



SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO TOCANTINS

CONCORRÊNCIA nº 003/2017

ASSUNTO: RECURSO ADMINISTRATIVO OFERECIDO PELA AGÊNCIA CANNES PUBLICIDADE LTDA E CONTRARRAZÕES OFERECIDAS PELA AGÊNCIA PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA.

DECISÃO EM RECURSO ADMINISTRATIVO

Inicialmente, cabe aos interessados saber que, o SEBRAE/TO é uma instituição idônea e transparente que por meio de seus procedimentos licitatórios seleciona a proposta mais vantajosa para a entidade, sendo que seus julgamentos são em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhe são correlatados, inadmitindo-se critérios que frustrem o caráter competitivo do certame.

I. DO RECURSO DA CANNES PUBLICIDADE LTDA

A empresa **CANNES PUBLICIDADE LTDA**, apresentou, tempestivamente, Recurso Administrativo contestando à decisão da Subcomissão Técnica responsável pela julgamento das propostas técnicas da Concorrência Sebrae/TO n.º 003/2017 do SEBRAE/TO.

Alega, em síntese, que houve um grave erro no julgamento da Subcomissão Técnica, uma vez que a mesma não levou em consideração o Briefing para a realização de um julgamento técnico equânime.

Afirma, ainda, que a Agência Cannes Publicidade seguiu fielmente o solicitado no briefing, isto é, apresentou uma campanha de comunicação e marketing “norteada com o tema de “inovação” como o grande “mote” da instituição para 2017”, apresentando uma campanha com o tema “Inovar”, enquanto a Agência Public Propaganda e Marketing fugiu totalmente ao proposto, apresentando uma campanha com o tema “Soluções Sebrae”.



Quanto ao Raciocínio Básico, a Agência Cannes aduz que a Agência Public não teve acuidade de compreensão das características mais significativas para a comunicação publicitária, bem como do problema da comunicação do Sebrae/TO e sua correta análise no atual cenário da instituição e das micro e pequenas empresas.

Em relação à Estratégia de Comunicação Publicitária, a Agência Cannes assevera que a Agência Public não se atentou ao instrumento editalício, bem como utilizou-se de ilustrações no estilo “retrô”, voltado a um público adolescente e infantil, não apresentando um tema baseado no tema inovação.

No que se refere à Ideia Criativa, a Agência Cannes persevera que a proposta técnica apresentada pela Agência Public fugiu totalmente ao especificado no Edital e que a palavra INOVAÇÃO sequer aparece em qualquer uma das peças apresentadas pela referida empresa.

Por fim, requer que I) sejam reconsideradas as notas das para as agências nos quesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação e Ideia Criativa; II) seja dada a pontuação zero à agência Public nos supracitados quesitos, pelo não atendimento aos requisitos do edital e III) seja decretada a desclassificação da agência Public, de acordo com o item 11.6 do Edital.

II. DAS CONTRARRAZÕES DA PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA

A empresa **PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA** apresentou, tempestivamente, contrarrazões contestando o Recurso administrativo interposto pela empresa CANNES PUBLICIDADE LTDA.

A referida Agência alega, em síntese, que o lema “2017 – O ano da Inovação e Transformação”, ora apresentado no Briefing na forma de selo e que não era obrigatório ser citado nas peças publicitárias da campanha da licitação, foi categoricamente contemplado em sua campanha na criação de um Plano de Comunicação diferente e criativo, e que a mesma utilizou-se de recursos técnicos para melhor explicitar e obedecer ao previsto no Briefing.



No que concerne ao Raciocínio Básico, a agência Public afirma que o raciocínio ora apresentado mostra claramente a compreensão da história do Sebrae Tocantins e a sua natureza institucional e a sua importância para os micros e pequenos empreendedores tocantinenses.

No que diz respeito à Estratégia de Comunicação Publicitária, a agência Public alega que a estratégia apresentada cumpre todos os desafios propostos e está de acordo com o raciocínio básico e que o partido temático escolhido fugiu do senso comum para chamar a atenção e impactar o público-alvo.

Aduz ainda que o conceito escolhido pela Agência Public segue as tendências do mercado publicitário, que é buscar referência de imagens e grafismo moderno, numa linguagem contemporânea e ao mesmo tempo coloquial e de fácil entendimento e que isso é inovação.

Em relação à Ideia Criativa, a agência Public esclarece que optou por um partido temático bem popular usado e diversas abordagens e que atendeu todas as especificações estabelecidas no Edital e no Briefing, vez que falaram de inovação de forma clara e explícita nas peças publicitárias apresentadas. Alega, ainda, que o recurso visual utilizado não é clichê, e sim moderno.

Por fim, aduz que as razões recursais apresentadas pela Agência Cannes são argumentos meramente protelatórios que não condizem com a realidade do processo e, na ocasião, requer que I) sejam mantidas as pontuações das agências participantes do certame, obedecendo-se à Ata da Sessão de Análise Técnica da Concorrência Sebrae/TO n.º 003/2017; II) seja mantida as notas finais que constam na Ata da Sessão pública de Abertura dos Invólucros da Via Identificada da Concorrência Sebrae/TO n.º 003/2017.

III. DA ANÁLISE DO RECURSO E DAS CONTRARRAZÕES PELA SUMCOMISSÃO TÉCNICA

Tendo em vista o recurso administrativo interposto pela Cannes Publicidade Ltda e as contrarrazões apresentadas pela Public Propaganda e Marketing Ltda, bem como conforme previsto



no item 14.11.2.1 do Edital, os membros da subcomissão técnica manifestaram-se quanto aos apontamentos supracitados.

Os membros alegam, em síntese, que a campanha apresentada pela empresa Public trouxe a temática Inovação, respeitando o Briefing contido no Edital Concorrência Sebrae/TO n.º 003/2017.

Registram ainda que o Briefing, conforme contido no Anexo I do Edital, tem o papel de nortear o tema da campanha e não necessariamente a palavra “inovação” deveria estar contida nas peças apresentadas.

Quanto à Estratégia, ressaltam que o exigida no Briefing tem como norte fazer com que mais pessoas conheçam, entendam “para que serve”, reconheçam a importância e procurem o Sebrae. Assim, lembram que ambas as campanhas apresentaram estratégia de acordo com o exigido, contudo, a campanha da empresa Public apresentou estratégia de forma mais clara e objetiva para atingir o público-alvo de Sebrae.

Quanto ao Raciocínio Básico, os membros esclarecem que o apresentado pela Cannes não trouxe de fato o papel do Sebrae, deixando de transmitir a sua natureza institucional, bem como suas atividades e soluções, enquanto o Raciocínio Básico apresentado pela empresa Public conseguiu de fato transmitir ao público-alvo, de forma clara e objetiva, a natureza institucional do Sebrae, suas atividades e soluções.

Quanto a alegação apresentada pela empresa Cannes de que a campanha da Public não foi original, ressaltam que além da originalidade do tema, a campanha foi original também na forma de apresentação, com temas atuais, como por exemplo, a crise atual, a qual está contida no Briefing.

Quanto à abordagem, a empresa Cannes alega que a utilização de imagem retrô não condiz com o tema inovação, contudo, os membros da subcomissão técnica entendem que a utilização do referido tema, ora denominado *Pop Art*, trouxe inovação na abordagem apresentada



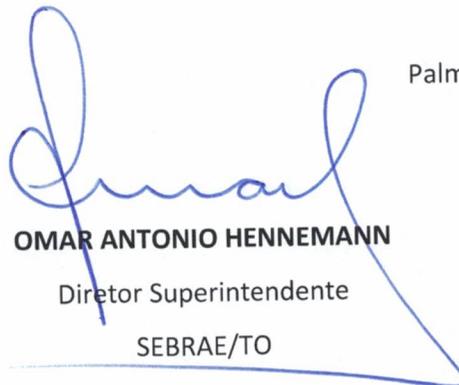
pela Public e que tal tema é atual e segue as tendências do mercado publicitário, encontrados, inclusive, em filmes, seriados e decoração.

Ressaltam, ainda, que consta no Briefing que a campanha deveria apresentar ao segmento dos pequenos negócios que no Sebrae pode estar soluções para os seus problemas, o que não foi abordado pela empresa Cannes.

Por fim, pelos motivos ora relatados, resolvem os membros não acatar os pedidos da empresa Cannes, e, por conseguinte, não desclassificar a empresa Public e manter as notas atribuídas inicialmente.

IV. DO JULGAMENTO DO RECURSO E DAS CONTRARRAZÕES

Sendo assim, em face das razões expendidas acima, **NÃO DOU PROVIMENTO** aos pedidos formulados pela empresa **CANNES PUBLICIDADE LTDA**, ocasião em que **DOU PROVIMENTO** aos pedidos formulados pela empresa **PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA**, tudo conforme análise realizada pela Comissão Permanente de Licitação e Subcomissão Técnica responsável, ora responsável pelo julgamento das Propostas Técnicas, eis que imperiosa a preservação do caráter competitivo do procedimento, a garantia do melhor serviço e capacidade técnica das concorrentes, contudo obedecendo aos princípios da legalidade, moralidade, eficiência administrativa e da vinculação ao instrumento convocatório, que regem entre outros princípios, os atos institucionais do SEBRAE/TO.



OMAR ANTONIO HENNEMANN
Diretor Superintendente
SEBRAE/TO

Palmas/TO, 30 de junho de 2017.



Maianna Ribeiro S. Rodrigues
OAB/TO 6.649
Assessoria Jurídica - Sebrae/TO