

São Paulo, 2 de abril de 2020

**Ilustríssimo senhor presidente da Comissão Especial de Licitação da Secretaria da  
Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo**

Concorrência nº 01/2019

Processo nº SF 23752-41344/2019

**Apresentação de contrarrazões**

Em virtude dos questionamentos das empresas Fleishmanhillard Brasil Comunicação Ltda. e Fundamento Grupo de Comunicação Eireli em relação à proposta apresentada pela Atelier de Imagem e Comunicação LTDA, temos a esclarecer os seguintes pontos.

Em relação ao exposto pela Fleishmanhillard Brasil Comunicação Ltda. e pela Fundamento Grupo de Comunicação Eireli, a Atelier de Imagem e Comunicação esclarece que, infelizmente, tais agências desejam exercer o papel da Comissão Especial de Licitação, avaliando e definindo notas para a proposta da Atelier e para suas próprias propostas. Todas as ponderações das empresas são afirmações de que supostamente a Comissão errou em sua avaliação. A empresa Fundamento vai além ao afirmar que deveria ser melhor classificada no certame. As alegações de ambas empresas se mostram, evidentemente, equivocadas, o que pode ser facilmente comprovado pelos fatos expostos a seguir.

#### **A-Sobre o recurso da Fleishmanhillard Brasil Comunicação Ltda.**

Aos fatos:

##### **1 – No item 3.5, Quesito 1 - Subquesito 4 – Plano de Ação – Materiais a serem produzidos:**

A Fleishmanhillard aponta que a Atelier de Imagem e Comunicação cita em seu Plano de Comunicação diversos materiais, tais como: Bíblia de Dados, Broadcast Imprensa, Newsletter, O Paulista Decide no ar, Podcast e Blog da Inovação e que não os incluí como parte da Estratégia e das Ações descritas nos subquesitos anteriores, “demonstrando total falta de lógica na proposta apresentada”.

A Fleishmanhillard erra ao ignorar em seu recurso administrativo o próprio edital, que determina em seu anexo IV por meio do item 3.2.1 “Materiais a serem produzidos”, um espaço específico para que as licitantes apresentem os produtos que pretendem desenvolver a fim de atingir os objetivos descritos no Plano de Comunicação.

Todos os produtos e soluções apresentadas pela Atelier de Imagem e Comunicação coadunam com sua estratégia de bem impactar todos os públicos estratégicos da Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo, mapeados e analisados pela Agência para o desenvolvimento da proposta.

Ora, os produtos e materiais a serem produzidos nada mais são do que a consolidação de todas as premissas defendidas pela Atelier ao longo de sua proposta, que foram embasadas e consolidadas por meio de objetivos evidenciados ao longo de todo documento. A Fleishmanhillard demonstra, a partir de seu recurso, desconhecimento sobre o edital e, sobremaneira, sobre as ações necessárias para que o Governo do Estado de São Paulo possa realizar um diálogo efetivo com sua população, prestando contas de suas entregas e oferecendo serviço e informação de qualidade.

O fato pode ser corroborado pela própria proposta da Fleishmanhillard ao apresentar “pesquisa via WhatsApp junto à população a ser realizada com parceiro especializado com o objetivo de gerar números que possam ser utilizados pela imprensa”.

A empresa extrapola o escopo apresentado pelo edital e condiciona sua estratégia de comunicação e sua interlocução com os veículos de imprensa à contratação de um outro “parceiro”, gerando gastos ao Governo do Estado e suprimindo o papel da Secretaria Especial de Comunicação, responsável pela definição desse tipo de contratação.

## **2 – No item 3.5, Quesito 3 – Capacidade de Atendimento e habilidades específicas da equipe**

A Fleishmanhillard critica erroneamente a Atelier por ter apresentado em sua equipe de profissionais o nome de três jornalistas (Lázaro Silva Bueno, Luiz Carlos Guerreiro Ruivo e Sircarlos Parra) sem comprovação de diploma.

O questionamento da Fleishmanhillard é novamente infundado. O seu argumento ignora o Decreto **Lei 972/69**, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista em todo território nacional. Os três referidos profissionais se enquadram na categoria deste decreto, possuindo, inclusive, os registros do Ministério do Trabalho, cujos comprovantes estão devidamente relacionados nas respectivas documentações da equipe.

É importante destacar que é justamente a Fleishmanhillard quem não cumpre com as determinações expostas no edital da referida concorrência. A planilha Orçamentária Detalhada do edital estipula **28.350 Horas** durante 15 meses para atendimento dos serviços objeto desta concorrência. Portanto, a capacidade de atendimento prevê mais de 10 funcionários para o atendimento adequado aos serviços de assessoria de imprensa previsto no referido edital.

A concorrente FleishmanIllard Brasil Comunicação, classificada em segundo lugar no item equipe técnica e na classificação geral da proposta técnica, não apresenta a quantidade suficiente de profissionais conforme estipulado.

Segundo a concorrente, são necessários **apenas sete profissionais** para cumprir com o número de horas apresentado pelo edital, o que significaria que cada funcionário, considerando apenas os cinco dias da semana, teria de trabalhar mais de 12 horas por dia para cumprir a exigência do presente certame.

Para se ter uma ideia, a Atelier de Imagem e Comunicação relaciona 11 profissionais para o mesmo trabalho, ou seja, quatro funcionários a mais, cumprindo assim o compromisso de executar o proposto em seu Plano de Comunicação. Mais: entre as concorrentes, 80% delas apresentaram um número maior de profissionais do que a FleishmanIllard, o que confirma que

a empresa subestimou o escopo do trabalho a ser realizado e não cumpriu com o estabelecido em edital (**28.350 Horas**).

### **B-Sobre o recurso da Fundamento Grupo de Comunicação Eireli**

Inicialmente, é importante destacar que a Fundamento em seu recurso verifica equívocos nas notas de todas as dez concorrentes participantes deste certame. Tal atitude revela que a empresa desqualifica a capacidade técnica de todas as concorrentes, além de questionar o julgamento dos cinco integrantes da Comissão Técnica. Ou seja, a Fundamento se outorga o direito de entender, ao contrário do que avaliam os profissionais destacados para isso, que as propostas de todas as licitantes são inferiores à sua.

#### **Item II.2.1 Raciocínio Básico**

A empresa Fundamento Grupo de Comunicação Eireli argumenta que a Atelier de Imagem e Comunicação Ltda. errou ao apontar em seu raciocínio básico a baixa adesão da população às audiências públicas ocorridas. A argumentação da Fundamento demonstra a parca experiência da empresa com o serviço público e suas especificidades. Para além disso, evidencia a falta de pesquisa e aprofundamento da concorrente sobre o tema indicado pelo edital para a elaboração da proposta técnica.

O Governo do Estado de São Paulo corretamente entende a importância da realização de audiências públicas como um instrumento efetivo de participação da sociedade acerca das políticas públicas empreendidas e observa se tratar de uma ocasião de diálogo e debate. Justamente por isso, exige das concorrentes a elaboração de estratégias que ampliem a presença da população, incentivando uma gestão democrática e participativa. Ao entender que isso não é necessário, a Fundamento desqualifica o papel da prática de ouvir a população e, portanto, vai de encontro ao propósito principal da administração pública.

A Fundamento também alega que a Atelier não considera a resposta ao esclarecimento publicada em 13/12/19 no Diário Oficial do Estado de São Paulo. Ora, a resposta é clara: “Ainda que o PPA 2020-2023 já tenha sido concluído, a ideia é que as agências possam realizar o exercício propondo um plano de divulgação que retroceda à fase de audiências públicas e encontros regionais, ainda que já tenham sido realizados”. Ou seja: exatamente o que fez a Atelier de Imagem e Comunicação.

O fato pode ser comprovado ao longo de toda proposta da empresa e reforçada em trechos como esse: “Apesar da importância institucional do PPA, o grande apelo que pode ser construído para

turbinar a divulgação das audiências é reforçar a tese – para os profissionais dos veículos da Capital e do Interior – da importância da participação da população na definição do que será feito com os orçamentos públicos. Posto que o Plano é a materialização do programa proposto nas eleições pelo Governador eleito, os encontros são uma segunda oportunidade de o cidadão garantir que as propostas sejam efetivamente adotadas”.

### **Item II.2.2 Oportunidade de Mídia Positiva**

Neste aspecto, a Fundamento questiona o fato da Atelier de Imagem e Comunicação incluir como uma das três oportunidades de mídia positiva a figura do secretário Henrique Meirelles como “âncora” ou apresentador das 18 audiências regionais e de pelo menos uma das cinco temáticas.

Há, novamente, claro desconhecimento sobre as determinações do edital do referido certame, na medida em que a Fundamento demonstra não entender do que se tratam as oportunidades de mídia positiva. A Atelier defende em sua proposta, de forma pormenorizada, que o fato de o Governo do Estado de São Paulo contar com um quadro como Meirelles, com status ministerial, é sim um ponto fator importante para levar jornalistas à cobertura dos eventos.

Ao contrário do que argumenta a Fundamento, toda estratégia de comunicação deve identificar em seu quadro representantes que mobilizam a imprensa e têm o poder de ampliar a repercussão dos assuntos tratados, ampliando o alcance da prestação de serviço e informação junto à sociedade.

Como exposto na proposta da Atelier, o secretário Henrique Meirelles é um dos principais nomes da economia brasileira, tendo inclusive respeito internacional. Como secretário de Estado da Fazenda e do Planejamento, confere à pasta uma qualificação ministerial, o que facilita a divulgação de notícias que, tendo outros nomes como porta-vozes, não teriam o mesmo apelo. Portanto, não há dissociação conceitual como alega a Fundamento em seu recurso.

### **Item II.2.3 Identificação de Risco à Imagem**

Mais uma vez a Fundamento demonstra distanciamento de princípios fundamentais da comunicação pública. A empresa alega que a baixa adesão da população em audiências não é um risco à imagem da Pasta, como apresentado na proposta técnica da Atelier. Talvez a empresa tenha esse entendimento por não ter realizado uma interlocução efetiva com os profissionais e veículos de imprensa para entender sua percepção sobre o assunto.

A Atelier fez isso e realizou um *Media Audit* com jornalistas de importantes veículos de comunicação do país a fim de entender, a partir de quem produz esse conteúdo, sua opinião e entendimento acerca da temática tratada nesta concorrência. Os argumentos da Atelier se baseiam em pesquisas, experiência de mais de uma década de prestação de serviço de comunicação pública e na pesquisa desenvolvida com esses profissionais.

Além disso, é de amplo conhecimento que cabe às equipes de assessoria de imprensa e comunicação mobilizar a sociedade nas diversas ações propostas por cada gestor público. Não basta apenas definir calendários, prazos e os meios de comunicação em que serão divulgadas tais ações, como cita a Fundamento em seu recurso. Estas são iniciativas básicas de qualquer equipe de assessoria de imprensa.

O diferencial, justamente consiste em desenvolver estratégias e canais a fim de obter a conscientização e participação da sociedade nesses eventos. Caso isto não ocorra, há risco de imagem da Pasta a partir de questionamentos da imprensa, o que pode levar a produção e veiculação de conteúdos de mídia negativos para o Governo do Estado de São Paulo e para a Secretaria da Fazenda e Planejamento.

#### **Item II.2.4 Análise Diária de Imagem**

A Fundamento questiona junto à esta Comissão o fato da Atelier incluir neste quesito análise global da análise de imagem e gráficos. A Fundamento se baseia também em resposta publicada no Diário Oficial do Estado de São Paulo, em 08/01/20: “Essa análise não é exigida pelo edital e, assim, não será considerada e, ainda, tendo em vista que não versará sobre nenhum dia em especial, não será computada como lauda referente a análise de nenhum dia em especial do período.”

Mais uma vez um erro de interpretação da Fundamento. A resposta da Comissão é clara ao informar que tal análise não é exigida e não será considerada. Em nenhum momento, foi reportada a proibição de incluí-la.

Porém, o fato mais grave reside no questionamento da Fundamento dirigido à Comissão referente a este quesito, como é apontado na página 12 de seu recurso. “Por qual motivo a análise da Atelier é tão melhor do que a da Fundamento?”.

Ao invés de questionar os profissionais destinados à avaliação das propostas, a empresa deveria observar as estratégias e ações apresentadas pela Atelier em suas análises, fruto dos mais de 13 anos de experiência em contas públicas em todas as esferas.

## **Item II.2.5 Capacidade de Atendimento e Habilidades Específicos da Equipe e Estrutura Física**

Mais uma vez a Fundamento critica a nota concedida por esta Comissão para a Atelier em relação à sua nota. Neste ponto, a licitante parece desconhecer a proposta da qual elencou inúmeras críticas, assim como das demais empresas participantes da concorrência.

A Fundamento apresenta argumento equivocado sobre a avaliação concedida à Atelier. Ao afirmar, na página 13 de seu recurso, que a Atelier apenas discriminou móveis no quesito “infraestrutura”.

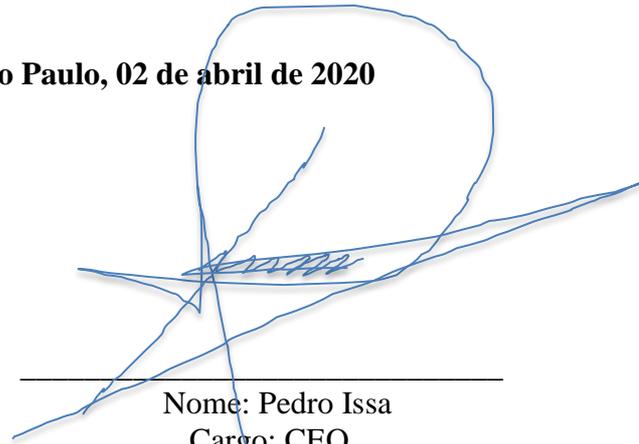
Se a Fundamento tivesse dedicado atenção à leitura da proposta da Atelier teria notado que nas páginas 158, 188 e 189, por exemplo, são discriminados itens, como Banco de Imagem, Postgram, Ferramenta de Mailing Maxpress, RD Statino, Wideo, Ferramentas de Edição de Vídeos e Fotos, Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere, ferramentas que permitem criação e edição de imagens, sites, produtos gráficos e digitais, Ferramenta de monitoramento e criação de e-mail marketing e outras funcionalidades para marketing e campanhas, 1 Link de internet NET 60MB, 1 Link de internet TIM Live 100MB, 1 Link de Voz VIVO 10 canais, 3 Pontos de TV por assinatura NET, 2 Switchs 48 portas 100/1000, 1 Patch Panel 48 portas CAT 6, 1 Patch Panel 24 portas CAT 5, 1 Roteador Cisco Dual Wan VPN Firewall, 1 Servidor Dell PowerEdge R430 Intel Xeon 8GB de RAM de 1 TB, 1 Servidor Dell PowerEdge T110 Intel Xeon 4GB de RAM HD de 1 TB, 1 No Break 1500 KVA, 2 No Break 300 KVA.

Mesmo com a definição do julgamento da parte técnica pela Comissão Especial de Licitação, a Fleishmanhillard e Fundamento tentam, com este recurso, desqualificar as notas da Atelier e sua classificação.

Portanto, diante de argumentações infundadas das empresas Fleishmanhillard e Fundamento e com a eficiência que essa Comissão vem conduzindo este processo licitatório, a Atelier requer o não acolhimento aos requerimentos apresentados em recurso pelas duas licitantes citadas acima, com o consequente prosseguimento do processo.

Termo em que pede e espera deferimento,

**São Paulo, 02 de abril de 2020**



---

Nome: Pedro Issa

Cargo: CEO

RG: 17.393.332

Atelier de Imagem e Comunicação Ltda

CNPJ: 08.353.988/0001-84

Inscr. Estadual – isenta

Insc. Municipal – 3.572.791-8

Rua Capitão Antônio Rosa, 376 – 9º andar – Jardim Paulistano

São Paulo – SP - Cep: 01443-900