

À Comissão de Contratação da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo,

CONCORRÊNCIA Nº 01/2025

Processo Administrativo nº 005.00000254/2024-72

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 03.958.504/0001-07, com sede na Avenida do Contorno, 8.289, 2º e 3º andares, Gutierrez, 30110-059, Belo Horizonte, Minas Gerais, vem, por seus representantes que abaixo subscrevem, apresentar

Contrarrazões ao Recurso

interposto pela licitante **FATOR F – INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO**, pelos seguintes fatos e fundamentos:

I. TEMPESTIVIDADE.

Inicialmente, comprova-se a tempestividade das presentes razões, uma vez que a publicação do aviso de interposição de recursos ocorreu em 07/07/2025, e o prazo para apresentação das contrarrazões se encerra em 10/07/2025, nos termos do item 9.7 do edital.

II. DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO.

Trata-se de Concorrência promovida pela Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo para a *"contratação dos serviços de comunicação corporativa integrada conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus Anexos"*.

A empresa FATOR F interpôs recurso administrativo buscando alterar o julgamento técnico das propostas. Alega, em síntese, haver discrepância entre as notas atribuídas pela Banca Avaliadora e as propostas apresentadas.

Contudo, as alegações da Recorrente carecem de consistência e respaldo fático. No que diz respeito à Partners, os argumentos apresentados não guardam relação com o conteúdo da proposta da Recorrida, sendo, portanto, inconsistentes.

As alegações da Recorrente apresentam uma desconformidade tão evidente que sugerem a análise equivocada de uma proposta distinta, pertencente a outra licitante, especificamente, o **Consórcio CultSP**, liderado pela **FSB**. Dessa forma, resta claro que as razões apresentadas no recurso não se referem à proposta técnica da Recorrida.

A Recorrente afirma que *"a proposta da Partners Comunicação Integrada obteve 60,33 pontos na avaliação técnica, o que lhe garantiu colocação entre os primeiros colocados do certame"*. Entretanto, essa declaração é falsa, pois a proposta técnica da Recorrida obteve uma média de 44,05 pontos, com um IPPT de 48,42, até o momento.

ÍNDICE DE PONTUAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - IPPT = (TP/MTP) x 70 ITEM 8.2.1. DO EDITAL			
POSIÇÃO	LICITANTES	Média	IPPT
1º	CONSÓRCIO CULTSP	63.69	70.00
2º	IN PRESS ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA.	53.43	58.73
3º	FATOR F INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO LTDA.	50.22	55.19
4º	CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.	49.07	53.93
5º	C.A. DA SILVA COMUNICAÇÃO CORPORATIVA (TRIO)	45.28	49.76
6º	PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.	44.05	48.42
7º	PROS AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.	40.45	44.46

A divergência apontada já evidencia inconsistências no recurso interposto, o que compromete sua plausibilidade. É essencial que as partes, ao interpor recursos, se atentem rigorosamente aos dados e às provas objetivas presentes no processo licitatório, a fim de evitar tumulto que possa comprometer a lisura do certame, prejudicar os demais participantes, além dos interesses da Administração Pública.

No que tange às alegações da Recorrente acerca de supostas falhas na proposta técnica da Recorrida, é importante ressaltar que tais argumentos se apresentam de maneira genérica e desprovida de embasamento técnico, não encontrando respaldo no material efetivamente apresentado. Portanto, as alegações carecem de fundamento e não merecem prosperar.

Em relação a avaliação atribuída à Recorrida, cumpre ressaltar que já apresentou, em seu próprio recurso administrativo, os devidos esclarecimentos, acompanhados de fundamentação técnica consistente e pertinente. Desta forma, não se faz necessário repetir tais argumentos nas presentes contrarrazões, principalmente considerando que o recurso interposto, ao não analisar de forma concreta os elementos da proposta técnica da Recorrida, demonstra-se infundado.

Não obstante, para fins de registro e exclusivamente a título exemplificativo, sem a pretensão de exaurir os pontos alegados, destacam-se a seguir três equívocos evidentes cometidos pela Recorrente ao mencionar a Recorrida em seu recurso. Tais equívocos demonstram, de maneira clara, o caráter infundado das alegações apresentadas, evidenciando, ainda, a tentativa de induzir a Banca Avaliadora a erro.

A Recorrente alega em seu recurso:

Generalismo conceitual e ausência de estratégias aplicáveis

Embora redigida com correção formal, a proposta da Partners apresenta uma abordagem excessivamente abstrata e conceitual, sem efetiva tradução das análises em ações concretas, detalhadas ou executáveis. O texto se detém em discussões genéricas sobre cultura, diversidade e comunicação inclusiva, mas não apresenta um plano tático, cronograma de execução ou articulação entre as diretrizes e os meios operacionais de implementação. Isso contraria o exigido pelo edital, que valoriza a aplicabilidade, lógica e clareza das ações propostas.

Contudo, a proposta da Recorrida demonstra uma abordagem criativa e original ao interligar o CULTSP PRO ao contexto cultural e econômico de São Paulo, com uma estratégia de comunicação 360° que confere profundidade teórica e estratégica que transcende o genérico. A análise apresentada é altamente personalizada para as especificidades do CULTSP PRO, com elementos claros e amplamente detalhados.

A Recorrente também argumenta o seguinte:

Estratégia digital incipiente e pouco funcional

Ainda que mencione o uso de redes sociais e plataformas digitais, a proposta da Partners não estrutura um plano de comunicação digital consistente. Faltam:

- Segmentação de público por canal;
- Estratégias de engajamento contínuo em redes sociais;
- Diretrizes de conteúdo para plataformas como Instagram, TikTok, YouTube ou WhatsApp;
- Plano de relacionamento digital ou uso de ferramentas de escuta ativa;
- Metodologia de integração entre os canais da Secretaria.

A abordagem digital é tratada como complemento, e não como eixo estruturante da comunicação, o que a torna incompatível com os padrões atuais da SECOM e com as diretrizes do edital, que demandam estratégia omnichannel com foco em capilaridade, inovação e diversidade de canais.

Entretanto, a proposta da Recorrida apresenta uma estrutura argumentativa lógica e clara, conectando o desafio de comunicação à missão da Secretaria e às particularidades do CULTSP PRO, como reestruturação das Oficinas Culturais, escolas temáticas, GIRO PRO SP; além de oferecer um nível de detalhamento significativo e aderente aos requisitos do edital.

O Plano de Ação dedica um pilar inteiro ao 'acompanhamento e metrificação', definindo claramente a importância dos KPIs (Key Performance Indicators) específicos para cada segmento de público, abrangendo não apenas o alcance (número de reportagens publicadas, alcance das publicações, tráfego no site) mas também o engajamento (número de compartilhamentos e comentários nas redes sociais, participação em lives e webinars), a qualidade da cobertura (tom das matérias, profundidade das informações) e o impacto das ações de mídia (aumento do número de inscrições nos cursos, melhora na percepção do público).

Além disso, a Recorrida não se limita a simplesmente *"mencionar as redes sociais e plataformas digitais"*, como erroneamente afirma a Recorrente. Ao contrário, a proposta da Recorrida detalha as redes e plataforma existentes, as ferramentas de análise que serão utilizadas para obtenção de métricas, bem como monitoramento de mídia online e offline.

A Recorrida demonstra de maneira clara como pretende utilizar os dados de monitoramento em profundidade para medir não apenas o alcance, mas também o engajamento, a qualidade da cobertura e o impacto nas inscrições, com detalhamento robusto, com citações de como os resultados serão apresentados em relatórios periódicos, analisados detalhadamente para otimizar as ações de aproximação, ajustando mensagens, canais e frequência, garantindo a eficácia das medidas adotadas.

Os critérios do edital relacionados à *"consistência das relações de causa e efeito entre o desafio e a proposta de solução apresentada"* e à *"relevância dos resultados apresentados"* são diretamente respaldados por essa abordagem métrica, indo além de meras intenções e propondo mecanismos concretos de avaliação, tornando, assim, a afirmação da Recorrente totalmente absurda e infundada.

Além disso, a Recorrente aduz que:

Inconsistência na descrição das ações e dos materiais

No item "Ações a serem desenvolvidas pela contratada", a proposta da Partners não apresenta fluxos de trabalho, cronogramas operacionais, metas, formatos ou fases de implementação, limitando-se a descrições genéricas como "desenvolver campanhas e peças criativas", sem exemplificação ou detalhamento.

A afirmação da Recorrente é absolutamente infundada, pois a proposta da Recorrida não apenas abrange o escopo do edital para o item, mas o faz de maneira exaustiva, inovadora e plenamente alinhada com as necessidades do projeto, garantindo que a mensagem alcance o público de forma abrangente e consistente.

Além disso, destaca a exequibilidade das ações e o uso inteligente dos itens previstos no Anexo VI do edital, o que demonstra a otimização dos recursos e a entrega de resultados efetivos. A proposta detalha ações em diversas frentes, como:

- Planejamento e Definição de Cronograma: com orientação sobre ações de mídia para cada canal (impresso, online, TV, rádio, influenciadores), prazos para a execução de cada ação, alocação da verba disponível e criação de um cronograma visual.
- Divulgação do Lançamento de Nova Fase do CULTSP PRO: incluindo coletiva de imprensa (presencial e online) com apresentação do programa, seus objetivos, escolas temáticas e impacto na economia criativa, e KPIs específicos para essa ação.
- Divulgação das Escolas Temáticas: com produção de releases específicos para cada escola, destacando diferenciais, cursos, professores e histórias de sucesso dos alunos como prova social.
- Preparação da Equipe Interna: por meio de media training direcionado para porta-vozes, incluindo preparação para entrevistas em podcasts e videoreleases, e um modelo de comunicado para situações de crise.

Ademais, foram propostas ações transversais e inovadoras que vão além do básico e que buscam maximizar o impacto, como:

- Rodas de conversa com especialistas: para gerar pautas e entrevistas.
- Visitas guiadas às escolas temáticas: proporcionando experiência imersiva para jornalistas e influenciadores.
- Cobertura de eventos culturais promovidos pelo estado: como oportunidade de divulgação do CULTSP PRO.
- Criação de conteúdo em parceria com a mídia: estimulando séries de reportagens, programas de TV e podcasts, além de produção de fotografias e captação de imagens de vídeos.

O nível de detalhamento dessas ações, a diversidade e a sua abordagem estratégica e regionalizada demonstram não apenas uma cobertura completa do escopo, mas também uma proatividade e criatividade que se alinham à busca da excelência na comunicação do CULTSP PRO. As ações são interligadas e consistentes com o desafio de comunicação e os objetivos da Secretaria, garantindo a agilidade e eficácia necessárias.

Assim, é evidente que as alegações da Recorrente carecem de consistência técnica e não se sustentam. A proposta da Recorrida atende de maneira abrangente e detalhada aos

requisitos do edital, oferecendo soluções concretas, inovadoras e de alta qualidade para o desenvolvimento do CULTSP PRO.

Diante disso, requer-se que o recurso interposto pela Recorrente seja rejeitado, uma vez que não se sustentam as alegações expostas referente a proposta técnica da Recorrida.

III. REQUERIMENTOS.

Por todo o exposto, a **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.** requer que seja **negado provimento** ao recurso interposto pela **FATOR F – INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO**, uma vez que não apresenta fundamentos jurídicos ou fáticos que justifiquem a redução da nota da Proposta Técnica da Recorrida.

Por oportuno, ratifica, neste ato, todos os fundamentos e requerimentos do recurso interposto anteriormente pela **PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.**

Pede deferimento,

Belo Horizonte/MG, 9 de julho de 2025.

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.