ILUSTRÍSSIMO SENHORA PRESIDENTE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA LICITAÇÃO DO SESC - SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO DEPARTAMENTO REGIONAL EM SERGIPE

Edital de Concorrência Pública nº 24/0003 – SESC.

TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA., pessoa jurídica de direito privado, licitante, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 09.381.167/0001-14, com sede na Rua Antônio Andrade, nº 1246, Bairro Coroa do Meio, CEP: 49.035-050, Aracaju/SE, neste ato representada por seu sócio-administrador RODRIGO DE FREITAS FARIA DE VASCONCELOS, brasileiro, natural de Niterói/RJ, solteiro, publicitário, portador da RG nº 1.297.532/SE e CPF nº 003.631.805-16, residente e domiciliado na Av. Poeta Mario de Araújo Cabral, 101 - Bairro Mosqueiro, CEP: 49008-707, Aracaju/SE, vem, respeitosamente, à presença de Vossa Excelência, dentro do prazo legal estabelecido contra o julgamento proferido pela Comissão de Licitação referente à Ata da Segunda Sessão, conforme Ata da reunião realizada em 13 de março de 2025.

Seja o presente Recurso Administrativo recebido e processado para o devido julgamento.

Nestes termos,

Aguarda deferimento.

Aracaju, 24 de março de 2025.

Rodrigo de Freitas Faria de Vasconcelos.

TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

RODRIGO DE FREITAS FARIA DE VASCONCELOS

09.381.167/0001-14
IM: 77382-8
TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA
Rua Antônio Andrade, nº 1246
B. Coroa do Meio - CEP: 49.035-050
Aracaju - Sergipe

RAZÕES DO RECURSO ADMINISTRATIVO

Edital de Concorrência nº 24/0003 – SESC.

Recorrente: Teaser Comunicação e Marketing Ltda.

I – DOS FATOS:

A agência Recorrente foi credenciada no procedimento licitatório instituído pelo SESC, na modalidade CONCORRÊNCIA Nº 24/0003, do tipo "TÉCNICA E PREÇO", para concorrer à contratação de serviços especializados de publicidade.

Quando da realização da Segunda Sessão, apesar da Recorrente ter sido classificada em primeiro lugar, percebeu algumas inconsistências nos julgamentos das propostas técnicas.

Todavia, a Recorrente entende que o julgamento proferido pela Ilustre Comissão de Licitação foi equivocado na análise dos Planos de Comunicação de três agências: Base Propaganda (3ª classificada), Conceito Comunicação Integrada (2ª classificada) e Teaser Comunicação e Marketing LTDA (1ª classificada).

Isto posto, a Recorrente demonstra a seguir os problemas identificados, de forma individualizada.

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

II – DAS RAZÕES:

II.1 – DOS ERROS DA LICITANTE BASE PROPAGANDA (3ª classificada)

ERRO 1: Discrepância entre Peça Listada, Exemplo Corporificado e Proposta Orçamentária – BASE PROPAGANDA – Desclassificação

Fundamentação:

A presente impugnação objetiva a desclassificação da licitante BASE PROPAGANDA devido a vício insanável em sua proposta, especificamente no item "Ideia Criativa" (item 7.19 do Edital). A licitante descreveu um filme publicitário de 30 segundos. No entanto, o filme apresentado como exemplo tinha 60 segundos. Essa discrepância configura alteração substancial na proposta, impactando o resultado final e violando os princípios da legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência (art. 37, CF/88 e Lei nº 14.133/2021). A versão de 60 segundos permitiu a inclusão de mais informações, concedendo vantagem competitiva ilegítima. A proposta orçamentária considerou apenas o custo de um filme de 30 segundos (R$ 6.300,00), enquanto um de 60 segundos teria custo aproximadamente duplicado. Essa diferença não contemplada demonstra extrapolação do valor máximo definido, configurando vício orçamentário. O item 7.24 exige indicação sucinta da peça, que, por definição, deve corresponder à peça realmente apresentada.

Conclusão: A discrepância entre a proposta e o material apresentado, somada à extrapolação orçamentária, configura vício insanável, comprometendo a isonomia e a transparência.

Requerimento: Desclassificação da licitante BASE PROPAGANDA.

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

ERRO 2: Sugestão de Item Divergente do Objeto da Licitação – BASE PROPAGANDA – Desclassificação

Fundamentação:

A licitante BASE PROPAGANDA incluiu item incompatível com o objeto da licitação, que se limita a serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010), excluindo assessoria de imprensa ou produção de conteúdo jornalístico. A inclusão da peça "Matérias Site" configura vício insanável.

A presente licitação, regida pela Lei nº 12.232/2010, objetiva a contratação de serviços de publicidade, e não a produção de conteúdo jornalístico. A criação e produção de 'matérias' são inerentes às atividades de jornalismo e assessoria de imprensa, disciplinas distintas e incompatíveis com o objeto deste certame. Ainda que houvesse a eventual presença de jornalista no quadro funcional da licitante (o que não consta nos autos) não configura habilitação para a execução de tarefas estranhas ao objeto contratual.

Ou seja, a licitante BASE contrariou o que está estabelecido na lei, propondo contratação de DICIPLINAS que não são contempladas pelo objeto da licitação: restritas aos serviços de publicidade, estes que só abrangem a compra de mídia.

Além da incompatibilidade com o objeto da licitação, a ausência da peça 'Matérias Site' entre os exemplos corporificados, apesar de ter sido listada entre as 10 peças da 'Ideia Criativa', demonstra a incapacidade técnica da licitante em produzir conteúdo jornalístico. Uma agência de publicidade não está habilitada a realizar tarefas inerentes à assessoria de imprensa. A omissão reforça a inconsistência e a ilegitimidade da inclusão dessa peça na proposta. O que diz o edital:

> 7.19. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:
>
> a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

de comunicação publicitária, como previsto no subitem 7.18, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação desejado pela CONTRATANTE, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

7.21. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na alínea 'b' do subitem 7.19 e na alínea 'a' do subitem 7.22, a relação prevista na alínea 'a' do subitem 7.19 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

Conclusão: A licitante demonstra desconhecimento do objeto e das normas da licitação. A inclusão de itens incompatíveis e a falta de apresentação de peça listada configuram vício insanável.

Requerimento: Desclassificação da licitante BASE PROPAGANDA.

ERRO 3: Não contemplação das peças listadas em Ideia Critiva nas planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia – BASE PROPAGANDA – Desclassificação

Em sua listagem de peças aLICITANTE BASE listou "Matérias Site" como uma das peças da campanha, no entanto não contemplou os custos de produção/veiculação. Vejamos a listagem completa:

01) Filme 30

02) Spot 30

03) Redes Sociais

04) Pack de Stickers

05) Folheto

06) Outdoor

07) Busdoor

08) Matérias site

09) Banner site

10) Mídia programática

A ausência, na 'Estratégia de Mídia e Não Mídia', dos custos de produção e desenvolvimento das 'Matérias Site', previamente listadas no item 'Ideia Criativa', configura vício insanável. Essa omissão impossibilita a adequada avaliação da proposta e viola o disposto nos itens 7.28 e 7.29 do edital, que exigem a inclusão de todas as peças listadas na simulação orçamentária. Vejamos o que diz os referidos itens:

> 7.28. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:
>
> a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
>
> b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinado à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas

7.29. Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 7.19. deverão constar dessa simulação.

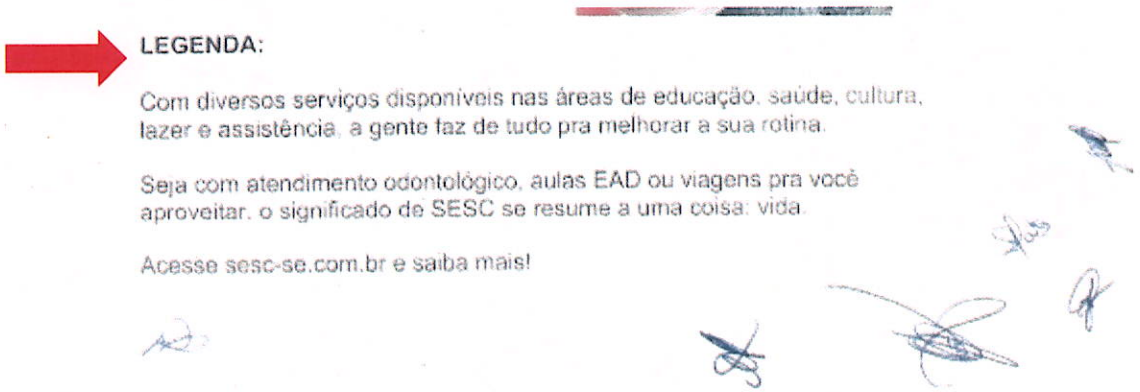
Conclusão: A omissão na simulação orçamentária configura vício insanável.

Requerimento: Desclassificação da licitante BASE PROPAGANDA.

ERRO 4: Descumprimento da Formatação Exigida pelo Edital – BASE PROPAGANDA – Desclassificação

Fundamentação:

A licitante BASE PROPAGANDA utilizou negrito em palavras do Plano de Comunicação Publicitária, descumprindo o item 7.3 do edital, que exige o estilo "normal" para todos os textos. Embora tenha seguido as demais orientações (fonte Arial, tamanho 12, etc.), a utilização indevida de negrito configura falta de atenção e compromete a apresentação. O item 7.5 reforça a aplicação das regras de formatação para todos os itens.


LEGENDA:

Com diversos serviços disponíveis nas áreas de educação, saúde, cultura, lazer e assistência, a gente faz de tudo pra melhorar a sua rotina.

Seja com atendimento odontológico, aulas EAD ou viagens pra você aproveitar, o significado de SESC se resume a uma coisa: vida.

Acesse sesc-se.com.br e saiba mais!

Requerimento: Desclassificação da licitante BASE PROPAGANDA.

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

ERRO 5: Valor Divergente na Veiculação em Rádio – BASE PROPAGANDA – Redução de Nota

Fundamentação:

A licitante apresentou valor divergente (R$ 62,40) para a veiculação de 30 segundos na FM Sergipe em comparação com o valor oficial da tabela do veículo (R$ 62,20). Essa pequena diferença demonstra falta de atenção e compromete a precisão orçamentária. Vejamos a tabela oficial da FM Sergipe:



TABELA DE PREÇOS

DURAÇÃO	10"	15"	30"	45"	60"
DETERMINADO	R$ 44,43	R$ 62,20	R$ 88,85	R$ 133,28	R$ 177,71
06 ÀS 19H	R$		R$ 62,20	R$ 93,29	R$ 124,39
05 ÀS 00H	R$ 23,32	R$ 32,65	R$ 46,65	R$ 69,97	R$ 93,29
21 ÀS 00H	R$ 17,10	R$ 23,94	R$ 34,21	R$ 51,31	R$ 68,42
00 ÀS 05H	R$ 10,88	R$ 15,24	R$ 21,77	R$ 32,65	R$ 43,54
TESTEMUNHAL			R$ 406,69	R$ 610,04	R$ 813,38
FLASH					R$ 890,99

Observações:
- Os comerciais deverão ter exatamente o tempo determinado;
- Veiculação de, no máximo, 20 comerciais diários;
- Cancelamentos, somente com 30 dias de antecedência;
- Valor mínimo para contrato R$ 500,00 (quinhentos reais);
- Prazo de pagamento: 15 dfm;

Fale com a gente

(79) 3045-4413/4414

comercial@fmsergipe.com.br

FM SERGIPE 95,9

Conclusão: A imprecisão demonstra incapacidade de lidar com a verba da campanha.

Requerimento: Redução de nota na "Estratégia de Mídia e Não Mídia".

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

II.2 – DOS ERROS DA LICITANTE CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA (2ª classificada)

ERRO 01: Da superficialidade da Estratégia de Comunicação – CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA – Redução de Nota

Fundamentação:

A proposta da licitante CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA apresenta estratégia de comunicação superficial e rasa, com menos de uma lauda, sem a construção e o cadenciamento lógico exigidos no item 7.18 do edital. A proposta omite informações cruciais, como "quando dizer" e "quais meios de divulgação utilizar", conforme consta no

> 7.18. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos de comunicação desejados pela CONTRATANTE, compreendendo:
>
> a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
>
> b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer a quem dizer como dizer, **quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.**

Apesar disso, a subcomissão atribuiu nota superior à Estratégia de Comunicação da Conceito, comparada a nota da Recorrente, o que é injustificável.

Conclusão: A falta de clareza, fundamentação e completude na estratégia de mídia demonstra menor capacidade técnica.

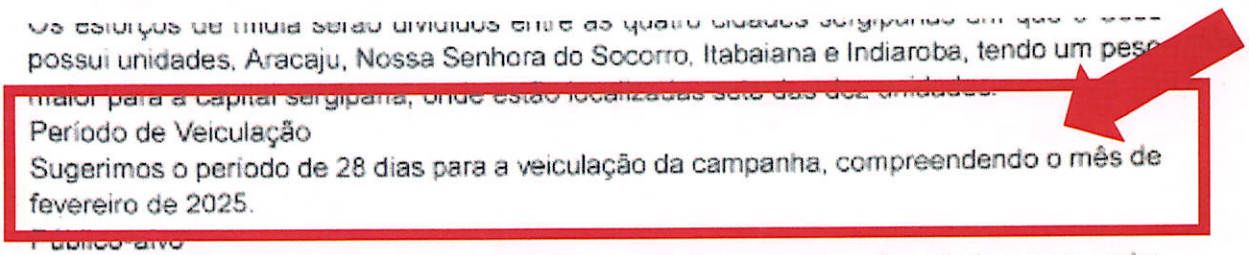
Requerimento: Redução de nota da CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA ou reparação na nota da Recorrente.

ERRO 02: Divergência no Período de Veiculação – CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA – Desclassificação

Fundamentação:

A licitante CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA apresenta divergência entre o período de veiculação na "Estratégia de Mídia e Não Mídia" (fevereiro/2025, página 5) e nas planilhas orçamentárias (maio/2025, página 15). Vejamos:

Como consta na Estratégia de Mídia e não Mídia:



Os esforços de mídia serão divididos entre as quatro cidades sergipanas em que o [illegible] possui unidades, Aracaju, Nossa Senhora do Socorro, Itabaiana e Indiaroba, tendo um peso maior para a capital sergipana, onde estão localizadas seis das doze unidades.

Período de Veiculação

Sugerimos o período de 28 dias para a veiculação da campanha, compreendendo o mês de fevereiro de 2025.

Público-alvo

De acordo com o desafio de comunicação apontado no briefing do edital, a campanha deve impactar trabalhadores do segmento do comércio de bens, serviços e turismo e seus

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

Como consta nas planilhas orçamentárias:

PEÇAS DE MÍDIA						
One Station Media	Google Display	01 a 28/05/2025	350.000	0,02	7.000,00	11,76%
	Youtube		10.000	0,80	8.000,00	13,45%
	Meta		350.000	0,012	4.200,00	7,06%
TOTAL MÍDIA DIGITAL			710.000		19.200,00	32,27%
Like Mídia	Busdoor	01 a 28/05/2025	5	700,00	3.500,00	5,88%
Ajalux	Outdoor	08 a 21/02/2025	4	2.200,00	8.800,00	14,79%
Superlux	Vinheta 10"	01 a 28/05/2025	3	1.963	5.000,00	8,40%
TOTAL MÍDIA OOH			10.809		17.300,00	29,08%
TOTAL MÍDIA					36.500,00	61,34%

Conclusão: A inconsistência indica erro na elaboração da proposta.

Requerimento: Desclassificação da CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA, ou, alternativamente, redução da nota.

ERRO 3: Valor Divergente na Veiculação em Busdoor – CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA – Redução de Nota

Fundamentação:

A licitante CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA apresenta valor divergente (R$ 700,00) para o custo unitário de veiculação de busdoor na Like Mídia (página 15) em

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

relação ao valor da tabela oficial (R$ 400,00, página 16), que inclui veiculação + impressão de adesivo. Vejamos a tabela oficial da Like Mídia:

Like Mídia busdoor
Sua Mídia de Impacto

PROPOSTA COMERCIAL

SERVIÇO	PERÍODO	VALOR
Busdoor	30 dias	R$ 400
Backbus	30 dias	R$ 1.000
Outdoor	15 dias	R$ 1.350

Observação: o valor unitário das plataformas de comunicação visual engloba os serviços de impressão tradicional e veiculação.

Conclusão: A imprecisão demonstra falta de atenção e compromete a precisão orçamentária.

Requerimento: Redução de nota na "Estratégia de Mídia e Não Mídia".

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1246
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM
teaser.

II.3. DA NECESSIDADE DE CORREÇÃO DA NOTA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – TEASER COMUNICAÇÃO – CORREÇÃO DE NOTA

Fundamentação:

A média das notas atribuídas à TEASER COMUNICAÇÃO para o "Plano de Comunicação Publicitária" foi calculada incorretamente (56,00). A média correta é 56,33. Esse erro afeta a pontuação final.

Conclusão: Erro de cálculo na média das notas.

Requerimento: Correção da média para 56,33, resultando em pontuação final de 88,33.

III – DO PEDIDO:

Diante do exposto, requer a Recorrente seja o presente RECURSO ADMINISTRATIVO recebido e processado. No mérito, requer o seu PROVIMENTO para:

a) Em relação à BASE PROPAGANDA (3ª classificada) a DESCLASSIFICAÇÃO. Alternativamente, assim não entendendo, requer a redução da nota, nos termos da fundamentação acima elucidada;

b) No que concerne a licitante CONCEITO COMUNICAÇÃO INTEGRADA (2ª classificada), a DESCLASSIFICAÇÃO. Alternativamente, assim não entendendo, requer a REDUÇÃO DA NOTA por ausência no cumprimento dos requisitos deste edital como também pelos erros objetivos cometidos;

RUA ANTÔNIO ANDRADE . 1240
COROA DO MEIO . CEP 49035.050
ARACAJU/SE . (79) 3255.1487
WWW.TEASERCOMUNICACAO.COM

c) Em relação a TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA (1ª classificada), a reparação de sua nota técnica, conforme explicitado no item II.3 desta peça recursal.

Nestes termos,

Aguarda deferimento.

Aracaju/SE, 24 de março de 2025.

TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING

RODRIGO DE FREITAS FARIA DE VASCONCELOS

09.381.167/0001-14
IM: 77382-8
TEASER COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA
Rua Antônio Andrade, nº 1246
B. Coroa do Meio - CEP: 49.035-050
Aracaju - Sergipe