

ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO DE SANTA CATARINA.

Ref.: Concorrência Pública 026/2024

A **EZCUZÊ AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 10.749.284/0001-77, com sede na Rua Cristóvão Nunes Pires 110, sala 1201, Centro, Florianópolis/SC representada neste ato conforme seu contrato social por seu sócio JOÃO PAULO ALMEIDA COELHO DE BEM, CPF nº 045.337.459-03, vem à presença de Vossa Autoridade, com fulcro no item 14.3 do Edital, apresentar **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** nos termos que passa a expor e ao final requerer:

1. DA SÍNTESE NECESSÁRIA

O Sesc-SC instaurou o processo licitatório da Concorrência Pública 026/2024 para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de Publicidade e Propaganda conforme disposto em seu edital e anexos.

A primeira sessão, ocorrida no dia 10 de junho de 2024, serviu para o recebimento das propostas das licitantes interessadas, bem como a habilitação das participantes e a abertura das Propostas Comerciais. Na ocasião também foram abertas as Propostas Técnicas para verificação dos participantes e encaminhadas à Subcomissão Técnica para avaliação e julgamento.

Em ato contínuo, no dia 05 de julho, a comissão permanente publicou o resultado das análises, justificativas, pontuações e classificação das licitantes, declarando vencedora do certame a EZCUZÊ Agência de Propaganda e Publicidade Ltda.

NOTA FINAL (NF)	TÁTICAS	EZCUZÊ	SUPERNOVA
$NF = (NP \times 3) + (NT \times 7)$	398	508	478

Irresignada com o resultado, a licitante Tatticas apresentou Recurso Administrativo publicado no dia 10 de Julho de 2024 no Portal de Licitações do SESC Santa Catarina, onde questiona o resultado final do certame.

Diante do Recurso apresentado, a EZCUZÊ traz suas Contrarrazões que passa a expor:

A. Quanto as inapropriadas considerações apresentadas:

No Recurso Administrativo apresentado a licitante Tatticas questiona, de forma inapropriada e ofensiva, o resultado final do certame.

A recorrente não aponta de forma objetiva uma infração que esteja sendo cometida em relação ao edital, o que torna sem efeito o seu recurso.

Inicialmente, ao descrever os fatos, a licitante Tatticas traz a interpretação de que havia sido classificada em primeiro lugar no ato da abertura do certame, onde foram abertos os envelopes da Proposta de Preço.

No entanto, é de suma importância deixar claro que a Licitada não proferiu nenhuma lista de classificação no certame do dia 10 de junho de 2024.

A única lista que foi publicada continha os nomes das concorrentes com suas propostas comerciais e pontuação em consequência de suas propostas. As propostas comerciais são apenas UM dos itens avaliados no processo, que somados à Nota da Proposta Técnica formaram a pontuação final e consequente classificação.

Com este ponto percebe-se que a recorrente age de forma dissimulada, fugindo da realidade dos fatos, ou buscando interpretações equivocadas.

Na continuidade do seu recurso, a licitante Tatticas questiona a avaliação feita pela Subcomissão Técnica, e a faz de forma irônica e desrespeitosa.

Cabe ressaltar que a subcomissão técnica tem autonomia e independência em seu julgamento, e pelo que indica o processo, procedeu sua análise de forma clara e imparcial, apresentando suas justificativas de maneira objetiva.

A licitante Tatticas, desconsiderando a autonomia e o poder conferidos à Subcomissão Técnica, manifesta apenas sua opinião própria, sem um embasamento consistente ou algum apontamento de infração ao edital.

B. Quanto à avaliação do item Repertório:

Ao questionar a avaliação do item Repertório, a Tatticas faz uma comparação leviana e um julgamento de cunho particular quanto à peça apresentada pela licitante EZCUZÊ.

Neste caso, cabe apenas destacar que a peça apresentada pela EZCUZÊ cumpre com rigor seu papel de comunicação. O mobiliário urbano utilizado em abrigos de ônibus pelo Governo do Estado de Santa Catarina em sua campanha de divulgação do Programa Universidade Gratuita, teve como estratégia a seleção de pontos de ônibus próximos as universidades participantes do programa. A apresentação de um QR Code, possibilitou ao público impactado um acesso direto ao hotsite do programa quando esperava por seu ônibus, e representou uma importante origem de tráfego ao hotsite.

A identidade do programa, também desenvolvida pela agência, contou com a criação de um elemento em estilo neon, e os mobiliários urbanos de abrigos de ônibus, por serem retro iluminados, funcionaram como uma das peças mais bonitas e criativas da campanha.

Fora isso, as demais peças apresentadas pela EZCUZÊ em seu repertório, são materiais altamente bem elaborados, desenvolvidos para grandes marcas e com recursos estéticos de primeira linha. Não à toa, foram reconhecidos em premiações do recentes do segmento, destacando-se:

Filme Abril Azul, desenvolvido para o Governo do Estado de Santa Catarina. Premiado com Ouro no Prêmio Colunistas Região Sul 2023, e como melhor Comercial Institucional no Prêmio Acaert 2024.

Ação ACAERT com apresentadores das principais emissoras do estado para marcar a Semana da Televisão. Premiada com Ouro no Prêmio Colunista 2023 Região Sul.

Filme Institucional para a multinacional AGFA, produzido diretamente para a matriz na Bélgica e utilizado mundialmente pela companhia.

As peças apresentadas estão disponíveis no processo e sua apreciação deixa clara a superior qualidade do material apresentada pela licitante EZCUZÊ em relação a licitante Tatticas.

Da mesma forma, não há nenhuma irregularidade quanto à avaliação da subcomissão Técnica ter atribuído ao item Repertório da licitante Tatticas a nota 0 (zero).

C. Quanto à avaliação do item Ideia Criativa:

Ao questionar a Ideia Criativa da campanha apresentada pela licitante EZCUZÊ a Tatticas simplesmente ignora todo o racional desenvolvido na Estratégia de Comunicação Publicitária, pautada em estudos e dados de mercado, e que traz uma narrativa rica e bem elaborada para se chegar ao conceito proposto.

A licitante Tatticas em seu recurso, menospreza reiteradamente a capacidade da licitada em avaliar as propostas das licitantes, ao mesmo tempo em que busca depreciar a qualidade técnica de suas concorrentes. Em que pese o fato de não ser da alçada da concorrente (última classificada) julgar as propostas de seus concorrentes, iremos apresentar de forma resumida alguns dos conceitos que guiaram a criação da campanha da

Ezcuzê Propaganda, com o objetivo de afastar de forma definitiva a falsa ideia gerada pelo julgamento presunçoso de que criamos uma campanha “pobre e sem criatividade”.

O slogan de campanha “Tudo por você”, nada tem de simplista tampouco de superficial. Ele é direto e fala especificamente com o público final do Sesc-SC, A campanha possui todo um contexto de diversidade de serviços oferecidos para cada indivíduo de forma atenciosa e dedicada ao cliente Sesc, daí o uso do pronome “você”, o cliente. A campanha quer colocar em evidência esse indivíduo usando além do pronome, uma técnica de design chamada “oversizing” ou em português: sobre-dimensionamento. A técnica consiste em aumentar deliberadamente o tamanho de certos elementos dentro de um layout, em detrimento de outros contrariando uma proporção real da cena, justamente com o objetivo de chamar a atenção do espectador para esse elemento, que no nosso caso é o cliente Sesc-SC. Nas peças da campanha da Ezcuzê, o que se quis transmitir, foi a importância que o Sesc-SC dá para seus clientes, através da supervalorização de sua imagem nos layouts.

Dentre outros aspectos importantes no conceito do sobre-dimensionamento, como Destaque e Focalização; Hierarquia visual; Legibilidade e Clareza; tudo muito autoexplicativo, destacamos o Impacto Emocional, grandes elementos visuais têm o potencial de evocar uma resposta emocional mais forte do público.

Concluindo, o sobre-dimensionamento é uma técnica poderosa no arsenal de um profissional de comunicação, permitindo não apenas destacar elementos-chave, mas também criar layouts visualmente atraentes e eficazes. Quando usado com cuidado e propósito, pode aumentar significativamente o impacto e a eficácia de uma peça publicitária.

D. Quanto à insinuação de Plágio:

Ao sugerir um plágio no conceito proposto tanto pela licitante EZCUZÊ quanto pela SUPERNOVA, percebe-se que a licitante Tatticas age de forma maliciosa e mal intencionada.

O Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação Publicitária apresentados na Proposta Técnica da licitante EZCUZÊ trazem uma narrativa poderosa e fazem a construção de um racional bastante rico que culmina com a criação do conceito “Tudo por Você”. A Estratégia de Comunicação Publicitária traz dados de mercado que reconhecem e fortalecem a visão e o foco no cliente e deixam claro que o conceito foi construído e não plagiado. Existe uma narrativa clara, própria, fiel aos dados do Sesc-SC e ao comportamento da entidade em sua atuação no mercado, que conduzem para a criação do conceito da campanha.

Isso deixa claro que o conceito foi criado. Foi desenvolvido de forma proprietária e carrega consigo um significado próprio e particular para o Sesc-SC.

Em seu recurso, a licitante Tatticas referencia peças com textos diferentes do que propôs a EZCUZÊ em sua campanha simulada, como: “O Sesc é feito para você”, “Tudo pra você” ou “Tudo começa pro você”, numa clara busca pela distorção da realidade.

Em outras duas peças apresentadas pela licitante Tatticas, onde o texto “Tudo por você” aparece, percebe-se com clareza que são contextos totalmente diferentes. Um deles se refere ao nome de um programa de televisão, e o outro é apenas um texto escrito em uma embalagem plástica.

Logo, resta claro que a alegação de plágio apontada pela recorrente é infundada, rasa e mal-intencionada.

E. Quanto à cobrança indevida dos itens de criação:

Por fim, a licitante Tatticas questiona a ausência da cobrança dos itens de criação nas propostas apresentadas tanto pela EZCUZÊ quanto pela SUPERNOVA.

No entanto, este ponto foi claramente definido em um dos questionamentos feitos à véspera da licitação, que deixou claro que os custos de criação não deveriam ser contabilizados na campanha simulada:



QUESTIONAMENTO II

Referente ao Edital Concorrência 026/2024

A Comissão Permanente de Licitação torna público para efeitos legais o seguinte comunicado, referente ao processo licitatório do Edital cujo objeto é a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM SERVIÇO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA O Sesc/SC.**

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.

A resposta ao questionamento é clara e específica. Não sobram dúvidas quanto a inclusão ou não dos custos de criação da campanha.

Tal fato corrobora para que a Proposta Técnica da licitante Tatticas é que seja passível de revisão por ter considerado erroneamente a inclusão dos custos de criação em sua proposta.

Ilustrados os fatos, resta claro que o Recurso Administrativo apresentado pela licitante Tatticas, além de desrespeitoso, não aponta consistência em seus pedidos. Não há infração ao edital expressa em suas colocações, exceto uma tentativa clara de distorção dos fatos.

2. DO REQUERIMENTO

Ante o exposto, é a presente para requerer a total improcedência do recurso administrativo e o prosseguimento do certame licitatório.

NESTES TERMOS,

PEDE DEFERIMENTO.

Florianópolis, aos doze dias do mês de julho de 2024.

EZCUZÊ AGÊNCIA DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA

CNPJ nº 10.749.284/0001-77

João Paulo Almeida Coelho de Bem