos governamentais, então não haverá participação privada no setor. Trata-se, portanto, de prova contundente de que a referida concorrente sequer compreendeu os públicos.

Eu sua proposta técnica, a Approach apenas retrata o público “investidores” praticamente como secundário, sem aprofundar o relacionamento e a importância devida que merecem. Se a prioridade de comunicação será pela imprensa nacional, onde ficaria a proatividade e a conversa direta com quem irá investir no saneamento brasileiro? A resposta é clara: não há estratégia definitiva, robusta e sólida para que o MDR converse diretamente com este público relevante. Apenas um road show faz parte da estratégia, como se isso bastasse para uma comunicação efetiva.

**Por meio da imprensa nacional e regional, falaremos com a população em geral, moradores de cidades e comunidades beneficiadas, gestores públicos e investidores. Estes últimos, conversaremos em sua maior parte pela imprensa nacional.** Privilegiar o ministro como porta-voz nas ações e veículos mais relevantes e estimular a participação do secretário nacional de Saneamento nos demais temas é uma oportunidade para a ampliação da presença do MDR em matérias sobre o Novo Marco na mídia. Um treinamento será realizado para prepará-los para a disseminação do discurso de forma a alcançar os objetivos propostos nesse desafio. Nessa oportunidade, ambos terão acesso a uma análise aprofundada da exposição do tema na mídia e nas redes sociais e dos seus desafios no contato com cada um dos públicos. O apoio em relação ao perfil do veículo e do jornalista será permanente ao longo da implementação do plano.

Já os **investidores** serão diretamente impactados durante um *road show* em São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Recife, Porto Alegre e Nova York com os principais fundos de investimento que mantêm ativos em saneamento e um diálogo será

9



estabelecido a partir de pautas especiais nos principais veículos de negócios. Produziremos também um material completo de apoio ao investidor, com todas as informações que possam contribuir para a tomada de decisão e informações sobre processos de licitação abertos ou em andamento.

Nas páginas 20 e 21 de seu recurso, a Approach faz novas acusações subjetivas, julgando que seu entendimento e julgamento deve se sobressair ao da Banca Julgadora. “Algumas das mensagens-chave, apresentadas na estratégia da InPacto [sic], não são mensagens diretas a serem trabalhadas pelo MDR, por serem de pouca relevância, não se sustentam por si só”, escreveu a licitante, sem aprofundar seus argumentos. A licitante apenas aponta duas mensagens que, sob seu ponto de vista, não citam o MDR. Ora, se a concorrência é objeto de contrato deste ministério, por obviedade as mensagens-chave têm relação com a pasta. Trata-se de raciocínio lógico.

Por fim, a Approach faz críticas à estratégia como um todo, críticas superficiais que não merecem reprodução neste documento, e que sugerem que a concorrente não analisou com profundidade a proposta técnica da **in.Pacto Comunicação**, apenas pinçou alguns trechos isolados de seu interesse com olhar subjetivo, infundado e não técnico, com o intuito de reduzir a nota de sua concorrente, sem contudo, apontar argumentos capazes de alterar o julgamento da douta Comissão.

---

*Diante da falta de apontamentos objetivos, que, de fato, comprovem ter havido alguma falha ou erro no Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa) de sua proposta, a in.Pacto solicita, respeitosamente, à Comissão de Licitação, que desconsidere o pedido de redução da nota formulado pela concorrente Approach Comunicação.*

### III.3 – DO RECURSO APRESENTADO PELA PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

Assim como fez a Approach Comunicação, a Partners Comunicação Integrada também apresentou recurso raso, sem fundamentos sólidos, acusando por acusar, com conteúdo extremamente subjetivo. Também é importante frisar que a proposta técnica da **in.Pacto** foi devidamente analisada e julgada pela Comissão de Licitação, tendo como base parâmetros claros e objetivos, definidos pelo edital.

É compreensível e importante que licitantes apontem erros ou eventuais equívocos ocorridos durante processo licitatório – inclusive visando a máxima deste tipo de concorrência: que vença a melhor, mais acertada e mais assertiva proposta –, mas a falta de objetividade, que nasce da falta de erros concretos a serem apontados, compromete os recursos e tumultua, sem necessidade, o processo licitatório.

Deve-se salientar que o recurso apresentado pela Partners tem como principal objetivo desqualificar a **in.Pacto Comunicação**, que alcançou pontuação muito superior à sua. Falta qualificação à concorrente, cujo plano de comunicação obteve nota zero, para criticar a proposta técnica desta empresa. Cabe observar, também, que diferentemente da **in.Pacto**, no Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa), subquesito 1 (Raciocínio Básico), a Partnes apenas menciona a população em geral, sem observar a questão comunicacional, e afirma que este público precisa conhecer o papel do MDR na



viabilização de melhorias, algo que é um tanto óbvio para um raciocínio básico mais completo.

Outra acusação trazida pela Partnes é a de que a **in.Pacto** “inicia a apresentação de sua estratégia trazendo ‘achismos’ e informações sem respaldo em números ou estudos”. Ora, todas as informações inclusas nesse trecho específico da Estratégia de Comunicação Corporativa Subquesito 2 do Quesito 1 – Plano de Comunicação Corporativa) apresentadas pela **in.Pacto** são de conhecimento público e notório, baseadas em diversos dados e notícias amplamente divulgadas e de acesso público.

Por fim, no que se refere à Solução de Comunicação Corporativa (Subquesito 3), apresentada pela **in.Pacto**, a Partners acusa que “dentre as ações e materiais apresentados pela licitante a mesma inclui a produção do Livro Branco do Novo Marco do Saneamento. Destaca-se que essa ação não encontra espaço dentre os materiais elencados como os serviços essenciais deste certame, devendo, portanto, ser desconsiderado pela comissão julgadora”. Não cabe aprofundar a discussão acerca deste tema, pois a produção do documento está no orçamento apresentado pela **in.Pacto** no Plano de Implementação (Subquesito 4). Talvez por não ter proposto ações estratégicas, como fez sua concorrente, a Partners busque desqualificar as boas e inovadoras soluções de comunicação apresentadas pela **in.Pacto**.

*Infelizmente, trata-se, mais uma vez, de argumentos rasos e sem nenhuma solidez, agora trazidos pela Partners Comunicação. Suas argumentações carecem de aprofundamento. A concorrente nem mesmo chega a apontar a eventual falha cometida pela in.Pacto, deixando claro que acusa por acusar, em manobra que apenas perturba e tumultua o processo licitatório. Roga-se, portanto, a esta respeitosa Comissão, que sejam desconsiderados os argumentos da Partnes no sentido de reduzir a nota do Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa) obtida pela in.Pacto.*



### III.4 – DO RECURSO APRESENTADO PELA INPRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.

A In Press Oficina, assim como fizeram as demais concorrentes que tentam reduzir a boa pontuação alcançada pela **in.Pacto**, apresenta elementos ilegítimos para tentar obter maior pontuação e, ao mesmo tempo, desqualificar a proposta dessa concorrente. Ela compara as duas propostas, reconhecendo a superioridade técnica da **in.Pacto**, mas, subjetivamente, avalia que as ações propostas pela concorrente seriam similares às suas, o que nitidamente não ocorre.

A In Press falhou em sua estratégia de comunicação por não dar clareza às soluções propostas e, ainda assim, tenta melhorar sua pontuação se apropriando do que foi proposto pela **in.Pacto**, fazendo equiparação absurda entre as Soluções de Comunicação Corporativa (Subquesto 3 – Quesito 1) apresentadas nas duas propostas. Isso pode ser visto nas páginas 6 e 7 de seu recurso:

- o Livro Branco e a cartilha que são comparáveis ao Raio-X;
- ambas as empresas propõem organização da área de comunicação, no caso da In.Pacto, do mailing;
- uma prevê um mapa de influenciadores e a outra, uma auditoria de imagem;
- o press kit e o banco de pautas da In.Pacto estarão na sala de imprensa da recorrente;
- o manual e o workshop para os porta-vozes equivalem ao media training e à campanha interna propostos pela recorrente;
- uma prevê café da manhã com correspondentes, a outra, coletivas de imprensa de âmbito nacional e regional;
- o Mapa do Saneamento da In.Pacto corresponde ao Termômetro do Saneamento da recorrente;
  
- o Banco de Casos se assemelha ao Painel do Saneamento Legal;
- ambas preveem visitas do ministro a veículos ou entrevistas exclusivas com jornalistas, produção fotográfica, informativo para investidores, boletim de áudio, newsletter e artigos.

As comparações são indevidas e falhas. Seguem alguns exemplos de que a proposta técnica da **in.Pacto** foi superior à da In Press, como reconheceu a Ilustre Comissão:

- a) Livro Branco e cartilha: observa-se a diferença entre as duas ações apresentadas pela **in.Pacto**, que a In Press tenta comparar com o “Raio-X” proposto por ela. As que a **in.Pacto** traz como soluções são descritas de modo aprofundado, com explicação robusta que dá solidez à defesa de sua estratégia. Já a In Press explica seu “Raio-X” em apenas três linhas. É indiscutível, portanto, a superioridade técnica da **in.Pacto** frente à da In Press.

#### Ações propostas pela **in.Pacto**:

**Livro Branco do Novo Marco do Saneamento Básico** – Este livro, inicialmente digital, vai reunir os conteúdos principais sobre o Novo Marco, sobre o setor, funcionando como a “bíblia” do saneamento, externando a visão e mensagens do MDR. Apresenta o diagnóstico da situação que se pretende reverter; destaca os pontos que representam uma inflexão nos investimentos; detalha impactos esperados na saúde, meio ambiente, emprego, renda; além de orientar sobre como envolver a população e conscientizá-la para reduzir o desperdício de água e a produção de lixo. Os públicos-alvo serão prefeitos, dirigentes e empresas de saneamento e de agências reguladoras, parlamentares, juízes e advogados, formadores de opinião, pesquisadores, entidades de áreas pertinentes e investidores. O livro será veiculado no site e distribuído via e-mail, aplicativos de mensagens e redes sociais, a partir de link clicável ou de QR Code, que pode figurar nos materiais impressos do ministério. Sugerimos ainda a impressão de unidades para que porta-vozes entreguem em mãos durante reuniões, audiências e encontros de relacionamento com prefeitos, parlamentares, investidores, jornalistas e influenciadores. Também sugerimos a tradução do livro para Inglês e Espanhol visando à comunicação internacional, que pode ser usado nos encontros do ministro com investidores e representantes de outros países, seja em road shows ou reuniões virtuais.

**Cartilha Novo Marco do Saneamento Básico** – Cartilha digital, que eventualmente pode ser impressa, com os principais pontos do Novo Marco e esclarecimento das dúvidas e críticas. Destina-se à população beneficiada, com distribuição em múltiplos canais: site, e-mail, Ouvidoria, aplicativos de mensagens e redes sociais (em parceria com a comunicação digital). Também pode ser impressa, em caso de relacionamento direto com a população, ou mesmo pelas prefeituras e demais parceiros.

#### Ação proposta pela InPress:

**Ação 8 – Raio-x do Saneamento (com versões em português, inglês e espanhol):** informativo (*fact sheet*) com dados do marco legal e do saneamento no Brasil. **Objetivo:** apresentar de forma didática e técnica os benefícios do marco e as oportunidades de negócio. **Público-alvo:** investidores, mídia regional, nacional e internacional, parlamentares, gestores públicos, formadores de opinião e influenciadores. **Periodicidade:** mensal.

- b) A **in.Pacto** expõe de forma clara sua proposta de mapa de influenciadores. A In Press tenta equiparar à auditoria de imagem proposta por ela com um mapeamento de influenciadores na mídia e no setor. Ora, quem atua na área da Comunicação sabe que são duas ações distintas. Enquanto a auditoria de imagem proposta por ela tem vistas à exposição do governo federal e de suas temáticas, a partir de análise quantitativa e qualitativa de informações, o mapeamento de influenciadores tem como fundamento a identificação de atores relevantes para aumentar ou melhorar o relacionamento do MDR com este público.
- c) São incomparáveis os itens “Press Kit” e “Banco de Pautas”, propostos pela **in.Pacto**, com o item “Sala de Imprensa”, proposto pela In Press. Em apenas duas linhas, a concorrente menciona que irá criar um novo padrão editorial e organizar assuntos, áreas e materiais. Cabem as perguntas: quais assuntos? Quais áreas? Quais materiais? A **in.Pacto**, por sua vez, detalhou com clareza a ação voltada para a criação de um Press Kit e a produção de um banco de pautas, que não estarão disponíveis em uma simples área dentro do site do MDR, mas que fazem parte de uma ação maior, proativa e com foco na oferta de conteúdo.

#### Ações propostas pela **in.Pacto**:

**Press kit** – Conjunto de textos básicos para serem distribuídos a jornalistas que entrem em contato com o MDR ou que participem de eventos, entrevistas e workshops. Será traduzido para Inglês e Espanhol para uso em eventos internacionais ou distribuição para jornalistas baseados em outros países em parceria com as embaixadas brasileiras.

**Banco de pautas** – A Agência de Notícias vai apurar e organizar um conjunto de dados, histórias locais e sobre o Novo Marco e o saneamento em geral para abastecer a mídia semanalmente. As pautas terão como fonte principal o MDR, podendo agregar órgãos vinculados como a ANA, ministérios, prefeituras, investidores ou entidades do setor.

Ação proposta pela InPress:

**Ação 4 – Criação, organização e manutenção da Sala de Imprensa:** criação de novo padrão editorial, organização de assuntos, áreas e materiais. **Objetivo:** organizar e concentrar releases, áudios, artigos, notas, fotos etc. **Público-alvo:** imprensa regional, nacional, internacional. **Periodicidade:** contínua.

Em resumo, as comparações de outros itens que a In Press tenta vincular às ações propostas pela **in.Pacto** são infundadas e facilmente refutáveis. Não há similaridade, pois cada proposta técnica tem conteúdos, estratégias e complexidade absolutamente distintas.

A In Press busca desqualificar subjetivamente a proposta da **in.Pacto Comunicação**, com olhar próprio que contradiz a visão da Banca Julgadora. A licitante afirma que a **in.Pacto** “pecou ao não sugerir uma solução voltada ao gerenciamento de crises”. Apenas como um exemplo: o Manual de Comunicação do Marco Legal, ação proposta pela **in.Pacto**, prevê justamente a atuação em situações de crise, como pode ser visto na página 14 de sua proposta:

**Manual de comunicação do Marco Legal** – Orientações para os porta-vozes do MDR no relacionamento com a mídia, formadores de opinião e demais públicos de interesse. Incluirá mensagens básicas, temas sensíveis e sobre como atuar em situações de crise.

Por fim, a In Press afirma: “a **in.Pacto** falha ainda ao prever a produção de conteúdo complementar, mas não o aproveitamento do conteúdo que já é produzido pelo Sistema Nacional de Informações Sobre Saneamento (SNIS)”. Como pode ser observado nas páginas 13 e 14 de sua proposta, a **in.Pacto**, recomenda a elaboração de um mapa didático, sem se sobrepor à área técnica. Trata-se basicamente de organizar os dados provenientes da SNIS para facilitar a visualização dos públicos-alvo. E sugere que “o

conjunto de capas também funcione no site como complemento aos mapas hoje oferecidos pelo SNIS, programados digitalmente a partir do Google Maps, em que o usuário define variáveis para visualizar por bairro, cidade”.

**Mapa do Marco Legal do Saneamento** – Elaboração de um mapa didático, de fácil compreensão pelo público em geral, com múltiplas “capas” que permitam ver os avanços da implantação do Novo Marco. Com dados oficiais e de outras fontes, será colocado no site e usado na comunicação, contemplando: estágios da implantação (regulação, empresas operando no novo modelo, licitações concluídas, licitações em processo, projetos elaborados, investimentos, empregos); e recortes para saúde, meio ambiente, educação. Sugerimos que o conjunto de capas também funcione no site como complemento aos mapas hoje oferecidos pelo SNIS, programados digitalmente a partir do Google Maps, em que o usuário define variáveis para visualizar por bairro, cidade.

*É flagrante e incontestável a fragilidade dos argumentos apresentados pela In Press, para desmerecer a pontuação da in.Pacto no Subquesito 3 (Solução de Comunicação Corporativa), do Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa). Chega a ser um despropósito comparar duas propostas que obtiveram avaliações tão distintas, tendo a in.Pacto alcançado 16 pontos a mais do que a In Press. Por essa razão, roga-se, a esta Comissão, desconsiderar tais argumentos em sua totalidade.*

#### IV - DO PEDIDO

Os argumentos acima reforçam a total observância ao edital e a qualidade da proposta técnica da **in.Pacto Comunicação**, ora Recorrente, e apontam os equívocos da S2Publicom Comunicação Integrada Ltda., da Approach Comunicação Integrada Ltda., da Partners Comunicação Integrada Ltda. e da In Press Oficina Assessoria de Comunicação Ltda. em suas propostas técnicas e nos recursos apresentados.

Por essa razão, a **in.Pacto Comunicação** requer o **PROVIMENTO** do presente Recurso Administrativo, solicitando que:

- Com relação à sua proposta técnica, mais especificamente sobre sua formatação, sejam desconsideradas as falsas alegações da **S2Publicom**, baseadas que foram em supostas provas e argumentos absolutamente insustentáveis. É, portanto, improcedente e desprovida de qualquer razoabilidade a alegação da concorrente de que a **in.Pacto** deve ser desclassificada do presente certamente. Solicita-se, ainda, que à S2Publicom sejam aplicadas as penalidades previstas em lei por falsa acusação contra sua concorrente. Por fim, a **in.Pacto** também solicita que seja desconsiderado o pedido da S2Publicom para que seja reduzida a nota obtida no subquesto 4 (Plano de Implementação) do Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa), uma vez que não há fundamentação para tal pedido. Como ficou evidente, a **in.Pacto** cumpriu as exigências do edital e contemplou, no Plano de Implementação, todas as ações propostas na Solução de Comunicação Corporativa.
- Não sejam levadas em conta as alegações da **Approach** no sentido de reduzir a nota obtida pela **in.Pacto** no Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa), uma vez que a concorrente não apresentou nenhum fato objetivo que comprovasse, de fato, ter havido alguma falha ou erro. É, portanto, injustificável tal pedido.
- Os argumentos da **Partners Comunicação**, na tentativa de reduzir a nota obtida pela **in.Pacto Comunicação** no Quesito 1 (Plano de Comunicação Corporativa), sejam desconsiderados, uma vez que mostraram-se rasos e sem nenhuma base sólida. Tanto é que a concorrente não chega nem mesmo a apontar a eventual falha que teria sido cometida pela **in.Pacto**.
- Sejam desconsiderados, em sua totalidade, os argumentos apresentados pela **In Press** na tentativa de reduzir a pontuação obtida pela **in.Pacto** no Subquesto 3 (Solução de Comunicação Corporativa) do Quesito 1 (Plano de Comunicação



Corporativa), uma vez que os mesmos são frágeis e não encontram respaldo na realidade.

Os pedidos e recomendações acima explicitados devem ser considerados como contribuições ao trabalho da digníssima Comissão, que tem por finalidade zelar pelo cumprimento das leis que tratam da concorrência pública e selecionar a melhor proposta.

Caso, por fim, após os trâmites legais, essa douta Comissão não entenda pela reconsideração da pontuação conferida à Recorrente, o que se admite apenas a título de argumentação, requer seja o presente recurso encaminhado para análise da Autoridade Superior, nos termos do § 4º do art. 109 da Lei n. 8.666/93.

Pede deferimento.

Brasília, 03 de março de 2021.

VITOR PACHECO DA  
COSTA  
FORTES:72547081172

Assinado de forma digital por  
VITOR PACHECO DA COSTA  
FORTES:72547081172  
Dados: 2021.03.03 16:47:33  
-03'00'

**in.Pacto Comunicação Corporativa e Digital S/S**

CNPJ nº 26.428.219/0001-80

Vitor Pacheco da Costa Fortes

Representante Legal