



ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA EMPRESA DE PLANEJAMENTO E LOGÍSTICA S/A - EPL



CONCORRÊNCIA 02/2013

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA, qualificada nos autos da concorrência em epígrafe, por seu representante legal, signatário do presente, com espeque no art. 109, § 3º da Lei 8.666/93, apresenta suas razões de impugnação dos recursos interpostos pelas empresas **INFORME COMUNICAÇÃO INTEGRADA S/S LTDA**, **SANTAFÉ IDEIAS E CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA**, fazendo-o nos seguintes termos:

1. RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO DO RECURSO INTERPOSTO PELA EMPRESA INFORME

1.1. DO SUSPOSTO EQUÍVOCO NO CÁLCULO DO ÍNDICE TÉCNICO DAS LICITANTES

De início, requer a recorrente **INFORME** revisão do Índice Técnico para alterar o seu resultado de 0,98 para 0,99.

Ocorre que a recorrente ignorou o comando do item 3.4 do instrumento convocatório que diz :

3.4. O índice Técnico (IT) da proposta será obtido pela aplicação da fórmula abaixo,

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



utilizando-se duas casas decimais e desprezando-se a fração remanescente:” (g.n.)

A pontuação obtida pela recorrente foi de 95 pontos. Aplicando-se a fórmula de divisão da referida Nota Técnica (NT) pela Maior Nota Técnica (MPT), aquela obtida pela FSB (96 pontos), o resultado equivale a 0,989. Daí a razão de se publicar a nota 0,98, pois, conforme explicitado no edital serão consideradas somente as duas casas decimais, desprezando-se a fração remanescente. Foi o que fez a I. Comissão de Licitação.

Por esta razão, não há nenhum reparo ou republicação necessária. O recurso improcede.

1.2. DO SUSPOSTO EQUÍVOCO QUANTO À NOTA ATRIBUÍDA À PROPOSTA DA FSB

Sobre o comentário relativo ao **Quesito 1, Subquesito 1**, a FSB tem claro que a EPL não tem presença digital, como comprovam tanto seu diagnóstico quanto sua estratégia, na medida em que ambos ressaltam a necessidade premente de se usar as redes sociais como ferramentas estratégicas. No próprio diagnóstico (“Compreensão do potencial e oportunidades para a EPL na mídia ...), a FSB afirma, na página 11, que

“(...) em sua estratégia de comunicação, a EPL deve usar também, de forma estratégica, a lógica de compartilhamento e diálogo que oferecem as redes sociais”.

Também na estratégia, fica claro que a EPL não tem presença digital diante do trabalho exaustivo proposto pela FSB neste meio. Além disso, a FSB lança mão de uma série de argumentos para convencer a EPL sobre a importância de se investir nas mídias digitais:

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



“Hoje todas as mídias digitais estão se tornando mídias de relacionamento e absorvendo a tendência de convergência e as chamadas narrativas transmidiáticas¹ — processo comunicacional em que a organização envolve seus interlocutores em um ambiente de relacionamento intenso com seus diversos públicos de forma personalizada, num fenômeno que o sociólogo Manuel Castells tem chamado de comunicação de massa pessoal (mass self-communication)². Sustentando-se na principal característica da cibercultura — a interatividade —, os internautas pesquisam informações, contribuem para a construção de conteúdos, debatem a respeito de assuntos de seu interesse e assumem uma postura atuante nas mídias interativas.

Para se ter ideia do poder de fogo dos influenciadores digitais, o brasileiro é, no mundo, o público com mais amigos no Facebook (média de 481 por usuário). No país, que tem 105 milhões de internautas, 76 milhões usam o Facebook. O Brasil também é o segundo maior usuário do mundo do Twitter, com 41,2 milhões de pessoas. A expansão rápida do uso de dispositivos móveis, como smartphones e tablets (o Brasil deve se tornar o quinto maior mercado de smartphones do mundo ao final de 2013), aumenta ainda mais a importância das plataformas digitais de comunicação.

Assim, as redes sociais são locus privilegiado para as relações públicas da EPL e a estratégia aqui proposta de se aproximar seu trabalho técnico a uma percepção clara e forte do impacto dos projetos de transporte e logística na vida de todas as pessoas — no preço da

¹ Do conceito da professora Lúcia Santaella que reúne as ideias de ciber (eletrônica) com híbrido (de plataformas múltiplas, complementares, convergentes, em sua obra *Linguagens líquidas na era da mobilidade* (São Paulo: Editora Paulus, 2007).

² Castells, M. *Communication Power*. Oxford, New York: Oxford University Press, 2009.

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



comida que consomem, dos serviços que demandam, no conhecimento sobre as comunidades afetadas pelos projetos e benefícios voltados a elas, nos impactos positivos na redução de emissão de gases de efeito estufa em projetos mais contemporâneos de transporte e logística. Nas redes podem-se integrar conteúdo de informação, serviço e debate.

Dessa forma, ações estratégicas de assessoria de imprensa e relações públicas (que incluem a internet e as redes sociais) vão exercer papel fundamental na resposta às demandas por maior transparência dos recursos e investimentos da empresa e seus projetos, no acompanhamento das etapas desses projetos e suas principais ações e na apresentação dos seus respectivos impactos, imprimindo à gestão da EPL as marcas de credibilidade, excelência técnica e visão de longo prazo, além de transparência, criando boa vontade e confiança e, assim, minimizando fraquezas.”

Como explicitado acima, foram vários argumentos para defender a estratégia de comunicação digital. Não tivesse apontado inúmeros caminhos para que essa presença se tornasse real e dinâmica, aí sim teríamos ignorado a ausência da EPL nas redes.

Além do mais, se a presença é nula, estar mais e melhor é sempre a perspectiva da FSB, de uma presença estratégica e integrada, como apresentada em nossa proposta.

É importante ressaltar, ainda, que o edital não demanda diagnóstico específico do cliente em redes sociais. Logo, a FSB não pode ser punida por apresentar um plano que não só atende ao pedido no edital, mas vai além da demanda, outra característica da FSB.

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



No que concerne ao comentário da recorrente em relação ao **Subquesto 2**, muito nos estranha o questionamento da Informe sobre como a EPL vai gerar mídia espontânea. Essa é a área de expertise e atuação da FSB (e também da Informe). Esse detalhamento é claro ao longo de toda nossa estratégia: gera-se mídia espontânea com conteúdos de qualidade numa das áreas mais estruturantes e mais relevantes para o país hoje que são transporte e logística, que tem sido alvo da atenção de gestores públicos, parlamentares, da mídia e da sociedade. A EPL tem uma equipe qualificada e tem estabelecido parcerias de grande potencial midiático. Ao longo de todo o nosso diagnóstico e no plano de comunicação, apresentamos o quanto a atuação, os estudos, a presença da EPL é relevante e demandada. Para gerar mídia espontânea, o caminho é claro e muito bem conhecido pela FSB: bons conteúdos, que nos propomos a produzir a partir da expertise da EPL, a serem compartilhados de forma inteligente; bons contatos, que a FSB, reconhecidamente, tem, e sempre busca ampliar; visão de oportunidades, que a FSB exercita e persegue constantemente; e muito trabalho, uma das marcas da equipe da FSB.

Ainda no mesmo comentário, muito nos estranha o posicionamento preconceituoso sobre a população brasileira explicitado pela Informe, agência responsável pelo atendimento de clientes complexos como o Ministério do Desenvolvimento Social. Diz a Informe:

“Cabe ainda esclarecer o quanto vale um esforço de comunicação para levar o tema infraestrutura a um público que, na real, quer saber qual o ex “big-brother” foi no casamento de uma subcelebridade qualquer” (páginas 11/12 do recurso da Informe).

Ora, se a Informe não conhece o caminho, a FSB não apenas conhece como explora-o para seus clientes há mais de 30 anos. A FSB tem enorme respeito pela inteligência do público brasileiro e esse respeito é a base de nosso trabalho. Um

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedrosa Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



esforço que esclareça as pessoas o quanto a infraestrutura de transporte impacta suas vidas é, sem dúvida, um grande esforço, mas um esforço que vale muito porque, como bem lembra o edital da EPL “a sociedade brasileira, em seu conjunto, com usuária e beneficiária do sistema de transporte a ser desenvolvida, e tendo em vista as obrigações de transparência da EPL e o direito da população à informação sobre as atividades da empresa”.

A Informe não reconhece esse direito da população? Ou acha que a população é incapaz de entendê-lo? Ou pior: acha que a população é incapaz de exercê-lo? A FSB, ao contrário, quer, junto com a EPL, dar ampla garantia a esse direito à sociedade brasileira que se interessa, sim, pelas políticas públicas de qualidade, por um Estado mais eficiente, por uma gestão mais transparente, por uma agenda de longo prazo que torne o país mais competitivo e mais justo. Essa é a nossa filosofia. E, portanto, toda a nossa estratégia está baseada nessa filosofia de que é preciso contribuir com todos os insumos e informações para que as pessoas exerçam seus direitos, demandem, participem e percebam que as políticas públicas de transporte não são um tem para iluminados ou especialistas, mas dizem respeito a nossas vidas cotidianamente. Essa é a essência da comunicação pública: levar ao cidadão informações de utilidade pública, que reforcem sua capacidade de fiscalizar e lutar pelos seus direitos.

Sobejam razões, portanto, para o improvimento do recurso apresentado pela empresa INFORME, o que fica requerido desde já.

2. RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO DO RECURSO APRESENTADO PELA EMPRESA SANTAFÉ

Sobre o questionamento da recorrente em relação à pesquisa 360º, esclarecemos que as pesquisas Survey 360º são

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedrosa Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



instrumentos amplamente utilizados pelas melhores empresas de relações públicas do mundo, entre elas a FSB. As pesquisas podem, sim, ser vendidas para clientes ou não clientes da FSB, mas também são ferramentas de avaliação do trabalho da FSB, uma empresa de comunicação de resultados. Portanto, não há qualquer impedimento de que a ferramenta de avaliação esteja apresentada à EPL.

Sobre a crítica ao Mapa de Fontes, a Santafé mostra novamente desconhecimento sobre os produtos e serviços que uma assessoria de comunicação deve desenvolver para 1) reforçar a transparência do cliente; 2) organizar seus bancos de dados e qualificar o fluxo interno de comunicação; 3) facilitar a busca de informações pelos formadores de opinião.

Reiteramos que a FSB propõe à EPL uma lógica de comunicação de transparência. Sugerir a publicação no site de um Mapa de Fontes com o nome, o perfil e a expertise do profissional, conforme consta da proposta, reforça o compromisso da transparência e o entendimento de que o papel de uma assessoria de comunicação informação é facilitar processos. De toda forma, o Mapa proposto pela FSB não inclui dados de contatos (telefone, e-mails ou endereços) das fontes. Apenas nome, perfil e expertise.

Portanto, o Mapa não tem como objetivo permitir que a fonte seja contatada diretamente pelo formador de opinião, mas, sim, que o jornalista encontre o perfil ideal de quem pode auxiliá-lo com sua demanda. A intermediação continuará a ser feita pela assessoria de comunicação.

A Santafé questiona, ainda, para espanto da impugnante, a proposta de realização de oficinas para jornalistas! Um instrumento dos mais valiosos para aproximar o tema — e as fontes — dos formadores de opinião, de maneira didática, capacitando jornalistas a cobrirem melhor o tema. A FSB usa este procedimento com boa parte de seus clientes,

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedrosa Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



especialmente aqueles em que os temas são por demais técnicos, e com grande sucesso. Resta à FSB acreditar que a Santafé não entendeu a proposta das oficinas. São oficinas de jornalismo, a serem desenhadas e oferecidas em parcerias da EPL com os centros de excelência em transporte já estabelecidos em algumas das melhores universidades brasileiras. Justamente por conhecê-los e reconhecer a qualidade do trabalho desses centros, é que estamos propondo a parceria que deve ajudar a qualificar o trabalho dos jornalistas que cobrem o tema e poderão fazê-lo cada vez melhor se forem ajudados na compreensão da linguagem técnica, que esses centros tão bem dominam.

No que diz respeito à proposta de realização de seminários no exterior, as colocações da Santafé são tão confusas que denotam, mais uma vez, que a licitante não compreendeu a ideia. Traduziremos novamente: a proposta é que, para se criar relacionamento e pautas junto a veículos internacionais importantes, sugere-se realizar, em parceria com esses veículos, eventos/seminários com diretores da EPL e outros especialistas (de maneira a enriquecer o debate com fontes diferenciadas) nos países-sede desses veículos, ou mesmo via internet. Os diretores da EPL são, sim, grandes especialistas em transporte e logística, mas a FSB sempre recomenda que estes eventos tragam fontes variadas, não apenas ligadas ao governo, para enriquecer o debate.

Sobre as ponderações e críticas em relação ao site proposto, a FSB entende que é fundamental envolver crianças em um tema que diz respeito ao médio e longo prazo do desenvolvimento do país. Não se trata de repetir experiências (ainda que não vejamos qualquer problema em replicar experiências bem-sucedidas!), mas de aproveitar conhecimento e formar parcerias para fazer valer o conceito que a FSB propõe para a estratégia da EPL. Não entendemos por que a relação custo-benefício seria desfavorável à EPL. Investir em educação

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



nunca nos parece ser desfavorável para uma empresa que mira o longo prazo.

Quanto à criação do Blog Visão 2035, a Santafé questiona o fato de o presidente da empresa manter um blog próprio. Ora, toda a literatura contemporânea de relações públicas enfatiza o papel do líder e de sua visão como um elemento fundamental de mobilização e engajamento. A pergunta deveria ser: por que o presidente da EPL não manteria um blog próprio? O que são muitos dos novos portais de maior tráfego de informação e influência no mundo, como o Huffington Post, se não um conjunto organizado de blogs que trazem uma opinião bem fundamentada, mas dentro de uma visão pessoal de políticas e prioridades? A Santafé deveria saber que conteúdos de blogs e sites são complementares e não excludentes. A previsão de regularidade marca nossa preocupação com acuidade e planejamento. E, mais uma vez, a Santafé deveria saber que manter um blog não exclui a possibilidade de artigos em grandes jornais. Mas nossa proposta não pretende que o presidente da EPL fale apenas com a audiência dos grandes jornais, que são fundamentais, mas não são suficientes para o que a FSB propõe. A empresa precisa falar com as pessoas comuns que não necessariamente leem os grandes jornais.

A Santafé deve conhecer na pesquisa realizada pela Secom como a internet é fundamental para a informação da população brasileira, mas do que o que ela chama de “grandes jornais”. Segundo o estudo, Pesquisa Brasileira de Mídia, que entrevistou cerca de 18 mil brasileiros entre outubro e novembro de 2013, 47% da população brasileira tem o hábito de se informar pela internet, mas o meio campeão de informação no país ainda é a televisão, que 97% dos entrevistados afirmaram assistir, seguida de rádio, por 61% da população. Por outro lado, 75% dos brasileiros nunca leem jornais e 85% nunca leem revistas. Só 6% dos entrevistados afirmaram ter o hábito de consumir jornais diariamente.

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedrosa Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



Sobreleva registrar que acerca da proposta de Prêmio e Mostra Trilhos, Asfalto, Ar & Água, a referência para a criação de prêmios não foi a iniciativa da CNT, mesmo porque uma centena de prêmios reconhecem trabalhos acadêmicos. Mas, ainda que tivesse sido, não há qualquer problema nisso. Pelo contrário, como demonstra em suas experiências similares, a FSB é uma empresa que não se volta somente para si e suas experiências, é uma empresa aberta a aprender com iniciativas no Brasil e no exterior, sempre pensando no que é melhor para seus clientes.

Sobre a crítica feita em relação à proposta da ação “2035, o Brasil que queremos”, mais uma vez, a CNT não é a única instituição no mundo que organiza ação de interação social baseada em seminários e encontros. Não foi nossa referência, mas ainda que tivessem sido, reforçamos nosso entendimento que aprender e adaptar boas práticas são um sinal de abertura e inteligência.

Sobre os estudos “2035, melhores transportes, melhores cidades”, a FSB tem a certeza de que à área de comunicação cabe a tarefa de sugerir ações que ajudem a ampliar o diálogo e o relacionamento de seus clientes com seus públicos de especial interesse, ainda que essas ações não sejam, inicialmente, estritamente de comunicação. Produção de conteúdos especiais, realização de eventos, busca ativa de informação e conhecimento é, em nosso entendimento, tarefa de uma comunicação proativa e que ocupa posição estratégica dentro de uma empresa, como é a comunicação da EPL. No caso específico do estudo, para a FSB essa é uma ação clara de interação social, área integrante da comunicação da empresa.

Por fim, em relação à proposta de criação de um Conselho Assessor da Sociedade Civil, a Santafé parece contraditória ao dizer que, por propor conselhos para a comunicação da EPL, a FSB não demonstra a riqueza e o alcance do plano estratégico.

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedrosa Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



Justamente por ampliar a base de vozes na comunicação da empresa, por tomar como modelo referências conhecidas e reconhecidas e por imprimir transparência e conceitos contemporâneos de governança à EPL, a FSB justamente enriquece e amplia o plano estratégico.

Diante do exposto, o recurso improcede.

3. RAZÕES DE IMPUGNAÇÃO DO RECURSO INTERPOSTO PELA EMPRESA CDN

A CDN alega incorretamente que no 1º item do Subquesito 2 do Quesito 1, a FSB não apresenta a informação sobre os diferenciais em relação a outros órgãos de governo.

Não é verdade. O referido item reforça o que vem sendo falado desde o diagnóstico da proposta, como veremos nos trechos a seguir:

*“A proposta angular da EPL é **agregar inteligência e consistência**, organizar prioridades de investimento em transportes e logística, desenvolver modelos claros de execução de projetos na área. O setor produtivo brasileiro precisa disso, o governo brasileiro também, investidores no Brasil e no mundo buscam isso. (...). A EPL tem diante de si, portanto, não apenas o desafio de conquistar avanços na modelagem de modelos mais contemporâneos e eficientes de transporte e logística, mas também de alcançar meios para desenvolvê-los. Seu principal desafio é **agregar vontade política, recursos e conhecimento técnico.**”*

*“O vácuo provocado pela **falta de um ente governamental com capacidade de planejamento para o setor de transportes, a***

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



despite da existência das agências reguladoras, provocou a decisão da presidenta Dilma Rousseff de criar a EPL, em agosto de 2012. Afinal, com todo esse volume de aportes e oportunidades, fundamental é estabelecer concertação e catalisar projetos e investimentos. Era – e é – preciso desenvolver para transportes e logística no Brasil: i) um robusto e efetivo sistema de planejamento estratégico; ii) uma capacidade de articulação entre governo, setor produtivo, sistema financeiro e a sociedade civil organizada; iii) desenvolvimento de estudos e projetos de qualidade.”

“Completam o rol de atuações da EPL o planejamento e “desenvolvimento do serviço de transporte ferroviário de alta velocidade, de forma integrada com as demais modalidades de transporte (...). A EPL atua ainda como Secretaria Executiva do Conit, apoiando-o com uma estrutura operacional de que não dispunha anteriormente, e que se tornou ainda mais importante depois da inclusão de representantes da sociedade civil (usuários, prestadores de serviços e empresas dos setores de infraestrutura e indústria de transportes) no Conselho.”

“Assim, a EPL tem função mais voltada à **coordenação do processo de concessão nos vários modais e a planejar o sistema de transportes no país.** Mas cabe às agências reguladoras licitar a licença de exploração de aeroportos (Anac), rodovias (Antt) e vias marítimas e fluviais (Antaq). São as agências reguladoras setoriais – vinculadas aos seus respectivos ministérios e secretarias – que detêm o poder de outorga, às

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedrosa Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



“Por priorizar um desenho intermodal de transportes e logística, a EPL tem também relevante interface com outros órgãos ligados ao transporte e logística, como a Secretaria Especial de Portos e a Secretaria de Aviação Civil da Presidência da República.”

“Já por suas outras atribuições e competências, a EPL relaciona-se com esferas do poder público ligadas à área de planejamento, como a Casa Civil da Presidência da República e ao Ministério do Planejamento e também a esferas ligadas às políticas econômicas, como o Ministério da Fazenda e o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio e ainda Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Tem ainda importantes interfaces com as esferas de poder relacionadas às políticas ambientais, como o próprio Ministério do Meio Ambiente e o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama).”

Como vimos, o próprio diagnóstico tratou de indicar, por vários meios, o diferencial da EPL em relação aos outros órgãos. Na estratégia, o entendimento foi reforçado, ao afirmarmos que “existe uma confusão sobre o diferencial da EPL com relação a outros órgãos governamentais com responsabilidades na área de transporte e logística, como a Valec, o Dnit, as agências reguladoras do setor.” E também na afirmação:

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



“Em seu privilegiado papel de coordenadora e modeladora do novo desenho de transporte e logística brasileiros, a EPL encontra seu diferencial”; e

“É preciso retomar a expectativa positiva em torno da empresa, tornar claros seu papel e suas atribuições, mobilizar os múltiplos grupos com os quais a empresa tem interface, firmar sua importância como ator fundamental na transferência do modelo de desenvolvimento brasileiro do consumo para o investimento em infraestrutura.”

Portanto, como esclarecemos acima, a FSB demonstrou total entendimento sobre os diferenciais da EPL em relação aos outros órgãos, motivo pelo qual aguardo o decreto de improvimento do recurso interposto pela empresa CDN.

Já em relação ao questionamento da recorrente CDN sobre o fato de a FSB não ter indicado uma “estratégia específica de comunicação que tornasse claro as funções exercidas por cada um destes órgãos”, a FSB entende que não era necessário traçar uma estratégia específica com este foco, uma vez que o conjunto da estratégia apresentada pela FSB terá como uma de suas consequências óbvias o esclarecimento das funções da empresa e seus diferenciais para o grande público.

Repetimos o trecho que mostra a importância de se tornar claro para a sociedade o papel da empresa:

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRÁSILIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001



*“É preciso retomar a expectativa positiva em torno da empresa, **tornar claros seu papel e suas atribuições**, mobilizar os múltiplos grupos com os quais a empresa tem interface, firmar sua importância como ator fundamental na transferência do modelo de desenvolvimento brasileiro do consumo para o investimento em infraestrutura.”*

Improcede, pois, o recurso interposto pela empresa CDN.

4. PEDIDO

Diante de todo o exposto, aguarda a recorrente o conhecimento do presente recurso, seu regular processamento e, ao final, o decreto de IMPROVIMENTO

Nestes termos,

P. Deferimento.

Brasília, 16 de abril de 2014

Renato de Salles Oliveira
RENATO DE SALLES OLIVEIRA
Representante Legal

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA

RENATO DE SALLES OLIVEIRA

Representante Legal

WWW.FSB.COM.BR

RIO DE JANEIRO

IPANEMA

Rua Visconde de Pirajá, 547,
3º andar CEP 22410-900
tel 55 21 3206.5050
fax 55 21 3206.5053

CENTRO

Rua São José, 70, 8º andar
CEP 20010-020
tel/fax 55 21 2217.6500

SÃO PAULO

Rua Pedroso Alvarenga, 900,
4º, 6º, 7º, 8º e 11º andares
Itaim Bibi CEP 04531-003
tel/fax 55 11 3165.9596

BRASÍLIA

SHS Quadra 6, bloco E conj. A,
sala 704 Ed. Business Center Park
CEP 70322-915
tel 55 61 3323.1072
fax 55 61 3323.2404

BELO HORIZONTE

Rua Fernandes Tourinho, 147,
conj. 1101/1102/1104
Savassi CEP 30112-000
tel 55 31 3228.1000
fax 55 31 3228.1001