

CONTRARRAZÕES

CONCORRÊNCIA 02/2023

OBJETO: COMUNICAÇÃO DIGITAL

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

BRASILIA, DF
Outubro de 2024

À Sra. Presidente NOELYZA PEIXOTO BRASIL VIEIRA, presidente da Comissão de Licitação

Ref.: Concorrência Eletrônica nº 02/2023

Objeto: Contratação de comunicação digital.

A **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA**, inscrita no CNPJ Nº. 10.365.754/0001-07, sediada em Brasília/DF, vem, respeitosamente, por seu representante legal infra-assinado e com fundamentos nos termos § 3º do Art. 109 da Lei 8.666/93 interpor

CONTRARRAZÕES

I. DO CABIMENTO E DA TEMPESTIVIDADE

01. Conforme o AVISO publicado no dia 17 de outubro de 2024, o prazo para interposição de recursos será até dia 24/10/2024 e prazo para **contrarrrazões até o dia 31/10/2024** conforme o cronograma abaixo:

FASE	PRAZO INICIAL	PRAZO FINAL
Recursos	18/10/2024	24/10/2024
Contrarrrazões	25/10/2024	31/10/2024
Decisão da COLIC	01/11/2024	07/11/2024
Decisão da Autoridade Superior (data estimada)	08/11/2024	14/11/2024

02. Indene de dúvida, portanto, **quanto a tempestividade do presente recurso**, que deve ser recebido, processado e ao final julgado procedente para reformar a decisão vergastada, nos exatos termos dos pedidos que serão aduzidos a seguir.

II. CONSIDERAÇÃO PRELIMINARES

03. Inicialmente, a Recorrente registra e reitera o seu mais elevado respeito aos dignos integrantes da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica encarregada do julgamento das propostas técnicas.

04. Destarte, apresentamos a seguir os fundamentos técnicos e jurídicos que refutam os argumentos interpostos pelas empresas **Icomunicação Integrada EIRELI e Partners Comunicação Integrada LTDA**, demonstrando cabalmente a necessidade de impugnação de seus recursos administrativos.

III. DA IMPUGNAÇÃO ESPECÍFICA AOS ARGUMENTOS DA ICOMUNICAÇÃO

A- Do pedido de desclassificação da empresa Klimt pelos clientes.

05. Em síntese, a empresa Icomunicação Integrada EIRELI impugna as ações da subcomissão, alegando que esta realizou uma análise técnica equivocada e agiu em desacordo com os ditames do edital, além de sustentar que a subcomissão teria confundido Comunicação com Publicidade e Propaganda.

06. Além disso, trouxe em seu recurso argumentos que já foram superados e mencionados na primeira fase dessa licitação, que foi o da Habilitação das empresas, e que, para sustentar sua argumentação, trouxe prints dos atestados da Klimt Publicidade.

07. Ou seja, com base em documentos que já foram aceitos pelo CFM, a Icomunicação requer que a pontuação da empresa Klimt seja zerado e, portanto, desclassificada.

08. Logo, depreende-se do recurso apresentado pela Icomunicação Integrada EIRELI, que a empresa não apenas demonstrou desrespeito à Subcomissão, mas também à Comissão de Contratação do Conselho Federal de Medicina (CFM) e ao seu corpo jurídico, pois traz, de forma sistemática e preclusa, temas que já foram pacificados.

09. Ademais, conforme evidenciado no recurso apresentado pela Klimt Publicidade nesta fase da licitação, resto comprovada a confusão cometida pela Icomunicação ao tentar atender às exigências editalícias, inclusive equivocando-se quanto ao público-alvo de sua campanha.

10. Nessa esteira, o recurso administrativo da Icomunicação revela, ainda mais, suas falhas em compreender as determinações contidas no edital.

11. Nesse contexto, a Icomunicação reiterou os mesmos argumentos já utilizados na fase de habilitação deste certame—primeira etapa do processo—os quais já foram impugnados pela Klimt Publicidade e sobre os quais o CFM já se manifestou, entendendo que tais alegações carecem de fundamentação técnica e jurídica.

12. Nesse sentido, vale ressaltar a decisão do CFM que negou provimento ao recurso interposto pela Icomunicação:

31. Portanto, diante do exposto, não prosperam as alegações das recorrentes no que diz respeito a apresentação de atestado de capacidade técnica em desconformidade ao edital. **Todos os atestados detalharam a realização de atividades e soluções elencadas na Planilha de Produtos e Serviços Essenciais do certame e totalmente compatíveis com o objeto licitado.**

13. Diante do exposto, considerando que o CFM já reconheceu os serviços de comunicação prestados pela Klimt Publicidade, requer-se que os argumentos apresentados pela Icomunicação sejam desconsiderados, não lhes sendo dado provimento.

B- Do Pedido de Desclassificação da Empresa Klimt em Razão dos Profissionais de Sua Equipe.

14. Aqui, a Icomunicação tenta estabelecer um critério avaliativo próprio, comparando formação acadêmica com experiência profissional, chegando a mencionar que a Klimt possui em seu quadro uma profissional de enfermagem, como se isso representasse uma desvantagem para a empresa.

15. No que concerne à profissional em questão, é importante destacar que a Klimt atende a Conselhos ligados à categoria de enfermagem, e, portanto, contar com uma profissional intimamente ligada aos clientes atendidos pela empresa e com experiência em comunicação, é de extrema valia—a qual poucas agências possuem.

16. Ademais, não há qualquer critério no edital que avalie a formação acadêmica dos profissionais; ao contrário, o critério busca avaliar a experiência, o que foi cabalmente demonstrado por meio dos

currículos apresentados, uma vez que todos possuem longos anos de experiência em comunicação de forma geral (tanto online quanto offline), o que se demonstra uma vantagem em relação aos profissionais da Icomunicação que possuem experiência apenas em comunicação digital.

17. Retornando ao tema dos atestados, os próprios atestados de capacidade técnica já apresentados pela Klimt, ainda na fase de habilitação, comprovam a execução de serviços de comunicação digital, os quais foram prestados pelos mesmos profissionais integrantes da equipe da empresa.

18. Nesse contexto, não faz sentido o questionamento sobre os profissionais da Klimt, uma vez que a própria empresa já apresentou atestados fornecidos por seus clientes, comprovando a execução de serviços de comunicação digital com a participação efetiva de toda a sua equipe.

19. Portanto, considerando a inexistência de critério relacionado à formação acadêmica e o fato de que esta licitante apresentou profissionais com experiência em comunicação digital, os argumentos da Icomunicação devem ser impugnados, não lhes sendo conferido provimento.

C- Do Pedido de Redução das Notas na Sistemática Operacional de Atendimento da Klimt.

20. Em síntese, a Icomunicação requer a revisão das notas atribuídas à Sistemática de Atendimento apresentada pela empresa Klimt, alegando que a referida sistemática se baseia nos "prazos praticados no mercado de Publicidade".

21. Tais argumentos evidenciam o desespero da Icomunicação em tentar, a qualquer custo e sem trazer argumentos técnicos ou jurídicos, reduzir as notas ou desclassificar a empresa Klimt.

22. Nesse contexto, cumpre indagar:

- Quais seriam os prazos praticados no mercado de publicidade aos quais a Icomunicação se refere?
- Existe, porventura, alguma definição estrita de prazos aplicáveis exclusivamente à publicidade e outros à comunicação digital?
- Se a recorrente alega que empresas que realizam campanhas publicitárias não detêm conhecimento para prestar serviços de comunicação digital, sendo ela própria uma empresa especializada em comunicação digital, como poderia conhecer os prazos praticados no mercado publicitário?

23. Diante do exposto, tais argumentos não merecem prosperar, pois carecem de qualquer fundamento técnico ou jurídico, baseando-se apenas em conjecturas da própria Icomunicação e elações.

D- Dos Relatos de Comunicação Digital da Klimt

24. Neste tópico, não foi possível sequer identificar o pedido formulado pela Icomunicação.

25. A recorrente limita-se a atacar o relato apresentado, questionando: "O mesmo relato serve para ambas as licitações e, no presente caso, merece a pontuação máxima? O case apresentado é de comunicação digital ou de publicidade?".

26. Ademais, no relato em questão, é uma campanha 100% digital e que foi desenvolvida pela Klimt e referendado pelo cliente, onde, inclusive, obteve resultados tão expressivos que foi compartilhada por diversos representantes do poder executivo em suas respectivas redes sociais, além de ter sido premiado, inclusive, fora do país.

27. Diante do exposto, considerando a ausência de fundamentação técnica e jurídica, bem como a inexistência de um pedido claro, requer-se que os argumentos apresentados pela Icomunicação sejam julgados improcedentes.

E- Da Exclusão das Agências de Publicidade do Escopo da Licitação. “Lei 14.356/2023”

28. Ao contrário da empresa Klimt, que tem pleno conhecimento das leis a serem seguidas e interpreta adequadamente o que é exigido no edital, a Icomunicação comete, de início, um grande equívoco ao invocar legislação incorreta que não norteia a presente licitação. Veja-se:

Exclusão das Agências de Publicidade do Escopo da Licitação. Lei 14.356/2023

Assim, a Licitação do Conselho Federal de Medicina, que visa a contratação de serviços de comunicação digital, comete um erro ao incluir agências de publicidade.

29. Diferentemente do que tenta induzir a Icomunicação, a presente licitação é regida pelas Leis nº 8.666/93, nº 12.232/10, nº 4.680/65, nº 9.784/99 e pela Lei Complementar nº 123/2006 e suas alterações, conforme mencionado no preâmbulo do edital.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

CONCORRÊNCIA Nº 002/2023

(Regido pelas Leis 8.666/93, 12.232/10, 4.680/65, 9.784/99 e Lei Complementar n.º 123/2006 e suas alterações)

30. Ademais, a Icomunicação busca construir uma narrativa desprovida de fundamento jurídico, criando ilações sobre uma suposta proibição de agências de publicidade executarem serviços de comunicação digital.

31. Contudo, conforme já mencionado anteriormente nestas contrarrazões, não há qualquer proibição legal que impeça uma agência de publicidade de prestar serviços de comunicação digital.

32. Inclusive, cabe destacar que o referido edital permite, em seu subitem 6.3, a participação de consórcios de empresas, sem restringir o ramo de atividade das empresas que podem integrá-los.

33. Nessa esteira, o edital também não exige nenhuma certificação específica de agência de comunicação digital, ao contrário do que ocorre em licitações de publicidade, nas quais se exige o certificado emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

34. Ademais, tal discussão já foi levantada pela recorrente na fase de habilitação, ocasião em que se julgou a capacidade técnica e jurídica de cada empresa, tendo a Icomunicação todos os seus argumentos julgados improcedentes.

35. Diante do exposto, resta claro que o pedido de exclusão das agências de publicidade não deve prosperar, pois não existem argumentações jurídicas que sustentem a narrativa criada pela Icomunicação, bem como, tal questão já recebeu posicionamento do Conselho Federal de Medicina (CFM), com as devidas justificativas técnicas e jurídicas, no sentido de dar improcedência a tais argumentos.

F- DOS PEDIDOS DE AUMENTO DE NOTA DA ICOMUNICAÇÃO

36. Em síntese, a empresa Icomunicação requer a revisão das notas atribuídas nos quesitos de Infraestrutura, Relatos de Comunicação, Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Solução de Comunicação Criativa.
37. Basicamente, a recorrente questiona a capacidade analítica da subcomissão e, de forma imperativa, afirma que suas notas devem ser aumentadas sem, contudo, especificar em quantos pontos ou em quais aspectos específicos.
38. Seus argumentos são vagos e evasivos, não demonstrando, ponto a ponto, conforme os atributos de julgamento, quais critérios avaliativos deveriam ter suas notas revisadas.
39. Nesse contexto, ao analisarmos os argumentos apresentados pela recorrente, não é possível identificar fundamentos técnicos que justifiquem o aumento de suas notas, as quais, inclusive, já foram consideravelmente elevadas para uma proposta que apresentou diversos erros graves em sua elaboração.
40. Tais erros foram detalhadamente expostos no recurso interposto pela Klimt Publicidade, onde se evidencia como a Icomunicação falhou completamente em atingir o público-alvo prioritário exigido no briefing do edital.
41. Ademais, a empresa desenvolveu um conceito de campanha que contrapõe a classe médica aos enfermeiros, ao atribuir a estes a função de "cuidador", quanto que, na verdade, o que deve ser reforçado são as competências exclusivas da medicina, conforme prevê a Lei do Ato Médico.
42. A função do médico vai além do cuidado, centrando-se na realização de diagnósticos precisos, focados na cura e na indicação de tratamentos específicos. É importante destacar que o objetivo da campanha, conforme solicitado no briefing, deveria ser o fortalecimento da relação do Conselho Federal de Medicina (CFM) com os médicos, e não a relação dos médicos com os pacientes.
43. É importante destacar que o objetivo da campanha, conforme solicitado no briefing, deveria ser o fortalecimento da relação do Conselho Federal de Medicina (CFM) com os médicos, e não a relação dos médicos com os pacientes.
44. Em face dos argumentos apresentados, conclui-se que a Icomunicação não forneceu fundamentos técnicos específicos que justifiquem a revisão ou aumento das notas atribuídas pela subcomissão em nenhum dos quesitos e subquesitos citados por ela.
45. Desse modo, não há elementos suficientes que sustentem o aumento das notas solicitadas pela recorrente, sendo mantidas as avaliações originalmente atribuídas.

IV. DA IMPUGNAÇÃO ESPECÍFICA AOS ARGUMENTOS DA PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

A- DO PEDIDO DE DESCLASSIFICAÇÃO PELO SUSPOSTO “DESCUMPRIMENTO DA LICITANTE KLIMT COMUNICAÇÃO À CRITÉRIO RESTRITO, ESTABELECIDO NO EDITAL.”

46. A Partners alega que a Klimt deveria ser desclassificada por suposto descumprimento do item 2.4 do edital, o qual determina a desclassificação de qualquer proposta que receba nota zero (0) em qualquer quesito ou subquesito.

47. Ocorre que o argumento da Partners está fundamentado em uma crítica que se baseia em um **atributo** dos critérios de julgamento do **Raciocínio Básico**, que é um **subquesito** do quesito **Plano de Comunicação**.

48. Nesse contexto, a Partners tenta induzir a subcomissão ao erro, uma vez que o subitem 2.4 é claro ao afirmar que a desclassificação ocorrerá apenas se houver nota zero em algum **QUESITO** ou **SUBQUESITO** do edital, e não em um **atributo de julgamento**.

49. Ademais, a argumentação da Partners não é suficiente para questionar o julgamento da subcomissão acerca desse critério na proposta da Klimt. Pelo contrário, reforça o que deveria ser considerado em relação à própria proposta da Partners para o **Plano de Implementação Digital**, uma vez que, conforme evidenciado no recurso protocolado pela Klimt, há falta de análise e fundamentação nas avaliações realizadas pela Partners.

50. A proposta da Partners para o **Plano de Implementação Digital** foi elaborada em apenas três parágrafos e, em nenhum momento, defende ou faz referência detalhada ao plano de comunicação digital, limitando-se apenas a mencionar o conceito. Este sim é um caso em que o subquesito correspondente deveria receber nota zero.

51. Em conclusão, diante dos argumentos apresentados, requer-se o **indeferimento** das alegações formuladas pela Partners, uma vez que estas carecem de fundamento técnico e jurídico para justificar a desclassificação da Klimt, pois ficou demonstrado que a Partners baseou suas argumentações em uma interpretação equivocada dos critérios do edital, confundindo atributos de julgamento com quesitos e subquesitos, não havendo, portanto, qualquer razão para acolher seus pedidos.

B- DO PEDIDO DE REDUÇÃO DE NOTAS NO CADERNO DE RELATOS E SOLUÇÕES

52. Em síntese, a empresa Partners requer a redução da nota atribuída à Klimt nos Relatos, sob o argumento de que esta empresa teria apresentado seus relatos em 7 páginas, excedendo o limite estipulado.

53. Observa-se, entretanto, que a recorrente não mencionou o subitem do edital que trata da limitação de páginas.

54. Tal omissão parece é estratégica, pois, ao analisar o edital, fica evidente que a limitação de páginas se restringe ao **RELATO EM SI**, e não se estende à validação do relato ou à ficha técnica. Conforme disposto no edital:

“1.6.2 A licitante deverá apresentar **2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 5 (cinco) páginas**, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação

55. Portanto, é claro que a limitação de páginas se aplica exclusivamente aos relatos, e não a todo o documento, como tenta induzir a recorrente.

56. Ademais, os relatos referentes ao MPI (Ministério dos Povos Indígenas) e ao COFEN (Conselho Federal de Enfermagem) estão apresentados em 2 páginas cada um, estando, portanto, em conformidade com o edital.

57. Nesse contexto, os argumentos apresentados pela empresa Partners para a redução das notas e desclassificação da empresa Klimt devem ser julgados improcedentes, por não haver menor fundamento jurídico.

C- DO QUESTIONAMENTO DE ASPECTOS TÉCNICOS. COMPARAÇÃO ENTRE AS CAMPANHAS PROPOSTAS PELA PARTNERS E A KLIMT.

58. Essa parte do recurso é evidentemente um total ataque ao duro trabalho da subcomissão técnica, onde a recorrente Partners dirige críticas desproporcionais à subcomissão, alegando que a Klimt foi indevidamente favorecida. Também argumenta que o diagnóstico das necessidades de comunicação digital apresentado pela Klimt foi elaborado de maneira concisa e que seu conteúdo se limitou a conceitos já presentes no Plano Estratégico Institucional (PEI) do Conselho Federal de Medicina (CFM). Tais alegações, contudo, carecem de fundamento técnico e jurídico, não evidenciando qualquer irregularidade no cumprimento das exigências do edital.

59. Ao seu próprio critério, ela analisa e usa o termo “de mau gosto”, termo este que não está presente em nenhum ponto do edital como atributo e critério de julgamento.

60. De outro lado, a proposta e o conceito da Partners demonstram o seu desconhecimento sobre o contexto da medicina e seus pilares ao atribuir ao médico o papel de cuidador, assim como a Icomunicação que cometeu o mesmo erro, pois, como já mencionado, o cuidado está muito mais conectado a outras categorias da saúde.

61. Fazendo uma análise mais profunda sobre a peça conceito da Partners, vemos que:

1 – A peça homenageia o médico e foge completamente do objeto do briefing que é na verdade fortalecer a imagem do conselho ante o médico.

2 – Se refere ao médico como um cuidador. Equívoco crasso!



62. Outro ponto importante a se ressaltar, é que o edital não estipula a extensão do diagnóstico, mas sim a qualidade e a precisão do conteúdo a ser abordado.

63. A recorrente aponta que o diagnóstico é "conciso", mas em nenhum momento essa concisão é associada a qualquer descumprimento das disposições editalícias ou prejuízo ao entendimento da proposta. Esse tipo de argumento, frequentemente desprovido de critério técnico, busca apenas desviar o foco da análise objetiva dos requisitos estabelecidos, substituindo o mérito da avaliação pela ênfase na extensão do texto — critério este inexistente no edital.

"tamanho não é documento" aplica-se com precisão a este caso.

64. Ademais, cumpre refutar a alegação de que o diagnóstico oferecido pela Klimt se restringiu a ideias já constantes do plano de comunicação do CFM. Porém, a Klimt apresentou um diagnóstico fundamentado na análise das necessidades específicas para o fortalecimento da comunicação digital da autarquia, identificando pontos de melhoria e propondo estratégias inovadoras de engajamento e comunicação. O diagnóstico realizado atende integralmente às exigências de identificar as necessidades institucionais em comunicação digital e propor estratégias para suprir tais demandas.

65. A argumentação da Partners demonstra um entendimento equivocado acerca do objeto da licitação, ao sugerir que o diagnóstico deveria apresentar originalidade absoluta.

66. O princípio da razoabilidade, amplamente adotado no Direito Administrativo, exige que a análise da proposta considere a finalidade do diagnóstico – e não sua extensão.

67. A crítica à concisão do diagnóstico evidencia, portanto, a ausência de fundamentação técnica e a falta de compreensão das reais exigências editalícias, as quais foram plenamente atendidas pela Klimt com clareza e objetividade. A alegação de que o diagnóstico da Klimt seria insuficiente por ser conciso revela-se inconsistente e desprovida de validade jurídica, uma vez que atende ao item específico do edital relativo à necessidade de um diagnóstico, demonstrando conhecimento técnico e alinhamento com os objetivos do CFM.

68. Diante do exposto, conclui-se que o diagnóstico apresentado pela Klimt cumpre rigorosamente as exigências do edital, sendo, portanto, improcedentes as alegações formuladas pela recorrente Partners.

V. DO PEDIDO FINAL

69. Pelas razões expostas e pelos sólidos e inegáveis argumentos e fatos comprovados, a Klimt Publicidade aguarda e requer:

- a) Que sejam julgados improcedentes os argumentos apresentados pela Icomunicação Integrada LTDA referentes à redução de nota e à desclassificação da empresa Klimt.
- b) Que sejam julgados improcedentes os argumentos da Icomunicação Integrada LTDA relativos ao aumento das notas em sua própria proposta técnica.
- c) Que sejam julgados improcedentes os argumentos da Partners Comunicação Integrada LTDA que visam à desclassificação e a redução de nota na proposta técnica da Klimt.

Nestes termos,
Pede deferimento.

Brasília, 31 de outubro de 2024.

RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.