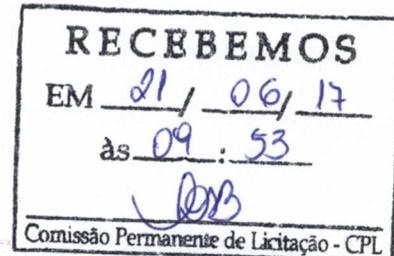


Ao Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Tocantins
A/C COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
Exma. Sra. Ludmila Santana Barbosa
Presidente

Ref.: Processo Licitatório CONCORRÊNCIA SEBRAE/TO N. 003/2017
PROCESSO DOCFLOW N. 1354/2017



CANNES PUBLICIDADE LTDA., sediada à Rua 17-A, nº 933, Setor Aeroporto, Goiânia, Goiás, CEP: 74.070.100, com Inscrição Estadual nº 10.214.507-5, inscrita no CNPJ sob o nº 01.542.307/0001/87, já qualificada na Concorrência supra, por meio de sua bastante procuradora **ANA VALÉRIA OLIVEIRA TEIXEIRA**, brasileira, casada, Publicitária, Carteira de Identidade nº 91018003285- SSP/CE, portadora do CPF nº 230.886.213-00, residente a 806 Sul, Alameda 5, lotes 18 e 20 Palmas -TO. vem, respeitosamente, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

Em face do julgamento das propostas técnicas, com fulcro item 15 do Edital de Licitação supra, nos termos do art. 109, inciso I, parágrafo 3º da Lei 8.666/93, da Resolução CND 213/2011 e da instrução Normativa Sebrae-TO 4200, aprovada pela resolução DIREX 013/2015, pelos motivos de fato e de direito adiante aduzidos.

1. Dos fatos:

Aos 13 dias do mês de junho de 2017, conforme consta em ATA DA SESSÃO PÚBLICA anexa a este documento, reuniram-se no SEBRAE/TO a Comissão Permanente de Licitação e as licitantes CANNES PUBLICIDADE E PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING, para entrega dos envelopes e abertura dos envelopes 1 (Proposta Técnica-Via Não Identificada) e 3 (Conjunto de Informações Referentes às Licitantes).

Aos 19 dias do mês de junho de 2017, aconteceu a segunda Sessão, para abertura dos envelopes identificados e cotejo entre as vias identificadas e não-identificadas. Ato contínuo, a Comissão apresentou as novas técnicas das agências, conforme tabela de julgamento da Subcomissão Técnica, na qual se verificou as seguintes pontuações:

CANNES.COM.BR

GOIÂNIA

(62) 3219 7000 / Fax: 3219 7001
atendimento@cannes.com.br
Rua 17-A, nº 933 - Setor Aeroporto
CEP: 74070-100

BRASÍLIA

(61) 3964 3003 / Fax: 3964 3005
atendimentodf@cannes.com.br
SCS, Q.2, Bl. D, nº 3, Sala 601
Ed. Oscar Niemeyer - CEP: 70.316-900

CUIABÁ

(65) 3052 0006 / Fax: 3052 0004
atendimentomt@cannes.com.br
Rua Cursino do Amarante, nº 348,
Quilombo - CEP: 78.075-330

BELO HORIZONTE

(31) 3241 7895 / Fax: 3241 6517
atendimentobh@cannes.com.br
Av. Brasil, 283, Salas 1207/1208
Ed. Naja Bedran, Santa Efigênia
CEP: 30.140-001

PALMAS

(63) 3215 8509
atendimentoto@cannes.com.br
Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01
101 Sul, Sala 908, Centro, Ed. Carpe Diem
CEP: 77.015-002

ITEM	CANNES	PUBLIC
Raciocínio Básico	5,1	7,7
Estratégia de Comunicação Publicitária	6,6	7,3
Ideia Criativa	12,2	14,6
Estratégia de Mídia e Não-Mídia	8,4	7,4
Capacidade de Atendimento	2,44	3,14
Repertório	3,3	3,16
Relato de Soluções	3,23	3,23

2. Do julgamento da Subcomissão Técnica:

Diante das notas apresentadas, e analisando-se as propostas de ambas as agências, verifica-se um grave erro no julgamento da Subcomissão Técnica, que não considerou um instrumento vital no Edital para um julgamento técnico equânime: O BRIEFING.

O BRIEFING, que norteia a criação do Plano de Comunicação, serve exatamente para todas as concorrentes apresentem a mesma campanha, com o mesmo teor e mote, de forma a promover um julgamento com isonomia e imparcialidade.

No caso em tela, o BRIEFING foi bastante claro quanto à campanha exigida, conforme os trechos a seguir destacados (grifos nossos).

“Não é por acaso que o Sebrae Tocantins elegeu 2017 como o “O Ano da Inovação e da Transformação”! Inovação não é invenção. Implica criatividade, desafio e risco! Implica em estar antenado nas coisas que estão acontecendo em outros locais e adaptar à realidade local. A prática da inovação nas empresas pode ser feita com poucos recursos, às vezes até sem investimentos financeiros, garantindo ao negócio se manter atualizado e no ritmo das mudanças que o mundo atual nos exige. Muitas vezes para inovar basta criatividade, vontade e iniciativa!

Inovar é utilizar o conhecimento a nosso favor, com inteligência e criatividade, gerando transformação! Negócios que inovam são negócios que prosperam! Estamos convictos que a inovação é o grande antídoto contra a crise!

CANNES.COM.BR

GOIÂNIA

(62) 3219 7000 / Fax: 3219 7001
atendimento@cannes.com.br
Rua 17-A, nº 933 - Setor Aeroporto
CEP: 74070-100

BRASÍLIA

(61) 3964 3003 / Fax: 3964 3005
atendimento@brasil.cannes.com.br
SCS, Q-2, Bl. D, nº 3, Sala 601
Ed. Oscar Niemeyer - CEP: 70.316-900

CUIABÁ

(65) 3052 0006 / Fax: 3052 0004
atendimento@mt.cannes.com.br
Rua Cursino do Amarante, nº 348,
Quilombo - CEP: 78.075-330

BELO HORIZONTE

(31) 3241 7895 / Fax: 3241 6517
atendimento@bh.cannes.com.br
Av. Brasil, 283, Salas 1207/1208
Ed. Naja Bedran, Santa Eligênia
CEP: 30.140-001

PALMAS

(63) 3215 8509
atendimento@to.cannes.com.br
Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01
101 Sul, Sala 908, Centro, Ed. Carpe Diem
CEP: 77.015-002

Nesse ano o Sebrae Tocantins tem o foco na inovação como diretriz de atuação em todas as suas atividades! Estamos colocando toda nossa energia em difundir a cultura da inovação, tanto em nossas operações como no ambiente dos pequenos negócios do Tocantins! Vamos investir com intensidade nas ações de capacitação empresarial, buscando em cada atividade inserir a prática da inovação como um modelo permanente de pensamento.

A nova campanha de comunicação e marketing do Sebrae/TO deve estar norteada com o tema da “inovação” como o grande “mote” da instituição para 2017.”

E, mais adiante...

“O que se pretende é uma Campanha de comunicação Institucional que reflita esse pensamento integrado e planejado da comunicação, levando em consideração o mote do desafio para 2017, expresso no lema “2017 - O Ano da Inovação e da Transformação” em todas as atividades do Sebrae Tocantins. Essa campanha deverá estabelecer a imagem a ser assumida pela comunicação organizacional em todas as suas ações, e indicar claramente o objetivo que se pretende atingir, devendo estar, naturalmente integrada à missão da organização, nos seus objetivos globais e na sua estratégia de desenvolvimento.”

Resta claro, senhora presidente, que, para este certame, exigia-se uma campanha, **“norteada com o tema da “inovação” como o grande “mote” da instituição para 2017.”**

Porém, uma rápida análise nas peças e no planejamento apresentando por ambas as agências deixa claro que a CANNES PUBLICIDADE seguiu fielmente o solicitado no briefing, apresentando uma campanha cm o tema “INOVAR”. Já a PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING fugiu totalmente ao proposto, ao apresentar a campanha com o tema “SOLUÇÕES SEBRAE”.

Pois bem... Dentre os quesitos avaliados no RACIOCÍNIO BÁSICO, o edital destaca:

- (item a) Acuidade de compreensão da história e da natureza institucional no Sebrae-TO, suas atividades, suas principais linhas de produtos e serviços e suas características mais significativas para a comunicação publicitária.
- (item d) Acuidade de compreensão do problema específico de comunicação do Sebrae-TO e a sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e das micro e pequenas empresas.

Ao fugir do tema proposto no briefing, a agência PUBLIC demonstra que NÃO teve acuidade de compreensão das características mais significativas para a comunicação publicitária (que este ano foi priorizada como o Ano da Inovação e da Transformação) , bem como do problema específico de

CANNES.COM.BR**GOIÂNIA**

(62) 3219 7000 / Fax: 3219 7001
atendimento@cannes.com.br
Rua 17-A, nº 933 - Setor Aeroporto
CEP: 74070-100

BRASÍLIA

(61) 3964 3003 / Fax: 3964 3005
atendimentodf@cannes.com.br
SCS, Q.2, Bl. D, nº 3, Sala 601
Ed. Oscar Niemeyer - CEP: 70.316-900

CUIABÁ

(65) 3052 0006 / Fax: 3052 0004
atendimentomt@cannes.com.br
Rua Cursino do Amarante, nº 348,
Quilombo - CEP: 78.075-330

BELO HORIZONTE

(31) 3241 7895 / Fax: 3241 6517
atendimentobh@cannes.com.br
Av. Brasil, 283, Salas 1207/1208
Ed. Naja Bedran, Santa Efigênia
CEP: 30.140-001

PALMAS

(63) 3215 8509
atendimentoto@cannes.com.br
Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01
101 Sul, Sala 908, Centro, Ed. Carpe Diem
CEP: 77.015-002

comunicação do Sebrae-TO e a sua correta análise e inserção no atual cenário da instituição e das micro e pequenas empresas. Mesmo assim, pasme!, a PUBLIC recebeu 7,7 pontos neste quesito, enquanto a CANNES, que compreendeu o problema específico de comunicação, recebeu apenas 5,1 pontos.

Neste item, o procedimento correto a ser adotado pela Subcomissão Técnica deveria ser o da desclassificação da agência PUBLIC, de acordo com o item 11.6.2 e subitem 11.6.2.1 do Edital (página 22), que são claros ao definir que a Subcomissão Técnica deve:

“11.6.2 Desclassificar a proposta que:

11.6.2.1 Não atender a quaisquer exigências legais deste edital e seus anexos;”

Na ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, o julgamento segue equivocado, beneficiando uma agência que sequer se atentou ao instrumento editalício. Entre os quesitos avaliados, destacam-se:

- (item a) Adequação do partido temático proposto à natureza e à qualificação do Sebrae-TO e seu problema de comunicação.
- (item b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.
- (item d) A evidência do pensamento estratégico de comunicação e sua relação positiva com o partido apresentado e com a natureza da instituição.

Ora, presidente, ao apresentar um tema totalmente distante do que solicitava o edital, a PUBLIC claramente demonstrou que seu partido temático não se adequa, nem ao briefing, e nem à natureza e à qualificação do Sebrae-TO e seu problema de comunicação. Observe que o problema de comunicação foi claramente exposto no briefing e totalmente ignorado pela agência PUBLIC. E mais: não se sustenta uma argumentação e muito menos um pensamento estratégico que, na sua essência, não atende ao problema proposto.

Aqui cabe um adendo: observando-se as artes apresentadas pela agência PUBLIC, verifica-se a utilização de ilustrações no estilo RETRÔ, remetendo-se às Histórias em Quadrinhos típicas dos anos 60. Dois erros de abordagem: o primeiro, ao utilizar uma imagem “retrô” quando o Sebrae-TO apresenta justamente como tema a “INOVAÇÃO”. O que há de inovador em uma imagem dos anos 60?

O segundo erro estratégico é utilizar-se de um recurso imagético voltado para um público adolescente e infantil, quando o briefing define claramente o perfil de público a ser atingido: empreendedores e empresários. Será que a maioria do público-alvo do Sebrae é assídua leitora de Histórias em Quadrinhos?

Mesmo com tantos erros de abordagem e – repetimos – descumprindo abertamente o que foi solicitado no briefing do Edital – a agência PUBLIC teve no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária a nota 7,3.

CANNES.COM.BR

GOIÂNIA

(62) 3219 7000 / Fax: 3219 7001
atendimento@cannes.com.br
Rua 17-A, nº 933 - Setor Aeroporto
CEP: 74070-100

BRASÍLIA

(61) 3964 3003 / Fax: 3964 3005
atendimentodf@cannes.com.br
SCS, Q-2, Bl. D, nº 3, Sala 601
Ed. Oscar Niemeyer - CEP: 70.316-900

CUIABÁ

(65) 3052 0006 / Fax: 3052 0004
atendimentomt@cannes.com.br
Rua Cursino do Amarante, nº 348,
Quilombo - CEP: 78.075-330

BELO HORIZONTE

(31) 3241 7895 / Fax: 3241 6517
atendimentobh@cannes.com.br
Av. Brasil, 283, Salas 1207/1208
Ed. Naja Bedran, Santa Efigênia
CEP: 30.140-001

PALMAS

(63) 3215 8509
atendimentoto@cannes.com.br
Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01
101 Sul, Sala 908, Centro, Ed. Carpe Diem
CEP: 77.015-002

Enquanto isso, a CANNES, que seguiu o briefing, ajustou sua linguagem ao público-alvo e focou a comunicação para solucionar o problema específico de comunicação, teve apenas a nota 6,6 neste quesito.

Também neste item, o procedimento correto a ser adotado pela Subcomissão Técnica deveria ser o da desclassificação da agência PUBLIC, de acordo com o item 11.6.2 e subitem 11.6.2.1 do Edital (página 22), que são claros ao definir que a Subcomissão Técnica deve:

“11.6.2 Desclassificar a proposta que:

11.6.2.1 Não atender a quaisquer exigências legais deste edital e seus anexos;”

Partindo para a análise da IDEIA CRIATIVA, mais injustiças. Dentre os quesitos avaliados, destacam-se:

- (item a) Sua adequação ao problema específico de comunicação do Sebrae-TO; (aqui mais uma forte evidência da relevância de se seguir o tema proposto no edital).
- (item d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem.

Sobre o fato de não se adequar ao problema específico de comunicação do Sebrae-TO, já foi fartamente comprovado que a proposta da PUBLIC fugiu totalmente ao especificado no instrumento editalício. Não resta dúvida. Basta ver que a palavra INOVAÇÃO sequer aparece em qualquer uma das peças da ideia criativa da agência. Também sobre o fator “originalidade” a agência peca ao se utilizar de um recurso visual já desgastado pelo tempo (linguagem de HQ’s) e um título que, no linguajar publicitário, é tido como “clichê, ou lugar-comum, que é a adaptação do velho ditado: “Enquanto uns choram, outros vendem lenços”.

Aliás, senhora presidente, a expressão “Enquanto eles choram, eu vendo lenços”, é o título de um conhecido livro do autor João Wady Cury, lançado em 2014, sobre uma das personalidades mais badaladas no mundo publicitário, o baiano Nizan Guanaes. Como se comprova fartamente, não há qualquer traço de originalidade na campanha apresentada pela PUBLIC. Que, acima de tudo, ainda deixou de cumprir com o exigido no briefing do Edital.

Pela terceira vez, resta claro que, também na Ideia Criativa, o procedimento correto a ser adotado pela Subcomissão Técnica deveria ser o da desclassificação da agência PUBLIC, de acordo com o item 11.6.2 e subitem 11.6.2.1 do Edital (página 22), que são claros ao definir que a Subcomissão Técnica deve:

“11.6.2 Desclassificar a proposta que:

11.6.2.1 Não atender a quaisquer exigências legais deste edital e seus anexos;”

Como se vê, senhora presidente, a agência PUBLIC, ao não se ater ao que foi solicitado no briefing (anexo ao Edital e, portanto, parte deste), incorreu, no mínimo, três vezes, em situação de desclassificação. E aqui vale citar o que diz o item 11.6.2.4 do Instrumento Editalício, que também prega a desclassificação da licitante que:

CANNES.COM.BR

GOIÂNIA

(62) 3219 7000 / Fax: 3219 7001
atendimento@cannes.com.br
Rua 17-A, nº 933 - Setor Aeroporto
CEP: 74070-100

BRASÍLIA

(61) 3964 3003 / Fax: 3964 3005
atendimentodf@cannes.com.br
SCS, Q.2, Bl. D, nº 3, Sala 601
Ed. Oscar Niemeyer - CEP: 70.316-900

CUIABÁ

(65) 3052 0006 / Fax: 3052 0004
atendimentomt@cannes.com.br
Rua Cursino do Amarante, nº 348,
Quilombo - CEP: 78.075-330

BELO HORIZONTE

(31) 3241 7895 / Fax: 3241 6517
atendimentobh@cannes.com.br
Av. Brasil, 283, Salas 1207/1208
Ed. Naja Bedran, Santa Eligênia
CEP: 30.140-001

PALMAS

(63) 3215 8509
atendimentoto@cannes.com.br
Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01
101 Sul, Sala 908, Centro, Ed. Carpe Diem
CEP: 77.015-002

"11.6.2.4 Enquadrar em critério de desclassificação previsto neste Edital".**3. Dos pedidos:**

Em face dos argumentos apresentados, a CANNES PUBLICIDADE LTDA pede que seja o presente recurso conhecido e provido, com efeito suspensivo, acatando na íntegra todos os pedidos expostos a seguir:

- a) Que sejam reconsideradas as notas dadas para as agências nos quesitos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e IDEIA CRIATIVA;
- b) Que seja dada a pontuação ZERO à agência PUBLIC, nos quesitos RACIOCÍNIO BÁSICO, ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA e IDEIA CRIATIVA; pelo não atendimento aos requisitos do Briefing constante do Edital;
- c) Que a agência PUBLIC seja decretada DESCLASSIFICADA neste certame, de acordo com o item 11.6 do Edital e seus subitens;
- d) Que cada um dos pedidos expostos no presente recurso tenham sua análise e fundamentação individualizada, de forma a cumprir o princípio da motivação das decisões administrativas, previsto no art. 93, X, da Constituição Federal.

A Cannes acredita no bom senso da Comissão de Licitação para que as notas sejam revistas, seguindo o certame o seu fluxo natural, em harmonia e conformidade com a legislação.

É o que se requer e se espera deferimento, senhora Presidente, por ser de direito, agradecendo desde já a compreensão desta Casa.

Palmas-TO, 21 de junho de 2017.


ANA VALÉRIA OLIVEIRA TEIXEIRA

Procuradora

RG 91018003285- SSP/CE

CPF 230.886.213-00

CANNES PUBLICIDADE LTDA.

CANNES.COM.BR**GOIÂNIA**

(62) 3219 7000 / Fax: 3219 7001
atendimento@cannes.com.br
Rua 17-A, nº 933 - Setor Aeroporto
CEP: 74070-100

BRASÍLIA

(61) 3964 3003 / Fax: 3964 3005
atendimentodf@cannes.com.br
SCS, Q.2, Bl. D, nº 3, Sala 601
Ed. Oscar Niemeyer - CEP: 70.316-900

CUIABÁ

(65) 3052 0006 / Fax: 3052 0004
atendimentomt@cannes.com.br
Rua Cursino do Amarante, nº 348,
Quilombo - CEP: 78.075-330

BELO HORIZONTE

(31) 3241 7895 / Fax: 3241 6517
atendimentobh@cannes.com.br
Av. Brasil, 283, Salas 1207/1208
Ed. Naja Bedran, Santa Eligênia
CEP: 30.140-001

PALMAS

(63) 3215 8509
atendimentoto@cannes.com.br
Av. Joaquim Teotônio Segurado, Conj. 01
101 Sul, Sala 908, Centro, Ed. Carpe Diem
CEP: 77.015-002