ATA DE PUBLICAÇÃO DE PARECERES E JULGAMENTO DE RECURSO

Referente ao Edital Concorrência nº 026/2024

Trata-se de recurso interposto pela empresa **TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA** em 10/07/2024. O documento está disponível no site www.sesc-sc.com.br/sobre-o-sesc/licitacoes, em atenção à Concorrência nº 026/2024, tipo Técnica e Preço, cujo objeto é **"CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O Sesc/SC"**. O processo foi encaminhado à área técnica para análise do recurso, que emitiu o seguinte parecer:

"Frente às considerações elencadas pela Tatticas, por meio do recurso apresentado pela licitante, a comissão técnica julgadora responderá às respectivas contestações, conforme segue:

Inicialmente, salienta-se que os recursos se destinam a discussões de questões técnicas fundamentadas, e não à exposição de opiniões subjetivas baseadas em preferências e julgamentos pessoais. O mesmo se aplica às percepções pessoais a respeito dos profissionais que avaliaram as propostas. Neste aspecto, é oportuno esclarecer que a comissão técnica julgadora que avaliou todas as propostas recebidas é formada por profissionais altamente qualificados, com vasta experiência em suas carreiras, nos campos de comunicação e marketing, e com atuação significativa em diversas empresas e regiões do Brasil, de maneira multidisciplinar. Os profissionais que compõem a comissão técnica julgadora dedicam-se há anos à comunicação estratégica, tática e operacional do Sesc-SC; são profissionais comprometidos e éticos e que se debruçaram, na presente licitação, em selecionar a proposta estrategicamente melhor, com potencial de entregar os melhores resultados ao Sesc e que também esteja melhor alinhada aos valores desta Instituição. Nesse sentido, refuta-se toda e qualquer afirmação que tenha por finalidade colocar em dúvida a credibilidade dos profissionais que compõem a comissão técnica julgadora.

Passa-se, a seguir, às considerações que se restringirão aos aspectos de ordem técnica:

Primeiro; registre-se que todas as submissões foram cuidadosamente revisadas. A nota técnica foi resultado de uma análise feita peça por peça, e individualmente, por cada integrante da comissão, e as considerações finais (nota do repertório) foram formalizadas de modo integrado, de forma macro, de acordo com o que está descrito no processo de licitação – "atende" ou "não atende".

Quanto à análise das peças selecionadas como repertório, se elas fossem apresentadas ao Sesc como uma ação/campanha, necessitariam de inúmeras refações por não apresentarem critérios artísticos e técnicos considerados pela contratante como primordiais (qualidade de concepção, clareza, execução e acabamento). Por isso, concluiu-se que, se essa foi a melhor entrega que a Tátticas poderia oferecer, a agência não apresentou os requisitos necessários para atender o Sesc-SC da forma como esta Instituição atua e pretende progredir em relação à comunicação e ao marketing;

Quanto às avaliações nos quesitos "Ideia Criativa" e "Estratégia de Comunicação", a recorrente afirma que "Mais uma vez, a Subcomissão parece ter avaliado outras peças, outros conceitos, outro processo licitatório". No recurso, a licitante também menciona que os quesitos são "absurdamente despontuados"; e que os "argumentos apresentados pela Subcomissão são totalmente desprovidos de lógica, evidenciando ausência de conhecimento técnico – e de vida! ". Neste aspecto, não se verificam argumentos suficientes, por parte da licitante, para refutar a nota atribuída à ideia criativa e à estratégia de comunicação apresentadas. Os argumentos, são subjetivos, e estão baseados em julgamentos pessoais e sequer oferecem suporte para uma análise técnica pela comissão. O parecer técnico desta comissão julgadora sobre a ideia criativa e a estratégia de comunicação, portanto, permanece o mesmo.

Na ideia criativa, entende-se que o relógio é uma imagem clichê (ideia muito repetida para falar, escrever ou exemplificar um conceito) e, quando utilizado para representar a passagem do tempo, não se destaca pela originalidade. Além disso, ao relógio não se acrescentam horas, muito menos tempo de vida, portanto não existe correlação entre a imagem proposta na campanha com o tempo de vida que a licitante sugere transmitir, assim como está escrito no próprio recurso: "...que, SIM, ao oferecer tantas atividades e serviços está criando tempo para as pessoas viverem melhor, com mais qualidade, com mais opções de lazer, entretenimento, boa alimentação";

A inclusão da hashtag na campanha, embora seja defendida como uma prática atual pela licitante, não trouxe a originalidade esperada e foi avaliada pela comissão julgadora como um recurso já saturado no mercado;

Os pontos atribuídos à ideia criativa são parte da avaliação feita no processo de licitação, que considera também diversos outros critérios que foram pontuados pela comissão julgadora e, somados, resultaram na nota final dada à licitante;

As comparações feitas entre os trabalhos dos licitantes, conforme apresentadas no recurso, foram desconsideradas, uma vez que a avaliação feita pela comissão julgadora é individual e não gera comparativo entre os trabalhos apresentados pelos participantes da licitação. Nesse sentido, ratificam-se, na íntegra, todos os fundamentos expostos por esta comissão na ata de julgamento, que detalham o julgamento de cada quesito;

A peça dita pela licitante como material de endomarketing foi apresentada no material entregue como "móbile", tanto na imagem quanto na estratégia de mídia. Portanto, seria impossível saber que tal peça foi criada para atender ao público interno do Sesc e, por isso, foi considerada como não entregue;

O item 4.3.4 – Termo de Referência Retificado, não estabelece, em sua alínea "e", a obrigatoriedade de detalhamento de gastos/custos de criação; tão somente refere que a criação deverá estar abrangida dentro de um custo total de R$ 2.000.000,00. Portanto, entende-se que não houve qualquer descumprimento deste item por parte das demais licitantes.

Pelo exposto, entende-se que as considerações apresentadas pela Empresa TATTICAS, por meio de recurso, não foram suficientes à alteração da avaliação técnica realizada, e, portanto, mantém-se as notas e as classificações atribuídas originalmente aos licitantes.

Letícia Correa - Analista de Comunicação e Marketing

Caroline de Albuquerque dos Santos – Analista de Comunicação e Marketing

Carolina Perez Martinez - Analista de Comunicação e Marketing

Leandro Pereira da Silva- Analista de Comunicação e Marketing

Daniel Luiz da Silva – Analista de Comunicação e Marketing

Florianópolis, 16 de julho de 2024."

Dando continuidade, o certame foi encaminhado à Assessoria Jurídica que emitiu o seguinte parecer:

"PARECER JURÍDICO

Ref. ***CONCORRÊNCIA 026/24 – CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA – ANÁLISE DE RECURSO DA EMPRESA TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.***

Trata-se de analisar o recurso apresentado pela Empresa Tatticas Publicidade e Propaganda Ltda., em face da decisão que declarou vencedora a Empresa Ezcuzê Agência de Propaganda e Publicidade.

A recorrente argumenta que a comissão técnica responsável pelo julgamento das propostas atribuiu notas com base em julgamentos falhos, que levaram à sua não classificação como ganhadora. Quanto ao quesito "repertório", argumenta que seu trabalho não é simplista, nem representa baixa criatividade ou falha de inovação, como avaliado pela comissão. Aduz que entregou vídeos "supermodernos", com efeitos gráficos, estilo, criatividade e inovação tecnológico, os quais sequer foram citados pelos julgadores, aduzindo que estes sequer devem tê-los visualizado. Alega que os julgamentos da comissão técnica se mostraram inaceitáveis e são desprovidos de lógica, evidenciando desconhecimento técnico. Trouxe comparativos entre os seus trabalhos com os das empresas licitantes, trazendo as suas impressões e julgamentos sobre tanto, afirmado que estas apresentaram trabalhos com falta de originalidade. Quanto ao quesito "ideia criativa", alega ter sido despontuada de forma indevida, uma vez que a comissão considerou que a peça de endomarketing não foi entregue, quando, em verdade, entregou um móbile "supercriativo". Com isso, aduz que a comissão atribuiu notas baixas e desproporcionais. Por fim, sustenta que as Empresas Ezcuzê e Supernova não apresentaram os custos de criação das campanhas propostas, o que se constitui como erro crasso, ferindo o contido no item 4.3.4, alínea "e", do Termo de Referência Retificado. Postulou a realização de perícia para revisão do julgamento técnico; a revisão das notas atribuídas à recorrente; e a desclassificação das Empresas Ezcuzê e Supernova; e, por fim, a remessa do recurso para a autoridade superior em caso de desacolhimento deste.

A Empresa Ezcuzê apresentou contrarrazões ao recurso. Refere que o recurso da Empresa Tatticas questiona o resultado final do certame de forma ofensiva, reportando-se à comissão técnica de forma desrespeitosa, sem respeitar a sua autonomia, e sem apontar uma infração ao edital. Aduz que a recorrente apenas apresenta as suas impressões pessoais, sem embasamentos consistentes. Pontua que

não cabe à recorrente proferir seus julgamentos quanto aos trabalhos apresentados pelas concorrentes. Revidou os comentários da recorrente em relação aos seus trabalhos, e quanto aos quesitos "repertório" e "ideia criativa", aportando as suas justificativas técnicas. Aduziu que a recorrente atua de forma maliciosa e mal-intencionada ao sugerir que as Empresas Ezcuzê e Supernova praticaram plágio no conceito proposto. Por fim, no que se refere à alegada ausência de valores de cobrança nos itens de criação das propostas das Empresas Ezcuzê e Supernova, refere que esta questão foi objeto de questionamento, tendo a Comissão Permanente de Licitação expressamente manifestado que este custo não deveria ser incluído.

A comissão técnica julgadora manifestou-se quanto aos aspectos técnicos que foram considerados no julgamento das propostas, especialmente, nos quesitos "repertório", "ideia criativa" e "estratégia de comunicação", ratificando o parecer de julgamento das propostas. Quanto aos comparativos feitos pela recorrente, esclareceu que a avaliação das propostas é feita de forma individualizada: peça por peça e quesito por quesito, sem gerar comparativos. Quanto à peça de endomarketing, esclareceu que a peça referida pela recorrente como tendo sido entregue a este título, em verdade, foi entregue como "móbile", e, por isso, foi considerada como não entregue, mantendo este entendimento. Quanto à alegação de não atendimento ao item 4.3.4, alínea "e", do Termo de Referência Retificado, pelas Empresas Ezcuzê e Supernova, pontuou que este não estabelecia a obrigatoriedade de detalhamento de gastos/custos de criação, razão pela qual, entende não ter havido descumprimento ao edital neste aspecto. No mais, reiterou as razões de decidir que já constaram da ata de julgamento das propostas e manifestou-se pelo desacolhimento do recurso.

Passa-se à análise.

Inicialmente, esclarece-se que a presente análise não abrangerá a motivação técnica utilizada pela comissão técnica julgadora. A competência desta assessoria jurídica limita-se aos aspectos formais e legais do recurso interposto, não adentrando na motivação técnica utilizada pela comissão julgadora para fundamentar suas decisões, que é formada por profissionais que possuem as competências demandadas para tanto e que efetuaram cuidadosa análise das propostas e com base em critérios estritamente técnicos.

Diante disso, desde já, ratificam-se, na íntegra, os fundamentos do parecer da comissão técnica julgadora, que desacolheu as considerações apresentadas pela Empresa Tatticas.

Assim, passa-se à análise jurídica quanto à alegação de ofensa ao edital levantada pela recorrente, especificamente, ao item 4.3.4, alínea, "e", do Termo de Referência Retificado, que previu:

> **e) Verba da Campanha:** Considerar uma verba total de até R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) anual. Nesta verba deve-se contabilizar todos os valores utilizados para estruturar, produzir e criar a campanha, bem como os gastos com a estratégia de mídia.

Neste aspecto, a recorrente alega que, tanto a Empresa Ezcuzê, vencedora, quanto à Empresa Supernova, classificada em segundo lugar, não apresentaram os custos de criação das campanhas propostas, o que configuraria erro crasso e afronta ao item 4.3.4, do Termo de Referência Retificado, requerendo, em razão disso, a desclassificação de ambas as licitantes.

Todavia, tal alegação não prospera. Isso porque, a redação da alínea "e", acima transcrita, é suficientemente clara no sentido de apenas estipular que os custos com a estratégia de mídia apresentada pelas licitantes deveriam estar dentro de um orçamento total de R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais). Inexiste, na referida estipulação, qualquer exigência que impunha a discriminação dos custos de criação.

Somado a isso, tem-se o comunicado decorrente dos questionamentos realizados por e-mail (comunicado publicado como "Questionamento II"), no qual foi expressamente manifestado a desnecessidade da inclusão destes custos:

> **Questionamentos feitos por e-mail.**
> Empresa interessada no certame supracitado apresenta os seguintes questionamentos:
>
> **Questionamento 01:** *"No Termo de Referência (Anexo I), item 4.3.4, tópico "e", diz: "Considerar uma verba total de até R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) anual. Nesta verba deve-se contabilizar todos os valores utilizados para estruturar, produzir e criar a campanha, bem como os gastos com a estratégia de mídia".*
>
> *Está correto afirmar que o custo com os horários de criação da agência (além dos honorários de mídia) devem ser incluídos neste orçamento?"*
>
> **Resposta Questionamento 01:** Não. Eles fazem parte do FEE Mensal.

Questionamento 02: *"Se a resposta for positiva, devemos considerar os honorários do fee mensal incluído na proposta da Agência? Ou considerar apenas os itens criados exclusivamente para campanha, conforme tabela Sinapro?"*

Resposta Questionamento 02: Considerar apenas os itens criados para a campanha.

Tem-se, portanto, que não houve qualquer descumprimento ao edital pelas Empresas Ezcuzê e Supernova, razão pela qual não há que se falar na desclassificação destas.

Pelo exposto, rejeita-se a alegação de afronta ao item 4.3.4, alínea "e", do Termo de Referência Retificado, bem como, ratificam-se as razões de decidir da comissão técnica julgadora quanto aos aspectos técnicos, razões pelas quais, desacolhe-se, na íntegra, o recurso da Empresa Tatticas Publicidade e Propaganda Ltda.

É o parecer.

Florianópolis, 19 de julho de 2024.

Júlia Tresoldi

Gerência Jurídica"

A Comissão Permanente de Licitação encaminhou o processo para manifestação da autoridade competente, a qual decidiu pela improcedência do recurso da licitante **TATTICAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**. Diante dos fatos apresentados, a Comissão Permanente de Licitação acatando a decisão da Autoridade Competente, decide ratificar parecer, e manter a licitante **EZCUZÊ AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE** no valor total mensal de R$68.000,00 (sessenta e oito mil reais) e no valor total anual de R$ 816.000,00 (oitocentos e dezesseis mil reais). Estando por encerrado o julgamento do recurso, daremos continuidade no certame.

Florianópolis, 24 de julho de 2024.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO