Ilustríssimo Senhor Presidente da Comissão de Compras e Licitações do CRF/SP – Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo.

ESCUDERO.AG COMUNICAÇÃO LTDA., pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob n. 17.226.650/0001-52, com endereço à Rua Brasílio Itiberê, 1.092, Curitiba – PR, por seu representante legal, no âmbito da *Tomada de Preços n. 001/2018 – Processo Administrativo n. 014/2018,* comparece respeitosamente à presença de Vossa Senhoria, tendo sido intimada por intermédio do Aviso n. 06, datado de 28/09/2018, para apresentar

CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

manejado por **OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.**, nos termos e razões seguintes:

I – TEMPESTIVIDADE

Conforme indicado acima, a **ESCUDERO** foi intimada a apresentar contrarrazões por meio do aviso n. 06, cujo teor é o seguinte:

> Conforme publicação no Diário Oficial da União (28/09/2018 – Seção 3 – página 188), o Conselho Regional de Farmácia do Estado de São Paulo - CRF-SP comunica aos interessados a abertura de prazo para CONTRARRAZÕES aos recursos apresentados ante ao resultado do julgamento das propostas técnicas. A contagem do prazo correrá de 01 a 05/10/2018.
>
> São Paulo, 28 de setembro de 2018.

O prazo para apresentação de contrarrazões, portanto, encerra-se em 05/10/2018, quando esta resposta já terá sido protocolizada.

II – RETROSPECTO DOS FATOS RELEVANTES – AS RAZÕES RECURSAIS E OS MOTIVOS DE SUA IMPROCEDÊNCIA

A **ESCUDERO** sagrou-se vencedora do certame na *Tomada de Preços n. 001/2018* promovida por este CRF-SP, licitação realizada naquela modalidade e do tipo "melhor técnica", com o seguinte objetivo:

> *"(...) visando a contratação de "empresa especializada em marketing digital para prestação de serviços técnicos de consultoria, planejamento, desenvolvimento de peças, veiculação, otimização, impulsionamento de publicações e mensuração/gerenciamento de desempenho, específico para redes sociais e internet, com a finalidade de divulgar à sociedade a importância do farmacêutico, promover o uso racional de medicamentos, aproximar o farmacêutico da Entidade, realizar a divulgação das ações do CRF-SP de forma eficaz e aumentar a presença do CRF-SP nas mídias digitais".*

Também participaram da licitação as concorrentes **PARTNERS** e **OCTOPUS COMUNICAÇÃO**, tendo ambas manejado recurso contra a decisão proferida por este **CRF**. A **OCTOPUS**, cujo recurso ora se responde, *empatou* com **ESCUDERO** – tendo a peticionária se sagrado vencedora após a aplicação dos critérios de desempate previstos no item 7.7.3 do edital:

> 7.7.3. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das duas licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 7.3.1, 7.3.2 e 7.3.3.

Pois bem.

O recurso da **OCTOPUS** principia consignando "*o reconhecimento em relação à Comissão de Licitações*", afirmando que "*os trabalhos foram avaliados por uma equipe competente e idônea*" mas, inobstante, a recorrente teria "*apontamentos a fazer*", por conta "*do imenso desejo de ser a agência escolhida para o desenvolvimento dos trabalhos que são objeto da licitação do CRF*". Prossegue **OCTOPUS** aduzindo que "*isso colocado,*

gostaríamos que algumas de nosas notas fossem reavaliadas".

A recorrente afirma, na sequencia, que "*gostaríamos de solicitar uma revisão das notas*"quanto ao critério "Capacidade de Atendimento", item 7.3.3 do Edital, o qual é composto por quatro subquesitos: *principais clientes, qualificação, estrutura física* e *atendimento.*

Quanto ao quesito *qualificação*, a **OCTOPUS** afirma, genericamente, que "*possui uma equipe maior, mais capacitada e com melhor formação profissional e acadêmica*" – sem, no entanto, enumerar quantos funcionários *a mais* possui em seus quadros, ou sequer comparar suas qualificações acadêmicas com os integrantes da **ESCUDERO**. Trata-se, com o máximo respeito, de afirmação feita de forma genérica e sem a mínima comprovação.

O mesmo se verifica quanto à "*proximidade com o CRF*", no entender da **OCTOPUS**, "*um critério que deveria ser levado em consideração*" – mesmo que o Edital não preveja a localização da sede dos participantes da licitação e sua distância da sede do **CRF** como um critério de qualificação – sendo o argumento, portanto, inútil e inapto a alterar as conclusões da comissão.

Mais adiante, a **OCTOPUS** aduz que "*no tocante à qualidade de atendimento há ainda outros dois pontos relevantes que devem ser entendidos como fundamentais, que são Proposta de Relatórios Mensais (Escudero), em contrapartida à proposta de relatórios semanas e mensais da Octopus e às poucas ferramentas de trabalho (Escudero) em comparação às ferramentas e plataformas sugeridas pela Octopus, mais abundantes, específicas e em condições de produzir melhores resultados para o CRF*".

É de se notar, no entanto, que, no quesito *Capacidade de Atendimento*, **ESCUDERO** e **OCTOPUS** restaram empatadas, ambas obtendo conceito máximo:

QUESITO 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO PONTUAÇÃO MÁXIMA: 20 PONTOS				
Subquesitos	Pontuação	EMPRESAS		
		Octopus	Partners	Escudero
	Nota de 0 a 5, sendo:			
	• 5 – atende com excelência			
Nota final do quesito.....:		20	20	20

O *desempate* se deu, como indicado antes, pelo critério de comparação da pontuação obtida no Quesito 1:

Considerando que se mantiveram em condição de empate no primeiro lugar as empresas Octopus e Escudero, considerar-se-á o critério de desempate constante do item 7.7.3. do edital, observada a pontuação das empresas no Quesito 1 (item 7.3.1. do edital), sendo que a empresa Escudero foi pontuada em 40 pontos e a empresa Octopus pontuada em 36 pontos, restando, portanto, a seguinte ordem final classificatória:

Se trata do quesito *Estratégia de Comunicação*, no qual os concorrentes classificados obtiveram as seguintes pontuações:

QUESITO 1 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PONTUAÇÃO MÁXIMA: 50 PONTOS				
Subquesitos	Pontuação	EMPRESAS		
		Octopus	Partners	Escudero
	[illegible]			
	• 10 – atende com excelência			
Nota final do quesito.....:		36	34	40

Ou seja: a **OCTOPUS** deveria, ao invés de inferir que a nota da **ESCUDERO** deveria ter sido *menor* nos quesitos em que houve empate, procurar *aumentar* seu próprio conceito em pontuações nas quais foi superada – coisa que as suas razões recursais não fazem, insistindo a recorrente em que há "*critérios objetivos e mensuráveis*" – sem dizer *quais são* – e que "*se trata de uma solicitação comprovável*" – novamente, sem dizer o que foi comprovado.

Note-se que a **OCTOPUS** insiste na revisão do subquesito *"principais clientes"*, afirmando que *"há algumas diferenças entre o porte dos clientes atendidos"*, que *"a Escudero não possui contas do porte da Liquigás (cliente Octopus) e também não tem clientes em que trata das contas de forma total"*.

Entretanto, "porte" apenas não é um critério que socorra o argumento da **OCTOPUS**, já que a **ESCUDERO** possui expertise no atendimento de conselhos profissionais, como o **CAU – SC** (Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Santa Catarina) e o **CRN4** (Conselho Regional de Nutrição do Rio de Janeiro), além de entidades governamentais e da esfera do direito público, como prefeituras municipais, a **FIEP** (Federação das Indústrias do Estado do Paraná), o **BANCO DO NORDESTE,** dentre outros. Ora, desempenhando o **CRF** uma verdadeira função pública, é óbvio que a larga experiência da **ESCUDERO** no atendimento a entidades governamentais é muito mais relevante, para a licitação em questão, do que apenas o "grande porte" de seus clientes. Destaque-se, aliás, que um dos critérios do subquesito "principais clientes" é a *"relevância da atuação desses na sociedade"*.

Mais adiante, a **OCTOPUS** afirma – sem qualquer mensuração objetiva ou demonstração – que, quanto ao subquesito *Estrutura Física*, o empate poderia ser revisto, já que *"uma observação cuidadosa perceberá que a Octopus possui estrutura superior à da Escudero"*. A recorrente, no entanto, não diz *como* e nem *por que* sua estrutura é "superior" – não há sequer uma comparação entre as dependências e estrutura das concorrentes, mas apenas uma afirmação genérica e desprovida de comprovação.

No que diz respeito propriamente ao "mérito" dos serviços ofertados, a **OCTOPUS** afirma que *"há dois pontos do quesito Estratégia de Comunicação em que pedimos, com respeito, que haja uma verificação na avaliação da proposta da Escudero"*.

Rememore-se, primeiramente, o desempenho das partes no quesito em questão:

QUESITO 1 – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PONTUAÇÃO MÁXIMA: 50 PONTOS				
Subquesitos	Pontuação	EMPRESAS		
		Octopus	Partners	Escudero
	Nota de 0 a 10, sendo: • 10 – atende com excelência			
Nota final do quesito.....:		36	34	40

Pois bem: de acordo com o que sustenta a **OCTOPUS**, "*a agência Escudero apresentou dois erros graves e básicos no subquesito Diagnóstico que não tornam justa uma nota tão discrepante em relação a todos os demais concorrentes*", sendo eles "*esforço de comunicação e recursos direcionados para um público que não está relacionado às necessidades do edital*". Confira-se a pontuação no subquesito mencionado:

Diagnóstico (máximo 10 pontos)	Nota de 0 a 10, sendo: • 0 a 1 – não atende • 2 a 6 – atende pouco • 7 a 9 – atende • 10 – atende com excelência	5	7	9

A argumentação da **OCTOPUS,** nesse passo, apela ao *subjetivismo* e às diferentes soluções propostas pelas concorrentes tais como foram avaliadas pela comissão julgadora, tendo havido clara preferência – com 4 pontos de vantagem – pelo que foi apresentado pela **ESCUDERO**. Ora, comunicação voltada para "*um público que não está relacionado às necessidades do edital*" seria um "erro" em, exatamente, qual medida? É bem verdade que integram o **CRF** apenas farmacêuticos – no entanto, é o **público em geral** que necessita dos relevantíssimos serviços deste profissional, seja como responsável pela fabricação de remédios, seja na supervisão de venda de medicamentos ou em outras funções de grande importância. Ademais, o **CRF**, além de representar uma classe profissional, é responsável por fazer sua interlocução com toda a sociedade – tanto é assim que o edital determina o objeto da contratação da seguinte forma:

> "(...) ***com a finalidade de divulgar à sociedade a importância do farmacêutico, promover o uso racional de medicamentos,*** *aproximar o farmacêutico da Entidade,*

realizar a divulgação das ações do CRF-SP de forma eficaz e aumentar a presença do CRF-SP nas mídias digitais".

Como se vê, o **CRF** precisa falar para toda a sociedade – não havendo que se considerar como "defeito" uma proposta de comunicação feita nesse sentido, contrariamente ao que pretende a **OCTOPUS**.

De igual sorte, é igualmente equivocado o argumento de que "*na análise SWOT, no levantamento de potencialidades e fraquezas, a avaliação trata quase que exclusivamente de Facebook e Instagram, quanto o CRF-SP possui presença digital extensa*", já que trata-se de apenas reconhecer o óbvio: trata-se das redes sociais com maior penetração e por meio das quais o **CRF** pode se comunicar com o público com maior eficiência – tanto é assim que a **OCTOPUS** sequer mencionais *quais* outros canais digitais poderiam ser explorados, deixando de apontar o que faria de forma diferente, ou qual rede social com grande atuação do **CRF** a **ESCUDERO** teria deixado de considerar em sua Estratégia de Comunicação. Aliás, a **OCTOPUS** chega a faltar com a verdade, eis que a proposta da **ESCUDERO** contempla também as redes sociais **TWITTER, YOUTUBE** e **LINKEDIN**.

Não é sem motivo, ao que tudo indica, que haja uma substancial diferença de quatro pontos na classificação das concorrentes quanto a este quesito.

A **OCTOPUS** enumera, na parte final de seu recurso, cinco pontos que seriam "equivocados" na estratégia apresentada pela **ESCUDERO** – entretanto a simples consulta ao material apresentado pela peticionária à Comissão de Licitação rechaça categoricamente os argumentos da recorrente.

O argumento de que está ausente a "*defesa do meio digital e do desenho de sua atuação enquanto comunicação do CRF-SP*" é refutado pela consulta às páginas 19 a 28 da proposta da **ESCUDERO**, em que são definidos os objetivos da comunicação digital, com a indicação dos canais de comunicação – **FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN, WHATSAPP, E-MAIL MARKETING** e **APLICATIVO CRF/SP** – além de estratégias detalhadas para cada um deles.

A nomenclatura estrangeira invocada nas razões do recurso, aliás, é incapaz de esconder sua desrazão – qualquer sugestão de que não há um "*norte de estratégia que nos afirma se a comunicação focará em branding, brand awarness, brand equity, entre outros*" não resiste, novamente, a uma simples consulta à proposta da **ESCUDERO** – tanto é assim que esta i. Comissão de Licitação a elegeu a proposta vencedora.

Igualmente quanto ao "*inbound marketing*" – trata-se de uma nomenclatura, um "buzzword" muito mais do que um método apto a fazer qualquer diferença de grande monta nos resultados obtidos – e, mais uma vez, a consulta à proposta da peticionária rechaça qualquer dúvida levantada pela **OCTOPUS** quanto à solidez da estratégia adotada pela **ESCUDERO.**

Não é possível se levar a sério, de igual modo, as alegações de que haveria "*ausência de visão analítica*" e de "*previsão de monitoramento, mensuração de performance e relatório*" – novamente, a consulta à proposta formulada pela peticionária revela que não é o caso, e que o que foi proposto pela **ESCUDERO** contempla todas as exigências do edital de licitação, tendo obtido, não sem razão, a melhor nota classificatória e no critério de desempate.

III – CONCLUSÃO

Por tudo o que se expôs, com apoio no que dispõe o edital, nas conclusões da Comissão de Licitação, na proposta formulada pela **ESCUDERO** e nas disposições da Lei n. 8.666/93, crê a peticionária que o recurso apresentado pela **OCTOPUS COMUNICAÇÃO LTDA.** não reúne as condições mínimas para ser provido, eis que fundado apenas em argumentos genéricos, desprovidos de demonstração, e, em larga parte, sobre aspectos *subjetivos* da avaliação das propostas, de modo que não há qualquer razão de direito para que a conclusão da Comissão de Licitação sofra qualquer alteração ou reparo, devendo ser mantida em todos os seus termos.

É o que se requer.

IV – REQUERIMENTO

Em face do exposto, e nos termos do item 12.3.1 Edital de Licitação e art. 109, §§ 3º e 4º da Lei n. 8.666/93, o recebimento e juntada das presentes contrarrazões, o integral desprovimento do recurso manejado pela **OCTOPUS COMUNUICAÇÃO LTDA.** e a manutenção da decisão da Comissão de Licitação pela Diretoria deste c. **CRF-SP** em todos os seus termos.

P. Deferimento.

São Paulo, 4 de outubro de 2018.

[redacted]

ESCUDERO.AG COMUNICAÇÃO LTDA.

Thiago Catarino Tramontina

RG n. 5011216-0

CPF n. 030877559-74