

ILUSTRÍSSIMO SENHOR DA AUTORIDADE COMPETENTE DA SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA POR INTERMÉDIO DO PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO.

Ref.: Concorrência nº 01/2013

MÁQUINA DA NOTÍCIA COMUNICAÇÃO LTDA. (“Recorrente”), já devidamente qualificada e habilitada no procedimento licitatório supra citado, por sua procuradora, vem, com fundamento no artigo 22 do edital desta concorrência, bem como no artigo 109, inciso I, da Lei nº 8.666/93, tempestivamente, interpor:

“RECURSO ADMINISTRATIVO”

em face do julgamento e das notas atribuídas pela d. Comissão de Licitações dessa I. Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República, aos licitantes participantes da Concorrência 1/2013, na modalidade técnica e preço, o que o faz pelas razões de fato e direito adiante expendidas.

I. TEMPESTIVIDADE

Conforme e-mail recebido da Comissão Permanente de Licitação em 6 de fevereiro, foi publicado no Diário Oficial da União, em 7 de fevereiro de 2014, a ata da 5ª reunião com resultado da avaliação da proposta técnica apresentada pelas licitantes da referida concorrência, bem como enviado por e-mail o relatório com as justificativas dos pontos atribuídos a cada uma das empresas participantes. Ali, consignou-se a decisão ora recorrida.

Assim, tomando-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição do presente recurso, por ter sido ele apresentado justamente no dia 14 de fevereiro de 2014, sua tempestividade é manifesta.

II. OS FATOS SUBJACENTES E DO MÉRITO

O presente certame tem por objeto a contratação de pessoa jurídica especializada para prestar serviços técnicos de apoio à assessoria de comunicação, conforme especificações constantes deste Edital e seus Anexos.

Ultrapassadas as fases de credenciamento e habilitação, passou-se à fase de abertura e atribuição de pontos às propostas técnicas oferecidas, as quais foram definidas da seguinte maneira para as empresas classificadas:

Empresa	Pontuação	Índice Técnico
FSB	180	1,00
CDN	175	0,97
Máquina	160	0,89
Santafé	140	0,78
Atitude	125	0,69

Ao analisar o plano de comunicação apresentado pela RECORRENTE, identificado como proposta Suquesito 25, os integrantes da d. Comissão assim se manifestaram:

“(…) Subquesito 1

Compreensão do papel institucional da SAC/PR

O item determina inicialmente que a licitante demonstre compreensão sobre o papel institucional da SAC/PR, assim como sua missão e visão.

A proposta parte de dados sobre o aumento no número de passageiros e sobre o tamanho do mercado nacional de aviação civil. Descreve a formatação organizacional da SAC/PR, inclusive com informação sobre a bifurcação dos dois órgãos vinculados, a Anac e a Infraero.

Sobre a estatal e a agência reguladora, um ponto da proposta chamou a atenção desta Subcomissão Técnica: “Na esfera federal, os dois principais órgãos do setor aéreo (Anac e Infraero) mantêm uma relação de subordinação (grifo nosso) com a SAC-PR, apesar da autonomia administrativa e financeira da agência reguladora”. (página 4, linha 17)

Anteriormente, à página 2 da proposta, Suquesito25 havia abordado a vinculação existente entre SAC, Anac e Infraero de outra forma. “(…) Vinculadas à secretaria, estão a Anac, que regula e fiscaliza as atividades de aviação civil e de infraestrutura aeronáutica e aeroportuária, e a Infraero, empresa pública que administra aeroportos federais (...)”.

Esta Subcomissão Técnica tem por dever identificar pormenorizadamente o julgamento das propostas e a elas atribuir menções nos termos do Projeto Básico (Anexo A do edital). Por este motivo, faz constar deste relatório não só a incoerência entre as duas descrições, já que uma relação de vinculação é diferente de uma relação de subordinação. Mas também a inconsistência da afirmação escrita na proposta, segundo a qual há “subordinação” da Anac em relação à SAC -- posto que não há.

Tal inconsistência, porém, não prejudica o entendimento requerido no item, haja visto que a relação entre os três órgãos da aviação civil é corretamente descrito no ponto anterior da proposta, já mencionado.

A respeito da missão da SAC, explicitamente identificada no Briefing, Suquesito25 menciona sem aprofundar-se, copiando *ipsis litteris* o texto “grifado” -- “tornar o sistema aeroportuário do Brasil digno do gigantismo geográfico do país”.

A visão estratégica de que o passageiro deve ser tratado como cliente é abordada à página 2 (quarto parágrafo): “(...) Embora a secretaria não tenha um mapa estratégico, entendemos (grifo nosso) que a SAC-PR deve fazer com que o passageiro seja tratado como cliente, sobretudo pelo governo, mas também por outros atores da cadeia produtiva, como as companhias aéreas -- elo mais visível pela população e pelos usuários (...)”.

Para esta Subcomissão Técnica, trata-se de uma abordagem carente de aprofundamento. Por que o “entendimento” sobre a visão estratégica foi dado, está presente no Briefing. O que se quer avaliar tecnicamente é a capacidade da licitante em abordar o tema pela perspectiva da comunicação estratégica.

Diverso disto, Suquesito25 afirma em sua proposta que chegou ao entendimento de que a SAC/PR deve fazer com que o passageiro seja tratado como cliente. Na verdade, a SAC/PR chegou a este entendimento, identificou-o claramente no Briefing e quer ouvir dos licitantes como montar uma estratégia de comunicação baseada nesta visão fundamental.

Pelos motivos expostos, a Subcomissão Técnica entende que Suquesito25 atende parcialmente a compreensão requerida no item.

Compreensão do potencial e oportunidades da SAC/PR

A proposta de Suquesito25 introduz o tema abordando a expansão do mercado brasileiro de aviação civil, a que chama de “cenário promissor”. A licitante, então, classifica “as oportunidades potenciais para a SAC-PR na mídia” no que estabelece como cinco frentes de trabalho:

- a) Crescimento do setor aéreo;
- b) Grandes eventos (visibilidade internacional);
- c) Concessões de aeroportos;
- d) Plano de Aviação Regional;
- e) Oportunidades operacionais.

O item demanda, além da compreensão sobre o potencial e oportunidades para a SAC/PR, que a licitante considere “a atuação junto a estruturas econômicas e sociais vigentes, envolvendo e mobilizando, para sua execução, diferentes atores e ferramentas”.

Segue, então, a reprodução integral *ipsis litteris* da descrição da frente de trabalho a) Crescimento do setor aéreo:

“A aviação na América Latina cresce mais que a média global e apresenta potencial para se expandir ainda mais, de acordo com relatório apresentado em 2012 pelo Grupo de Ação de Transporte Aéreo (ATAG, em inglês), em Genebra, Suíça. O potencial de crescimento do Brasil, hoje quarto maior mercado doméstico de aviação, foi destacado neste encontro internacional: enquanto, nos Estados Unidos, os americanos viajam 1,8 vezes por ano, a média brasileira está em torno de 0,3 voos durante os 12 meses. O mesmo relatório do Grupo de Ação do Transporte Aéreo, produzido em parceria com a Oxford Economics, destaca que a aviação mantém mais de quatro milhões de postos de trabalho na América Latina e Caribe, gerando mais de US\$ 107 bilhões em Produto Interno Bruto (PIB), tamanha a importância do setor para a economia dessa região do mundo.

Em 2013, até setembro, foram transportados 61 milhões de passageiros, indicando estabilidade em relação ao ano anterior, fruto do ajuste iniciado pelas principais empresas no começo deste ano. Até 2030, o governo brasileiro, por meio da Infraero, estima elevar em 2,4 vezes a infraestrutura aeroportuária, a fim de atender a demanda projetada de 310 milhões de passageiros/ano, o equivalente a nove aeroportos de Guarulhos (SP), um dos mais movimentados do país, segundo estudo encomendado em 2010 pelo BNDES. Para isso, seriam necessários investimentos da ordem de R\$ 25 bilhões a R\$ 34 bilhões.”

A Subcomissão Técnica entende que a descrição de uma frente de trabalho relevante, usada como tema central do contexto oferecido no Briefing, carece de um propósito de comunicação, visto não haver menção sobre comunicação nesta proposta. Não se trata, como veremos em seguida, de um método de redação de Suquesito²⁵. Ao descrever outras frentes de trabalho, a intenção de relacioná-la à comunicação é explícita. Vejamos a explanação, também integral e *ipsis litteris*, sobre a frente c) Concessões de aeroportos:

“Com o sucesso no leilão de concessão dos aeroportos do Galeão (RJ) e Confins (G), sobe para cinco o total de aeroportos transferidos para o setor privado. Responsável pelo planejamento do setor de aviação civil, a SAC terá, com as mudanças em andamento e as que serão feitas nos próximos meses, grandes oportunidades de mídia espontânea, desde que fique claro para os diversos públicos de interesse da Secretaria seu papel nessa nova fase de transporte aéreo. Poderão ser mostrados empregos gerados (diretos e indiretos), ampliação no número de voos e passageiros transportados e aeroportos mais modernos e confortáveis.”

Vejamos ainda a explanação *in verbis* sobre a frente de trabalho d) Plano de Aviação Regional: “Os aeroportos geram empregos e impostos, atraem empresas, movimentam a economia local, portanto possuem um raio de influência e importância mais acentuado pelo critério de proximidade. Quanto mais novidades chegam à localidade de um aeroporto, maior o potencial para a divulgação para a mídia. Obras retomadas, novos investimentos, estudos sobre impactos econômicos locais das atividades dos aeroportos, discussões sobre questões ambientais -- como licenças e desapropriações --, entre outros, são oportunidades de diálogo com a sociedade e com os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário -- nas esferas municipal, estadual e federal. Nesse ponto, o Plano de Aviação Regional poderá gerar diversas oportunidades de mídia espontânea, em especial nos veículos regionais.”

A explanação da frente de trabalho “e) Oportunidades operacionais” segue o padrão das frentes c) e d), com análise do tema seguido de breve identificação da oportunidade de mídia. A explanação da frente de trabalho “b) Grandes eventos (visibilidade internacional)” segue o padrão da frente de trabalho a), com análise do tema, porém sem identificação de oportunidades de mídia ou estratégias de comunicação, exceto pela frase “Por isso, a importância do planejamento feito pela Secretaria de Aviação Civil, para que nada saia errado nas áreas de competência da gestão aeroportuária” (página 6, linha 14), que pode ser interpretada como uma referência implícita à comunicação.

Devido às ausências mencionadas numa área sensível do Briefing1, esta Subcomissão Técnica entende que Suquesito25 atende parcialmente a compreensão requerida no item.

Capacidade de avaliação de experiências similares

Suquesito25 apresenta análises das experiências de comunicação da Abear e da Telefônica.

A Associação Brasileira de Empresas Aéreas (Abeaer) foi criada em 2012 por cinco companhias de aviação comercial nacional-- Avianca, Azul, Gol, TAM e Trip. Seu objetivo declarado: estimular o ato de voar. Além disso, a nova instituição nasceu incumbida de planejar e apoiar a execução de programas que promovam o crescimento consistente do transporte aéreo do país, segundo descrição contida na proposta da licitante.

Suquesito25 descreve com riqueza de detalhes o plano de comunicação concebido e executado pela Abeaer, inclusive com estratégia de utilização das redes sociais e da mídia digital.

Por se tratar de uma instituição nova, integrante de um setor reestruturado, com missão de coordenação, de alta complexidade e, sobretudo, do mesmo ramo de atuação -- coincidência que lhes oferece intercessão de público-alvo --, a experiência guarda similaridade com o caso da SAC/PR.

Em seguida, Suquesito25 relata com igual riqueza de detalhes o caso da crise de imagem enfrentado pela empresa Telefônica em junho de 2009, quando a Agência Nacional de Telecomunicações determinou a interrupção de venda do serviço de acesso à internet em banda larga Speedy.

“Na ocasião, a empresa adotou um plano estratégico apoiado nas mídias digitais para reverter a imagem negativa provocada pela decisão da agência reguladora”, descreve a proposta. A licitante segue então numa minuciosa descrição do plano que estancou a crise de imagem da companhia telefônica.

Neste caso, a Subcomissão Técnica entende que fica cabalmente demonstrada a capacidade de análise da licitante referente a experiências de comunicação e que, pelo menos uma delas, guarda similaridade com a SAC/PR.

O item do subquesito, porém, demanda especificamente que a licitante demonstre sua capacidade de avaliação “e de aproveitamento desses exemplos para o plano de comunicação em discussão”.

No que tange ao caso da Abeaer, Suquesito25 dedica um parágrafo em sua proposta sobre o aproveitamento do exemplo no plano de comunicação em discussão: “Boa parte do diagnóstico feito sobre o setor pela Abeaer se mantém atual. Nesse sentido, os quatro

conceitos (Educação, Familiarização, Comparação e Excelência) que serviram de base para as ações de comunicação da Associação podem ser utilizados no planejamento de comunicação da Secretaria de Aviação Civil (...).”

No exemplo da Telefônica, a correlação com o plano de comunicação em discussão pode ser feita apenas por presunção, dado que a licitante nada diz a esse respeito em sua proposta. Assim, a proposta contém a análise de uma crise de imagem sem similaridade clara com a SAC/PR e a licitante não informa como esta experiência pode ser usada no plano de comunicação em discussão.

Por este motivo, a Subcomissão Técnica entende que Suquesito25 atende parcialmente a capacidade requerida no item.

Compreensão da relação da SAC/PR com seus diversos públicos-alvo

A licitante apresenta em sua proposta a relação de públicos-alvo identificados para a SAC/PR, divididos em seis grandes grupos, que podem ser subdivididos em grupos menores. A cada grupo, relacionado a seguir, Suquesito25 sugere característica da comunicação a ser implantada com o grupo e as ferramentas preferenciais:

1. Imprensa (regional, nacional, internacional, especializada);
2. Administração Pública Federal;
3. Setor Público (Legislativo, Judiciário, Ministério Público, estados, municípios);
4. Formadores de opinião;
5. Sociedade civil;
6. Público interno.

A seguir, a licitante detalha e segmenta o público-alvo 1 (imprensa) e menciona reiteradamente a necessidade de comunicação com o público da classe C -- ponto central na descrição oferecida no Briefing.

A Subcomissão Técnica entende que a proposta atende o item integralmente.

Subquesito 2

Entendimento do problema apresentado no Briefing

A licitante Suquesito25 propõe o resumo dos problemas identificados no Briefing num período: “Há desconhecimento da imprensa, usuários e outros formadores de opinião sobre o

funcionamento do transporte aéreo no Brasil (de pessoas e de cargas) e também do papel dos principais atores nessa área, sejam eles do setor privado ou público”.

Bem ancorada nesta ideia, a proposta contém uma série detalhada e extensa de conceitos e diagnósticos que atendem integralmente três dos quatro problemas explicitados no Briefing:

a) (...)

b) É preciso informar qual o papel de cada órgão governamental dentro do novo arranjo institucional;

c) É preciso fornecer informações aos novos viajantes sobre como funciona a aviação civil, como ela se organiza e como o sistema se interliga;

d) É preciso esclarecer os usuários de que o risco de “apagão aéreo” durante os grandes eventos esportivos é inexistente.

Desta forma, Suquesito25 demonstra entendimento sobre problemas apresentados no Briefing e também ao restante da demanda do item, que trata da “característica da SAC/PR e seus diferenciais em relação aos demais órgãos de governo”.

Chama a atenção desta Subcomissão, contudo, a ausência nesta parte da proposta de qualquer menção a um dos problemas apresentados no Briefing, identificado assim neste relatório:

a) É preciso difundir a mensagem-chave fixada de que “o passageiro deve ser tratado como cliente”;

Este problema contém exatamente a visão estratégica da SAC/PR e, num plano de comunicação, deve servir de base para todas as ações propostas. Suquesito25 demonstrou claudicância em relação ao entendimento desta visão estratégica desde a fase de diagnóstico, conforme relatado anteriormente.

A mensagem-chave com a visão estratégica da SAC/PR ressurgirá na proposta de Suquesito25 no texto referente ao item seguinte, “Proposta para a solução dos problemas”, ainda assim, aparecerá lado a lado, ombro a ombro, com a mesma perspectiva dos problemas referentes à ausência de risco de “apagão aéreo” nos grandes eventos e da suficiência das reformas no parque aeronáutico para atender a demanda crescente. Na verdade, o problema em tela é a mensagem-chave que deve estar presente em todas as ações de comunicação inclusive e

sobretudo no que tange ao “apagão aéreo” nos grandes eventos, que é um problema concreto identificado no Briefing. Ao equipará-los, a licitante confunde a parte com o todo.

Por conta disto, a Subcomissão Técnica entende que a licitante atende parcialmente aos requerimentos deste item.

Propostas para a solução dos desafios

No plano proposto, a licitante pretende implantar o caráter proativo na comunicação da SAC/PR a começar no que chama de “agendamento institucional” ou “contra-agendamento”, que poderia ser descrito como a ambição de pautar a mídia e tangenciá-la de forma a interferir positivamente na formação da opinião pública.

Para tanto, Suquesito25 enumera pilares para a estratégia de comunicação da SAC/PR, a saber:

1. Agilidade e transparência;
2. Consolidar a identidade corporativa;
3. Transformar a SAC/PR na principal fonte de informações sobre infraestrutura aeroportuária no país.

A seguir, propõe ações de comunicação feitas a partir de quatro princípios -- i) educação; ii) familiarização; iii) comparação; iv) excelência. São os mesmos princípios descritos na estratégia de comunicação da Abear, analisada anteriormente no item “Capacidade de avaliação de experiências similares”.

São previstas na proposta quatro ações de comunicação abrangendo organização de informações da SAC/PR, construção retórica de argumentos, promoção de eventos junto à imprensa regional, nacional e internacional, elaboração de um roteiro para jornalistas estrangeiros conhecerem os novos aeroportos.

Além disso, é apresentado e detalhado um conjunto de propostas “que irão complementar as ações focadas nos aeroportos e modernização da infraestrutura aeroportuária”, a saber:

- a) Um aeroporto por dentro;
- b) Qualidade e Excelência;
- c) Projeto Séries Especiais;

- d) Prestando Contas;
- e) Ronda de pautas criativas;
- f) Elaboração de relatórios setoriais;
- g) Agenda de relacionamentos;
- h) Manual de mensagens;
- i) Mapa da imprensa;
- j) Mapa das fontes;
- k) Política de Porta-vozes;
- l) Treinamento de fontes técnicas de informação;
- m) Media training de porta-vozes;
- n) Mailing específico;
- o) Produção de artigos;
- p) Produção de rádio-releases;
- q) Campanha interna.

No que tange a comunicação digital, uma ferramenta requerida explicitamente no Briefing, a licitante propõe reformular completamente a Sala de Imprensa do site oficial da SAC/PR, bem como o oferecimento do conteúdo integral também em inglês e espanhol.

Sobre mídias sociais, Suquesito25 classifica como “irrelevante” a presença da SAC/PR e justifica tal posição pela falta de uma rotina de alimentação dos canais, notadamente no Twitter, Facebook e SoundCloud. Em correção, a licitante quer “criar diretrizes de atuação nas redes sociais visando a aproximação e interação do público-alvo por meio das atualizações dos projetos, atividades e campanhas da Pasta”.

Em seguida, Suquesito25 detalha propostas específicas para Facebook e Twitter, além de sugerir outros produtos/ações na mídia digital, igualmente detalhados, tais como Mapa de Influenciadores Digitais, Encontro com Blogueiros, Retrato Humanizado nos Perfis Institucionais, Linha do Tempo Colaborativa, Agência de Notícias Social e até um jogo interativo chamado Viajando com Dumont.

A proposta é concluída com o detalhamento de ferramenta de accountability, identificada como Instrumentos de Acompanhamento e Controle de Execução assim como um Sistema de Avaliação de Resultados.

Tais ferramentas são requeridas no edital, mas não fazem parte dos itens a serem avaliados no Quesito 1, que é neste relatório objeto singular de atenção. Por isso, a Subcomissão Técnica o menciona, mas não a levou em consideração para efeito de notas.

Dito isto, a Subcomissão Técnica entende que a licitante Suquesito25, atende o item em sua íntegra.”

Os demais quesitos 2 (Capacidade de Atendimento), 3 (Relatos de Trabalho) e 4 (Análise de Mídia) da Proposta Técnica da RECORRENTE foram classificados com pontuação máxima.

Em razão da ora Recorrente discordar das classificações e das notas atribuídas no quesito 1, e certa de que merece serem acolhidos os seus argumentos, apresenta, a seguir, os seguintes aspectos para a revisão da pontuação concedida.

II. (i) DO SUBQUESITO 1 – DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO

Compreensão do potencial de oportunidades da SAC-PR

Ao citar *ipsis literis* trecho da RECORRENTE, que fala sobre:

“(…) as oportunidades de comunicação a partir do Crescimento do Setor Aéreo, identificada como frente de trabalho a), a comissão afirma que “a descrição de uma frente de trabalho relevante, usada como tema central do contexto oferecido pelo Briefing, carece de um propósito de comunicação, visto não haver menção sobre comunicação nessa proposta. Não se trata, como veremos em seguida, de um método de redação de Suquesito25. Ao descrever outras frentes de trabalho, a intenção de relacioná-la à comunicação é explícita…”

A explanação da frente de trabalho ‘b) Grandes eventos (visibilidade internacional)’ segue o padrão da frente de trabalho a), com análise do tema, porém sem identificação de oportunidades de mídia

ou estratégias de comunicação, exceto pela frase ‘Por isso, a importância do planejamento feito pela Secretaria de Aviação Civil, para que nada saíra errado nas áreas de competência da gestão aeroportuária’ (página 6, linha 14), que pode ser interpretada como uma referência implícita à comunicação”.

Em relação a esse segundo ponto, relacionado à frente de trabalho Grandes Eventos, a RECORRENTE avalia que a comissão pode ter feito uma leitura desatenta. Na mesma página 6, linha 18, após citar estimativa do Comando da Aeronáutica de aumento no movimento aéreo em função da Copa do Mundo, essa licitante deixa claro que algumas oportunidades de mídia já são realidades, como mostra a transcrição de trecho da proposta:

“(…) A notícia interessante é que, em razão dos preparativos iniciados anteriormente, em parceria com a Agência Nacional de Aviação Civil, a Infraero e as empresas aéreas, **os resultados positivos (oportunidade de mídia, grifo nosso)** podem ser demonstrados”. Em seguida, o texto mostra que, apesar do aumento no número de voos no país, o número de atrasos caiu _assunto que pode ser tratado a partir de pautas elaboradas pela área de comunicação da SAC-PR. No parágrafo seguinte, a licitante informa, conforme o texto reproduzido: “Para a SAC-PR, as oportunidades da mídia vão além das operações nos aeroportos (redução no número de atrasos, grifo nosso), porque as obras de infraestrutura iniciadas vão gerar **milhares de emprego (oportunidade de emprego, grifo nosso)**”.

Em seguida, o texto apresenta dados do Ministério dos Esportes que reforçam as oportunidades de mídia relacionadas aos grandes eventos:

“(…) com relação à frente de trabalho a) [crescimento do setor aéreo], entendemos que a oportunidade de mídia é exatamente o aumento no número de passageiros que passaram a usar o transporte aéreo e as perspectivas de crescimento. Antes mesmo de citar as cinco frentes de trabalho, o texto dessa licitante é objetivo sobre a possibilidade de ampliar a inserção espontânea sobre a SAC-PR e o transporte aéreo na mídia, conforme trecho reproduzido da página 5: “As

oportunidades potenciais para a SAC-PR na mídia podem ser agrupadas em cinco frentes de trabalho, sendo que as pautas relacionadas a cada uma delas podem servir para buscar espaço de divulgação espontânea na mídia, além de representarem oportunidades de construção de imagem positiva diante de públicos de interesses (...).

Lida isoladamente, essa frente de trabalho pode gerar a interpretação citada pela comissão. Mas, lida dentro do contexto geral do subquesto e considerando as informações que foram dadas antes, destacadas na reprodução de trecho do texto, fica clara que o crescimento do setor aéreo, cujo planejamento e coordenação é de responsabilidade da Secretaria de Aviação Civil, foi apontado claramente como uma oportunidade de pautas a serem apresentadas para a mídia, atingindo ainda outros públicos considerados estratégicos pela Pasta.

Por entender que a proposta apresentada, interpretada dentro do contexto do plano de comunicação e não isoladamente, atende ao previsto no edital, solicitamos que nossa avaliação seja revista para atender e que, com isso, os pontos nesse subquesto sejam elevados para 8 (oito).

Capacidade de avaliação de experiências similares

Ao avaliar as duas experiências destacadas na proposta da Máquina, a comissão conclui:

“(...) a Subcomissão Técnica entende que fica cabalmente demonstrada a capacidade de análise da licitante referente a experiências de comunicação e que, pelo menos uma delas, guarda similaridade com a SAC/PR.

O item do subquesto, porém, demanda especificamente que a licitante demonstre sua capacidade de avaliação ‘e de aproveitamento desses exemplos para o plano de comunicação em discussão’.

No que tange ao caso Abear, Suquesto 25 dedica um parágrafo em sua proposta sobre o aproveitamento do exemplo no plano de comunicação em discussão: Boa parte do diagnóstico feito sobre o setor pela Abear se mantém atual. Nesse sentido, os quatro conceitos (Educação,

Familiarização, Comparação e Excelência) que serviram de base para as ações de comunicação da Associação pode ser utilizados no planejamento de comunicação da Secretaria de Aviação Civil (...). No caso da Telefônica, a correlação com o plano de comunicação em discussão pode ser feita apenas por presunção, dado que a licitante nada diz a esse respeito em sua proposta. Assim, a proposta contém a análise de uma crise sem similaridade clara com a SAC/PR e a licitante não informa como essa experiência poderá ser usada no plano de comunicação em discussão”.

A RECORRENTE avalia, no entanto, que o texto indica, no mesmo trecho reproduzido parcialmente pela comissão, essa vinculação, como pode ser visto na reprodução na íntegra desse parágrafo e no início do parágrafo seguinte (página 10), ao falar da experiência da Telefônica:

“(…) Boa parte do diagnóstico feito sobre o setor pela Abear se mantém atual. Nesse sentido, os quatro conceitos (Educação, Familiarização, Comparação e Excelência) que serviram de base para as ações de comunicação da Associação pode ser utilizados no planejamento de comunicação da Secretaria de Aviação Civil. A importância crescente das mídias digitais, indicando como estratégico o posicionamento de uma empresa ou instituição nesses canais, também será levada em consideração no trabalho proposto à SAC-PR.

Em situações de crise _às quais as organizações estão sempre expostas_ um efetivo **plano de trabalho de comunicação digital (apresentado a seguir, destaque nosso)** pode fazer diferença. Foi o que aconteceu, por exemplo, quando a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) proibiu, em junho de 2009, a venda do Speedy, serviço de acesso à internet da Telefônica”.

Depois, na página 12, conforme trecho reproduzido a seguir:

“(…) O **exemplo (da Telefônica, destaque nosso)** deixa claro que não se pode renegar as inúmeras possibilidades de utilização da plataforma de internet, o que inclui as redes sociais, para a divulgação institucional e para o gerenciamento ou prevenção de crises de imagem (...).”

Por entender que a proposta apresentada, interpretada dentro do contexto do plano de comunicação e não isoladamente, atende ao edital, solicitamos que nossa avaliação seja revista para atender e a pontuação elevada para 8 (oito).

III. DO PEDIDO

Ante o exposto, requer-se o provimento do recurso, pelas razões acima expostas, revisando a pontuação atribuída à ora Recorrente, de forma a sanar possíveis omissões e/ou equívocos no julgamento de sua proposta técnica, pleiteando assim Justiça!

Termos em que,
P. Deferimento.

De São Paulo para Brasília, em 14 de Fevereiro de 2014.

Camila Fernandes Pinheiro
RG: 2.385.182 SSP/DF
CPF: 019.826.781-94