

Srs. Membros da Comissão de Licitação do Conselho Federal de Medicina – CFM,

CONCORRÊNCIA CFM Nº 002/2023

Processo SEI Nº 23.0.00002963-7

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 03.958.504/0001-07, com sede na Rua Desembargador Alfredo de Albuquerque, nº 200, Bairro Santo Antônio, Belo Horizonte/MG, CEP 30.330-250, vem, por seus representantes que abaixo subscrevem, apresentar as suas

Contrarrrazões ao Recurso

interposto pela licitante **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.**, referente ao julgamento das propostas técnicas, conforme os seguintes fundamentos:

BELO HORIZONTE

Rua Yvon Magalhães Pinto, 615, 8º andar
São Bento | Belo Horizonte | MG
CEP 30350.560 | Tel. (31) 3527.5800

SÃO PAULO

Rua Bandeira Paulista, 726, 17º andar
Itaim Bibi | São Paulo | SP
CEP 04532.002 | Tel. (11) 3056.2110

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, Brasil 21
Bloco A, sala 501 | Brasília | DF
CEP 70316.102 | Tel. (61) 2193.1283

I. TEMPESTIVIDADE.

Inicialmente, comprova-se a tempestividade da presente manifestação, considerando a data da disponibilização do recurso e o cronograma, cujo "PRAZO FINAL" da fase de contrarrazões é 31/10/2024.

II. CONTRARRAZÕES. ALEGAÇÕES INFUNDADAS APRESENTADAS PELA EMPRESA KLIMT SOBRE A PROPOSTA TÉCNICA DA PARTNERS.

Embora declare ter interposto recurso *"em face da decisão que declarou a empresa AIS Comunicação e Estratégia Ltda em 3º Lugar"*, a recorrente Klimt alega *"irregularidades constatadas na classificação da proposta técnica das empresas Icomunicação Integrada LTDA, AIS Comunicação e Partners Comunicação Integrada LTDA"*.

Imediatamente se observa que a estratégia da recorrente resume-se a buscar a redução das notas das licitantes concorrentes, a fim de garantir, preventivamente, a sua já privilegiada classificação em 1º lugar, cuja nota, todavia, foi obtida sem justificativas objetivamente verificáveis.

Diferente da errônea alegação da empresa Klimt de que a Partners não contextualizou a contento as informações referidas no sub quesito "Raciocínio Básico", a Subcomissão Técnica entendeu que a construção do texto foi feita de forma satisfatória e salientou, inclusive, que a contextualização sobre a criação e o papel do CFM foram retratados de forma completa (conforme print abaixo, retirado do arquivo de Análise das propostas técnicas - Via Não Identificada).

4.7 Empresa 7 - Conceito: Desde 1951 cuidando de quem cuida

Raciocínio Básico – Contextualizou a criação do CFM e o papel da autarquia. Apresentou os pontos fortes e fracos das redes sociais da autarquia, mas foi vaga ao apontar quais seriam os desafios de comunicação e os objetivos da campanha.

Referente ao uso da terminologia "associado", relacionada à classe médica, a Klimt faz um recorte tendencioso, fora de contexto, e reduz a sua pífia argumentação à ideia de

que *“Ao definir os médicos como associados, leva-se a outro erro, onde (sic) o CFM figuraria como uma mera associação”*, o que não condiz com a verdade apresentada no texto da proposta técnica da Partners e ignora o fato de que, segundo consta de qualquer dicionário, o termo *“associado”* refere-se ao que está aliado, ligado, próximo. Não se está falando, neste ponto, de *“natureza jurídica”* do CFM ou da terminologia jurídica do vínculo entre o profissional e a entidade.

No ponto 91 das razões, a Klimt diz que *“não foi apresentada nenhuma peça ou ação concreta que sustentasse o prometido nos ‘efeitos e resultados esperados’, como a campanha imersiva [...] dedicada a valorizar os médicos de todo o país e a posicionar o CFM como aliado na luta por mais investimentos na saúde e na garantia de condições adequadas de trabalho para os profissionais”*. Ora, se a recorrente houvesse ao menos se dado ao trabalho de analisar as peças, constataria que toda a campanha foi desenvolvida tendo a classe médica como público-alvo principal e seguindo claramente os preceitos estipulados em edital.

Do banner no portal que se apresenta como um canal ativo de diálogo entre o CFM e médicos e futuros médicos (o que mostra a capacidade da Partners de pensar em uma estratégia abrangente e completa para alcançar a categoria, de uma ponta a outra); passando pelo vídeo institucional – que foca em alcançar diretamente os médicos de todo o país –; pelos eventos *“Semana de mentoria para estudantes de medicina”* (a ser divulgado por meio do WhatsApp) e *“congresso virtual”*, com programação 100% dedicada ao público principal mencionado no desafio do edital; o aplicativo E-CFM, que traz temas fundamentais para a prática médica no dia a dia do profissional na palma das mãos; as peças feitas para as redes sociais do CFM, como a *“Cartilha de bem-estar para médicos”* desenvolvida para o LinkedIn.

Por fim, referente ao Plano de Implementação, os argumentos da Klimt continuam genéricos e vazios, e não se referem ao que foi apresentado pela Partners no conteúdo relacionado ao Plano de Comunicação, em que foi mencionada cada ação que seria feita, bem como para quem cada uma delas se destinará e como serão implementadas. A avaliação por parte de um dos membros da Subcomissão Técnica, inclusive, atribuiu a nota máxima (15,00), conforme consta no Mapa de Julgamento das Propostas Técnicas.

13,50	12,50	15,00
-------	-------	-------

Em síntese, as razões recursais não se baseiam em critérios objetivamente definidos no ato convocatório, mas em opinião orientada pela finalidade de manter a classificação em primeiro lugar, ainda que injustificadamente.

Vale ratificar, aqui, os argumentos do recurso interposto pela Partners, em especial o evidente descumprimento, pela Klimt, da exigência de diagnóstico no Subquesto 1 – Raciocínio Básico, a vantagem obtida indevidamente pela ora recorrente por meio de relatos que excedem os limites objetivamente definidos no edital (Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital) e, não menos importante, os arremedos de obras de arte da campanha apresentada pela Klimt, que obteve a maior nota sem nenhuma justificativa verificável.

Como exposto, o julgamento das propostas técnicas consiste em um ato administrativo de conteúdo decisório, sujeito à motivação explícita, clara e congruente, ainda que sucinta. Nos termos da Lei 9.784/1999:

Art. 2º A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, **motivação**, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência.

Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de:

(...)

VII - **indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;**

(...)

Art. 50. Os atos administrativos deverão ser motivados, com indicação dos fatos e dos fundamentos jurídicos, quando:

I - neguem, **limitem ou afetem direitos ou interesses;**

II - imponham ou agravem deveres, encargos ou sanções;

III - **decidam processos administrativos de concurso ou seleção pública;**

IV - dispensem ou declarem a inexigibilidade de processo licitatório;

V - **decidam recursos administrativos;**

VI - decorram de reexame de ofício;

VII - deixem de aplicar jurisprudência firmada sobre a questão ou discrepem de pareceres, laudos, propostas e relatórios oficiais;

VIII - importem anulação, revogação, suspensão ou convalidação de ato administrativo.

§ 1º A motivação deve ser **explícita, clara e congruente**, podendo consistir em declaração de concordância com fundamentos de anteriores pareceres, informações, decisões ou propostas, que, neste caso, serão parte integrante do ato. (grifamos)

O julgamento de propostas deve ser objetivo, nos termos da Lei 8.666/1993, baseando-se exclusivamente em critérios previamente definidos no edital, porque deve ser aferível pelos licitantes e pelos órgãos de controle:

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.

(...)

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**.

§ 1º Nas licitações do tipo "melhor técnica" será adotado o seguinte procedimento claramente explicitado no instrumento convocatório, o qual fixará o preço máximo que a Administração se propõe a pagar:

I - serão abertos os envelopes contendo as propostas técnicas exclusivamente dos licitantes previamente qualificados e feita então a avaliação e classificação destas propostas **de acordo com os critérios pertinentes e adequados ao objeto licitado, definidos com clareza e objetividade no instrumento convocatório** e que considerem a capacitação e a experiência do proponente, a qualidade técnica da proposta, compreendendo metodologia, organização, tecnologias e recursos materiais a serem utilizados nos trabalhos, e a qualificação das equipes técnicas a serem mobilizadas para a sua execução; (grifamos)

Neste contexto, o inc. VI do art. 6º da Lei 12.232/2010 dispõe que *"o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos **critérios especificados no instrumento convocatório**"* (grifamos).

Mas o resultado do julgamento foi a atribuição de nota manifestamente desproporcional para a Klimt, sem motivação detalhada, subjetividade da qual ela agora, se serve para pedir a redução arbitrária das notas da Partners, o que não merece prosperar.

III. REQUERIMENTOS.

Por todo o exposto, a **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.** requer seja negado provimento ao recurso interposto por **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.**, por carecerem de fundamento (que não a arbitrariedade da própria recorrente), conforme exposto nesta manifestação.

Oportunamente, ratifica os requerimentos formulados nas suas razões de recurso apresentadas tempestivamente, para que sejam **revisadas e substancialmente aumentadas as notas atribuídas à proposta técnica da PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**, afastando a subtração de pontos por motivos não específica e objetivamente justificados, bem como **a revisão e a redução das notas atribuídas à KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.**, inclusive com a atribuição de nota igual a zero para o subquesto não atendido e conseqüente **desclassificação da sua proposta**.

Pede deferimento,

Belo Horizonte, 31 de outubro de 2024.

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.