

DIGITAL

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM (COFEN)

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 1.056/2021

A DIGITAL COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA, NOME FANTASIA: DIGITAL GOUP, inscrita no CNPJ Nº. 04.837.800/0001-12, sediada em Q SRTVN 702 CONJUNTO P 1 SUBSOLO - EDIFÍCIO RADIO CENTER, por meio de seu representante legal devidamente qualificado no Contrato Social juntado nos autos do presente processo, vem, respeitosamente, apresentar CONTRARRAZÕES aos recursos da PUBLICA COMUNICAÇÃO LTDA ("MOOVE"), e ICOMUNICAÇÃO LTDA, conforme o subitem 22.2 do edital epígrafe, tempestivamente de acordo com os art. 11, X, da Lei nº 12.232/10 e no art. 109 da Lei 8.666/93, conforme as razões fundamentadas abaixo:

I – DO HISTORÍCO DA LICITAÇÃO

A Concorrência nº 01/2022 teve sua abertura no dia 26 de abril de 2022 e contou com a participação de 09 empresas que se fizeram presentes e representadas na sessão de abertura.

No dia 24 de maio 2022, houve a divulgação das notas atribuídas pela subcomissão técnica e o cotejamento do Invólucro 01 com o Invólucro 02.

Chegou-se à conclusão que os três primeiros colocados foram: 1º Klimt Publicidade com 95,47 pontos; 2º Digital Group (recorrente) com 87,1 pontos e a 3º - Publica Comunicação com 85,73 pontos.

DIGITAL GROUP - DIGITAL COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.
SHCS CL QUADRA 306 BL A LOJA 30/34 PARTE 15 SUBSOLO E SLJ, SN
Clicksign 8a3cdac2-2116-4857-bd96-29eee3681ad1f - Tel (61) 3326-0092

COFEN/CPL
Recebido em 04/05/2022
16:50
Servidor
Rogério Wolney Leite
Chefe da CPL
COFEN

DIGITAL

II – DO RECURSO IMPETRADO PELA AGÊNCIA MOOVE

A terceira colocada no certame, insurge-se contra nossa campanha, na tentativa de desqualificar nossa proposta, simplesmente visando melhorar sua classificação e vencer por vencer.

Antes de mais nada, entendemos que a postura e as decisões tomadas em um processo licitatório, diz muito sobre a pessoa jurídica ou física, sendo assim, na nossa concepção o recurso, é um direito, mas que deve ser exercido quando realmente possui elementos fortes.

Portanto, evitamos recursos que são eivados apenas de interesses próprios e ainda evitando conturbar o processo. Nisso, entendemos que o recurso apresentado pela empresa MOOVE possui pouca credibilidade, pois se insurge contra as licitantes fazendo interpretações das exigências como lhe convém, tentando impor um resultado, onde a recorrente teria a melhor proposta e evidentemente que não tem.

Sendo assim, segue as contrarrazões rebatendo os pontos levantados pela recorrente:

II – a) Alegação que teria descumprido a quantidade máxima de peças previsto no item 11.3.3.3 e 11.3.3.4

A recorrente afirma que teríamos descumprido a exigência em função da apresentação de uma peça chamada Rede Display, alegando que não seria apenas uma peça, mas um conjunto de peças, como segue abaixo:

Seguindo essa sua linha de raciocínio, a recorrente afirma que a DIGITAL GOUP deveria ser desclassificada uma vez que teria extrapolado o número máximo de peças previsto no item 11.3.3.3 (Ideia Criativa).

A recorrente tira de contexto a peça apresentada, tentando impor uma interpretação ao vincular ao item do edital que define a quantidade de peças a serem apresentadas como exemplo na campanha.

DIGITAL GROUP - DIGITAL COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.
SHCS CL QUADRA 306 BL A LOJA 30/34 PARTE 15 SUBSOLO E SLJ , SN
ASA SUL - BRASÍLIA / DF - CEP: 70353-510. - Tel (61) 3326-0092

DIGITAL

A campanha apresentada pela DIGITAL GOUP respeitou a exigência prevista no item 11.3.3.3, apresentando 10 (dez) peças como exemplo. Mesmo se a Rede Display dispor de mais peças esse fato ainda não desabona a apresentação de uma das peças como exemplo da ideia criativa.

O que não poderia ser feito, era em nossa campanha apresentarmos a Rede Display com mais de uma variação de peça como se fosse apenas uma, pois nesse cenário seria configurado uma vantagem por apresentar mais de 10 (dez) peças comparado aos demais licitantes.

Portanto, o argumento apresentado pela recorrente não deve ser aceito, pois mesmo que a rede display possua mais de uma peça, o fato é que em nenhum momento foi apresentado mais de uma como exemplo.

II – b) Alegação que teria descumprido a exigência de apresentação de veículos que não atuam com tabelas de preços

A recorrente afirma que nossa campanha foram apresentados veículos que não atuam com tabelas de preços.

E para justificar tal afirmação, a recorrente apresenta a estratégia de programática prevista em nosso plano de comunicação.

Porém, acreditamos que por falta de conhecimento ou por erro de interpretação, a recorrente de perde em seus argumentos ao fazer uso das respostas dos esclarecimentos, pois são exatamente eles que confirmaram a possibilidade do uso desse tipo de estratégia.

Os questionamentos tratam sobre a possibilidade do uso de impulsionamento e programática, mesmo em formato por compra de leilão, podendo utilizar essas empresas de mídia que possuem tabela. E as respostas foram positivas.

DIGITAL

Diante disso, realizamos cotações com empresas que trabalham nesse formato, inclusive sendo objeto executado por terceiro e não pela agência, a exemplo da programática. A empresa fornece a tabela de preço dela, constando os valores e assim foram inseridos na campanha.

Mesmo entendendo que a recorrente faz alegações deturpadas, caso necessário, nos colocamos à disposição do órgão licitante para dirimir dúvidas e até mesmo diligências para apresentar tais tabelas.

Portanto, não existe motivos para desclassificação da nossa proposta por uma suposição levantada pela recorrente.

II – c) Alegação que não teria apresentado plano de forma inovadoras de comunicação e nem simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

A recorrente alega que não foi apresentado plano de forma inovadora de comunicação e nem simulação dos parâmetros de cobertura, porém, não traz nenhum elemento comprobatório, restando sem fundamentos.

Em nossa campanha é previsto estratégia com ferramentas de definição do público, com direcionamentos e foco no target, trabalhando com formas inovadoras de comunicação, conforme pode ser verificado nas planilhas de simulação do plano de mídia e não mídia, com parte expressiva da verba destinada para tais fins:

Além disso, foram contemplados na campanha meios de comunicação que estão em crescimento ocupando esse espaço de formas inovadoras, a exemplo do spotify.

A estratégia prevista de programática é uma das mais assertivas no que diz respeito a entregar a mensagem ao público esperado e os parâmetros de cobertura e frequência são medidos e mensurados pelas ferramentas apresentadas em nossa capacidade de atendimento.

DIGITAL GROUP - DIGITAL COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.
SHCS CL QUADRA 306 BL A LOJA 30/34 PARTE 15 SUBSOLO E SLJ , SN
ASA SUL - BRASÍLIA / DF - CEP:70353-510. - Tel (61) 3326-0092

Clicksign: 2a3c0c0c-2116-4237-bd06-22eeeb3981edf

DIGITAL

O custo é efetivo, seja por clique, por visualização ou outras opções, mas o que fica como resultado é uma entrega de 100%, caso contrário, não será consumida aquela verba.

Portanto, primeiramente fica comprovado que não se trata de motivos para desclassificação, uma vez que a campanha contempla o conteúdo contestado e no mais, entendemos que tais pontos já foi considerado no julgamento.

II – (d) e (e) Alegação que não teria apresentado valores de tabelas cheias vigentes

A recorrente alega que foram apresentados preços de veículos em desconformidade com os de tabela cheia, porém, novamente a recorrente tenta induzir o julgamento a uma medida dura, além da razoabilidade e da proporcionalidade.

A recorrente apresentou um Plano de Comunicação com falhas, assim como todas licitantes, inclusive a primeira colocada teve. Entendemos que a nota ponderada e atribuída a cada agência já representa a avaliação dos pontos negativos e positivos de cada campanha.

Desta forma, não existe motivos para desclassificação da proposta, no máximo seria motivo pra revisão e a perda de notas, como acreditamos que já foi refletida em nossa nota.

II – f) Alegação que teria apresentado Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em desconformidade com o edital

A recorrente afirma que os relatos estão em desconformidade com as exigências do edital, no que tange a formatação, informações e quantidade de páginas, questionando a validação apartada.

Os relatos foram apresentados em duas páginas e separadamente o cliente assinou fazendo a validação, porém, cada cliente possui um entendimento e nem todos concordam em assinar um documento a parte, sem constar todas as informações, diante disso, o apartado foi necessário constar o conteúdo do relato, mas nada que invalide o documento.

DIGITAL GROUP - DIGITAL COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA,
SHCS CL QUADRA 306 BL A LOJA 30/34 PARTE 15 SUBSOLO E SLJ , SN
ASA SUL - BRASÍLIA / DF - CEP:70353-510. - Tel (61) 3326-0092

DIGITAL

Pelo contrário, é inclusive mais seguro e com maior credibilidade, sendo que o fato de repetir o mesmo conteúdo não traz nenhuma vantagem e em tese não acarreta em número maior de páginas.

III – Do pedido

Após, expor todos os argumentos, solicitamos o deferimento de nossas CONTRARRAZÕES, devendo ser negado provimento ao recurso interposto pela Agência MOOVE.

Solicitamos também que seja negado provimento ao recurso da empresa ICOMUNICAÇÃO LTDA, uma vez que o julgamento proferido já contempla os pontos levantados pela recorrente.

Brasília-DF, 08 de junho de 2022.

ADRIANA MOYA PEREIRA

CPF: 134.320.208-64

PRESIDENTE

DIGITAL COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA

CNPJ Nº. 04.837.800/0001-12

DIGITAL GROUP - DIGITAL COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA,
SHCS CL QUADRA 306 BL A LOJA 30/34 PARTE 15 SUBSOLO E SLJ , SN
ASA SUL - BRASÍLIA / DF - CEP: 70353-510. - Tel (61) 3326-0092

Clicksign 0a306a9-2016-4857-5d96-22eee3081ad7

Contrarecurso_COFEN.pdf

Documento número #8a3cdac8-2116-4857-bd06-29eee3081adf

Hash do documento original (SHA256): dd660777a9d2bf786508bd64973055bfd005a06de61084b9692a280b51e225dc

Assinaturas

**Adriana Moya Pereira**

CPF: 134.320.208-64

Assinou em 08 jun 2022 às 16:31:45

Log

- 08 jun 2022, 16:31:09 Operador com email financeiro@digitalgroup.com.br na Conta 19a5b8eb-1c1e-4cc5-b314-66ce288a4717 criou este documento número 8a3cdac8-2116-4857-bd06-29eee3081adf. Data limite para assinatura do documento: 08 de julho de 2022 (16:29). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 08 jun 2022, 16:31:13 Operador com email financeiro@digitalgroup.com.br na Conta 19a5b8eb-1c1e-4cc5-b314-66ce288a4717 adicionou à Lista de Assinatura: a.moya@digitalgroup.com.br, para assinar, com os pontos de autenticação: email (via token); Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Adriana Moya Pereira e CPF 134.320.208-64.
- 08 jun 2022, 16:31:45 Adriana Moya Pereira assinou. Pontos de autenticação: email a.moya@digitalgroup.com.br (via token). CPF informado: 134.320.208-64. IP: 189.6.22.38. Componente de assinatura versão 1.285.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 08 jun 2022, 16:31:45 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 8a3cdac8-2116-4857-bd06-29eee3081adf.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº 8a3cdac8-2116-4857-bd06-29eee3081adf, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM (COFEN)

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2022
PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 1.056/2021

A **DIGITAL COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA**, NOME FANTASIA: **DIGITAL GOUP**, inscrita no CNPJ Nº. 04.837.800/0001-12, sediada em Q SRTVN 702 CONJUNTO P 1 SUBSOLO - EDIFÍCIO RADIO CENTER, por meio de seu representante legal devidamente qualificado no Contrato Social juntado nos autos do presente processo, vem, respeitosamente, apresentar **CONTRARRAZÕES** aos recursos da **PUBLICA COMUNICAÇÃO LTDA** ("MOOVE"), e **ICOMUNICAÇÃO LTDA**, conforme o subitem 22.2 do edital epígrafe, tempestivamente de acordo com os art. 11, X, da Lei nº 12.232/10 e no art. 109 da Lei 8.666/93, conforme as razões fundamentadas abaixo:

I – DO HISTÓRICO DA LICITAÇÃO

A Concorrência nº 01/2022 teve sua abertura no dia 26 de abril de 2022 e contou com a participação de 09 empresas que se fizeram presentes e representadas na sessão de abertura.

No dia 24 de maio 2022, houve a divulgação das notas atribuídas pela subcomissão técnica e o cotejamento do Invólucro 01 com o Invólucro 02.

Chegou-se à conclusão que os três primeiros colocados foram: 1º Klimt Publicidade com 95,47 pontos; 2º Digital Group (recorrente) com 87,1 pontos e a 3º - Publica Comunicação com 85,73 pontos.

COFEN/CPL
Recebido em 10/01/2022
[Assinatura]
Servidor
Rogério Wolney Leite
Chefe da CPL
COFEN

DIGITAL

II – DO RECURSO IMPETRADO PELA AGÊNCIA MOOVE

A terceira colocada no certame, insurge-se contra nossa campanha, na tentativa de desqualificar nossa proposta, simplesmente visando melhorar sua classificação e vencer por vencer.

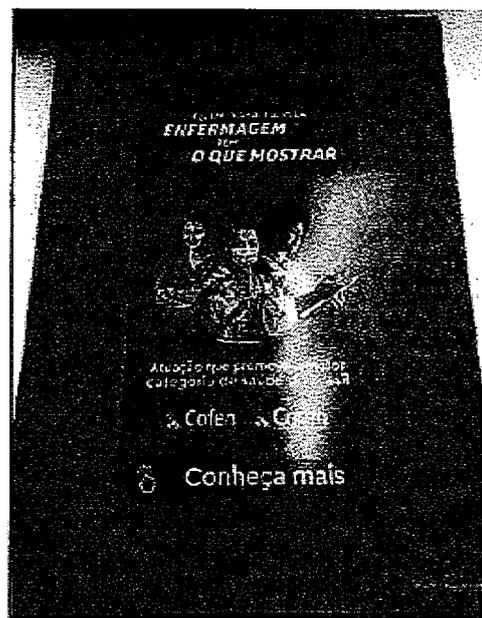
Antes de mais nada, entendemos que a postura e as decisões tomadas em um processo licitatório, diz muito sobre a pessoa jurídica ou física, sendo assim, na nossa concepção o recurso, é um direito, mas que deve ser exercido quando realmente possui elementos fortes.

Portanto, evitamos recursos que são eivados apenas de interesses próprios e ainda evitando conturbar o processo. Nisso, entendemos que o recurso apresentado pela empresa MOOVE possui pouca credibilidade, pois se insurge contra as licitantes fazendo interpretações das exigências como lhe convém, tentando impor um resultado, onde a recorrente teria a melhor proposta e evidentemente que não tem.

Sendo assim, segue as contrarrazões rebatendo os pontos levantados pela recorrente:

II – a) Alegação que teria descumprido a quantidade máxima de peças previsto no item 11.3.3.3 e 11.3.3.4

A recorrente afirma que teríamos descumprido a exigência em função da apresentação de uma peça chamada Rede Display, alegando que não seria apenas uma peça, mas um conjunto de peças, como segue abaixo:



A Rede Display - Peça que representa que o Cofen esta oferecendo um programa que beneficia milhares de profissionais. Também podem beneficiar todos os profissionais de saúde e público em geral. Não se trata de malto aditivo para o hospital e nem mais.
www.clicksign.com.br

Porém, Rede Display, não é UMA peça, mas é um CONJUNTO DE PEÇAS, de diferentes formatos, que veiculam na internet de forma programática, como a Recorrida mesmo demonstra na Planilha de Mídia:

Seguindo essa sua linha de raciocínio, a recorrente afirma que a **DIGITAL GOUP** deveria ser desclassificada uma vez que teria extrapolado o número máximo de peças previsto no item 11.3.3.3 (Ideia Criativa).

Deste modo, a Recorrida Digital Group descumpre o subitem 11.3.3.3 e 11.3.3.4, alínea "a" do Edital em sua Ideia Criativa pois apresenta exemplo de Peça que não é apenas uma peça, mas é um CONJUNTO DE PEÇAS de diferentes formatos que nos termos do Edital são **variações de formatos considerados como novas peças**, o que leva, ainda, ao extrapolamento do limite de peças previstas no Edital e, por tal razão, se impõe a sua **DESCLASSIFICAÇÃO**.

A recorrente tira de contexto a peça apresentada, tentando impor uma interpretação ao vincular ao item do edital que define a quantidade de peças a serem apresentadas como exemplo na campanha.

DIGITAL

Clicksign ac82d1c0-6455-4e0f-9e65-cb0bd554ebf9

Porém, acreditamos que por falta de conhecimento ou por erro de interpretação, a recorrente de perde em seus argumentos ao fazer uso das respostas dos esclarecimentos, pois são exatamente eles que confirmaram a possibilidade do uso desse tipo de estratégia.

ESCLARECIMENTO Nº 1

Solicitamos esclarecimentos referente ao item 11.3.4.3 do edital de concorrência da Cofeu 1/2022 no que diz respeito a formas inovadoras de comunicação publicitária como estratégia da mídia para o plano de comunicação a ser apresentado nesta concorrência. Considerando que na alínea "b" do item do edital, diz que não devem ser incluídos veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços. Gostaríamos de entender se as mídias digitais que trabalham na modalidade de leilão como por exemplo Google, Facebook, Instagram, Tiktok e Twitter, assim como os influenciadores digitais e criadores de conteúdo que tem negociações diferentes a cada ação. Desta forma entendemos que podem ser considerados como formas inovadoras de comunicação e assim estar inclusos na alínea "c" do item 11.3.4.3. deste edital. esta correto nosso entendimento?

RESPOSTA: Poderão ser utilizadas mídias na modalidade leilão desde que possuem tabela de preço.

ESCLARECIMENTO Nº 1

Em relação à simulação de preços da estratégia de mídia e não mídia, o subitem 11.3.4.3, diz que:

Nessa simulação:

b) Não devem ser incluídos na estratégia de mídia dessa simulação veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabela de preços;

Porém, existem mídias programáticas e impulsionamentos. Atualmente existem empresas de mídia que mantêm tabela de preço para para programática e impulsionamento mesmo existindo o formato por compra de leilão. Sendo assim, está correto nosso entendimento de que podemos utilizar essas empresas de mídia tendo elas cumprido a exigência de possuir tabela de preço?

RESPOSTA: Sim, o entendimento está correto.

Os questionamentos tratam sobre a possibilidade do uso de impulsionamento e programática, mesmo em formato por compra de leilão, podendo utilizar essas empresas de mídia que possuem tabela. E as respostas foram positivas.

Diante disso, realizamos cotações com empresas que trabalham nesse formato, inclusive sendo objeto executado por terceiro e não pela agência, a exemplo da programática. A empresa fornece a tabela de preço dela, constando os valores e assim foram inseridos na campanha.

Mesmo entendendo que a recorrente faz alegações deturpadas, caso necessário, nos colocamos à disposição do órgão licitante para dirimir dúvidas e até mesmo diligências para apresentar tais tabelas.

Portanto, não existe motivos para desclassificação da nossa proposta por uma suposição levantada pela recorrente.

II – c) Alegação que não teria apresentado plano de forma inovadoras de comunicação e nem simulação dos parâmetros de cobertura e frequência.

A recorrente alega que não foi apresentado plano de forma inovadora de comunicação e nem simulação dos parâmetros de cobertura, porém, não traz nenhum elemento comprobatório, restando sem fundamentos.

Neste ponto a Recorrida não apresentou Plano de Formas Inovadoras de Publicidade Digital e nem a simulação de parâmetros de cobertura e frequência na sua Estratégia de Mídia e Não Mídia, conforme exigido em Edital, infringindo, assim, o que exige o subitem 11.3.4, alíneas "d" e "e" do Instrumento Convocatório e, portanto, deve ser DESCLASSIFICADA também por esta razão.

Em nossa campanha é previsto estratégia com ferramentas de definição do público, com direcionamentos e foco no target, trabalhando com formas inovadoras

de comunicação, conforme pode ser verificado nas planilhas de simulação do plano de mídia e não mídia, com parte expressiva da verba destinada para tais fins:

Programática					
Mídia	Formatos de exibição	Unidade de Compra	Valor un. tabela	Entrega	Valor total
Facebook (envolvimentos)	Card	CPE	R\$ 1.16	50.000	R\$ 58.000,00
Facebook - Tráfego	Card	CPC	R\$ 2.40	20.000	R\$ 48.000,00
Instagram (envolvimentos)	Card	CPE	R\$ 1.52	50.000	R\$ 76.000,00
Instagram (Stories)	Peças com 20% de texto	CPM	R\$ 1.80	20.000.000	R\$ 36.000,00
Instagram - Cliques	Card	CPC	R\$ 2.61	10.000	R\$ 26.100,00
Youtube	Video	CPV	R\$ 0.09	1.000.000	R\$ 90.000,00
Display	IAB	CPM	R\$ 24,50	100.000	R\$ 2.450,00
Spotify	Spot	CPEsc	R\$ 0.15	100.000	R\$ 15.000,00
Twitter Card Publicação	Thread	CPM	R\$ 92,58	100.000	R\$ 9.258,00
				21.430.000	R\$ 360.808,00

Além disso, foram contemplados na campanha meios de comunicação que estão em crescimento ocupando esse espaço de formas inovadoras, a exemplo do spotify.

Programática	Facebook (envolvimentos)	SPOT 30"	12/07/22 a 10/08/22	50.000	R\$ 58.000,00	R\$ 360.808,00	20%	3%
	Facebook - Tráfego	Card 1	12/07/22 a 10/08/22	20.000	R\$ 48.000,00			3%
	Instagram (envolvimentos)	Card 2	12/07/22 a 10/08/22	50.000	R\$ 76.000,00			4%
	Instagram (Stories)	Peças com 20% de texto	12/07/22 a 10/08/22	20.000.000	R\$ 36.000,00			2%
	Instagram - Cliques	Card 3	12/07/22 a 10/08/22	10.000	R\$ 26.100,00			1%
	Youtube	VT 30"	12/07/22 a 10/08/22	1.000.000	R\$ 90.000,00			5%
	Display	Rede de Display	12/07/22 a 10/08/22	100.000	R\$ 2.450,00			0%
	Spotify	Spot 30"	12/07/22 a 10/08/22	100.000	R\$ 15.000,00			1%
	Twitter Card Publicação	Card 4	12/07/22 a 10/08/22	100.000	R\$ 9.258,00			1%

A estratégia prevista de programática é uma das mais assertivas no que diz respeito a entregar a mensagem ao público esperado e os parâmetros de cobertura e frequência são medidos e mensurados pelas ferramentas apresentadas em nossa capacidade de atendimento.

O custo é efetivo, seja por clique, por visualização ou outras opções, mas o que fica como resultado é uma entrega de 100%, caso contrário, não será consumida aquela verba.

Portanto, primeiramente fica comprovado que não se trata de motivos para desclassificação, uma vez que a campanha contempla o conteúdo contestado e no mais, entendemos que tais pontos já foi considerado no julgamento.

II – (d) e (e) Alegação que não teria apresentado valores de tabelas cheias vigentes

A recorrente alega que foram apresentados preços de veículos em desconformidade com os de tabela cheia, porém, novamente a recorrente tenta induzir o julgamento a uma medida dura, além da razoabilidade e da proporcionalidade.

A recorrente apresentou um Plano de Comunicação com falhas, assim como todas licitantes, inclusive a primeira colocada teve. Entendemos que a nota ponderada e atribuída a cada agência já representa a avaliação dos pontos negativos e positivos de cada campanha.

Desta forma, não existe motivos para desclassificação da proposta, no máximo seria motivo pra revisão e a perda de notas, como acreditamos que já foi refletida em nossa nota.

II – f) Alegação que teria apresentado Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em desconformidade com o edital

A recorrente afirma que os relatos estão em desconformidade com as exigências do edital, no que tange a formatação, informações e quantidade de páginas, questionando a validação apartada.

Isto porque, se a Recorrida repetiu o texto do Relato e inseriu ao final a assinatura do Cliente, ela não fez a validação em separado como determinada o subitem 11.10.1 e, de outra banda, se o texto é do mesmo Relato ela também extrapolou o limite de páginas de cada Relato que é de no máximo TRÊS páginas, além de que faltam informações exigidas na identificação do Cliente, previstas no subitem 11.10.1 do Edital.

E este Relato tanto está errado que o outro Relato apresentado, da Faculdade Mackenzie, está correto, com as informações e na forma exigida pelo Edital.

Os relatos foram apresentados em duas páginas e separadamente o cliente assinou fazendo a validação, porém, cada cliente possui um entendimento e nem todos concordam em assinar um documento a parte, sem constar todas as informações, diante disso, o apartado foi necessário constar o conteúdo do relato, mas nada que invalide o documento.

Pelo contrário, é inclusive mais seguro e com maior credibilidade, sendo que o fato de repetir o mesmo conteúdo não traz nenhuma vantagem e em tese não acarreta em número maior de páginas.

III – Do pedido

Após, expor todos os argumentos, solicitamos o deferimento de nossas CONTRARRAZÕES, devendo ser negado provimento ao recurso interposto pela Agência MOOVE.

Solicitamos também que seja negado provimento ao recurso da empresa ICOMUNICAÇÃO LTDA, uma vez que o julgamento proferido já contempla os pontos levantados pela recorrente.

Brasília-DF, 08 de junho de 2022.

ADRIANA MOYA PEREIRA

CPF: 134.320.208-64

PRESIDENTE

DIGITAL COMUNICACAO E PUBLICIDADE LTDA

CNPJ Nº. 04.837.800/0001-12

DIGITAL

Clicksign ac82d1c0-6455-4e0f-9e65-cb0bd554ebf9

contrarracao-cofen-tecnica (1).pdf

Documento número #ac82d1c0-6455-4e0f-9e65-cb0bd554ebf9

Hash do documento original (SHA256): f573919296df3abc8f0fb7d83cd558e696c65abff72c03b6225231c080a3458a

Assinaturas



Adriana Moya Pereira

CPF: 134.320.208-64

Assinou em 08 jun 2022 às 16:49:23

Log

- 08 jun 2022, 16:49:03 Operador com email financeiro@digitalgroup.com.br na Conta 19a5b8eb-1c1e-4cc5-b314-66ce288a4717 criou este documento número ac82d1c0-6455-4e0f-9e65-cb0bd554ebf9. Data limite para assinatura do documento: 08 de julho de 2022 (16:48). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 08 jun 2022, 16:49:11 Operador com email financeiro@digitalgroup.com.br na Conta 19a5b8eb-1c1e-4cc5-b314-66ce288a4717 adicionou à Lista de Assinatura: a.moya@digitalgroup.com.br, para assinar, com os pontos de autenticação: email (via token); Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Adriana Moya Pereira e CPF 134.320.208-64.
- 08 jun 2022, 16:49:23 Adriana Moya Pereira assinou. Pontos de autenticação: email a.moya@digitalgroup.com.br (via token). CPF informado: 134.320.208-64. IP: 189.6.22.38. Componente de assinatura versão 1.285.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 08 jun 2022, 16:49:23 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número ac82d1c0-6455-4e0f-9e65-cb0bd554ebf9.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://validador.clicksign.com> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº ac82d1c0-6455-4e0f-9e65-cb0bd554ebf9, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.