

DECISÃO ADMINISTRATIVA

CONCORRÊNCIA SESC Nº. 000002-25-CC

RECORRENTE: PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA

RECORRIDO: *DECISUM* DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA NOMEADA PELA ORDEM DE SERVIÇO SESC/DR de n.º 016/2025.

OBJETO: CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA O SESC/TO.

I – DO JUÍZO DE ADMISSIBILIDADE RECURSAL

O Recurso Administrativo revela-se adequado, tempestivo e subscrito por seu representante habilitado. Assim, preenchidos os pressupostos de admissibilidade, recebo o presente Recurso interposto pela empresa Recorrente.

Passemos à análise.

II- RELATÓRIO.

Trata-se de recurso administrativo interposto pela empresa Public Propaganda e Marketing LTDA., em face das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica no Processo Licitatório de n.º 000002-25.

III – DAS RAZÕES RECURSAIS APRESENTADAS PELA EMPRESA RECORRENTE

Em síntese, a RECORRENTE, em suas razões recursais, menciona o que segue:

- I. O recebimento do recurso interposto, nos termos do Edital e das Resoluções e normas do SESC;
- II. Que seja revista pela Subcomissão Técnica as notas atribuídas a Public, pois não foi cometido nenhuma infração ou descumprimentos do Edital e das leis licitatórias;
- III. Solicitamos as reavaliações das notas das Agência Desigual e Cannes por descumprirem o item 3.3.2 do briefing do edital. As agências também não evidenciaram com a força solicitada no briefing o apelo para a facilidade na marcação das consultas, como principal indutor para atração de novos clientes para a clínica; e
- IV. Sabendo e temos o conhecimento da Resolução e normas dos processos licitatórios do SESC e na hipótese de a CPL não reconsiderar suas notas ou decisões, que faça este subir à autoridade superior em

consonância com o previsto no § 4º do Art. 109 da Lei 8.666/93, comunicando-se aos demais licitantes para as devidas impugnações, se assim o desejarem, conforme previsto no § 3º do mesmo artigo da Lei 8.666/93.

Em ato contínuo, o recurso interposto foi concedido publicidade no site do Sesc/TO e através dos e-mails das empresas licitantes, e, concedido o prazo para apresentarem contrarrazões.

Compulsando os autos, verifica-se que a empresa Desigual Propaganda Ltda, apresentou suas contrarrazões, alegando, basicamente, *que não se configura qualquer descumprimento ao edital que justifique a reavaliação das notas atribuídas. Assim sendo, requer-se o desprovemento do recurso interposto, mantendo-se integralmente a decisão administrativa da Comissão Permanente.*

Em síntese é o relatório.

III – FUNDAMENTAÇÃO.

De início insta salientar que o Sesc é uma entidade de âmbito Nacional que atua no fomento do desenvolvimento do País, nas áreas de lazer, educação, cultura e esporte, sempre pautada pela lisura e moralidade administrativa em suas ações, jamais tendo interesse em beneficiar este ou aquele licitante, pelo contrário, tem seu compromisso com o respeito a todos os licitantes e sobretudo tratamento igualitário a todos que manifestam interesse em contratar com a instituição, por tais razões repudia qualquer manifestação que vise macular a imagem desta renomada instituição, pelo que reforça seu posicionamento veemente quanto as suas decisões sob a égide da lei e em consonância com os princípios da legalidade, moralidade, publicidade, igualdade e eficiência, não tendo o menor receio em dispor ao conhecimento dos órgãos competentes o que for necessário ao fiel cumprimento da lei, da moral e dos bons costumes.

Antes de adentrar no cerne da questão em exame, forçoso salientar que o Sesc/TO se caracteriza como Serviço Social Autônomo integrante do denominado Sistema “S”, instituído por lei, possuindo personalidade de direito privado e não têm fins lucrativos. É um ente paraestatal, no sentido de que atua ao lado do Estado, mediante o desempenho de atividades não lucrativas, não integrando a Administração Direta (União, Estados, Municípios e Distrito Federal), nem tampouco a Indireta (Autarquias, Fundações Públicas, Sociedades de Economia Mista e Empresas Públicas).

Neste entendimento, as Decisões 907/97, de 11/12/1997 e 461/98, de 22/7/1998 do Plenário do Tribunal de Contas da União, consolidaram a interpretação de que os Serviços Sociais Autônomos do qual o Sesc/TO é parte integrante, não estão

sujeitos aos procedimentos da Lei nº 8.666/93 **(e por analogia da referida decisão inframencionada, o Sistema “S” não está também sujeito a atual lei de licitações e contratos, qual seja, Lei de nº 14.133/2021)** próprios devidamente aprovados e publicados, senão vejamos:

“1.1 – improcedente, tanto no que se refere à questão da “adoção” pelo SENAC/RS, da praça pública Daltro Filho, em Porto Alegre – RS, quanto no que tange aos processos licitatórios, visto que, por não estarem incluídos na lista de entidades enumeradas no parágrafo único do art. 1º da Lei 8.666/93, os serviços sociais autônomos não estão sujeitos à observância dos estritos procedimentos na referida lei, e sim aos seus regulamentos próprios devidamente publicados;” (TCU, Decisão 907/1997 – Plenário, Min. Rel. Lincoln Magalhães da Rocha).

Conforme preceitua o Regulamento de Licitações e Contratos do Serviço Social do Comércio – Sesc em seu art. 2º, inciso I¹, a licitação destina-se a seleção da proposta mais vantajosa e garantia da transparência, da isonomia, da ética, da integridade, da legitimidade, da eficiência, da celeridade e da objetividade da aplicação dos recursos, práticas de controle e de colaboração, bem como o alcance de suas finalidades institucionais.

Por fim, é imperioso enaltecer o trabalho desenvolvido pelos representantes da Comissão de Licitação e da Subcomissão Técnica do Sesc/TO, que de forma notória vem atuando nos estritos limites da legalidade, com extremo zelo aos interesses da instituição, agindo sempre na busca da proposta mais vantajosa aliada a qualidade e economicidade, não medem esforços para que o certame alcance seus objetivos, evitando prejuízos financeiros ou a boa imagem institucional da entidade que representam, dignos, portanto, do devido reconhecimento, pelo que, aqui fica registrado.

Pois bem.

Compulsando as razões recursais interposta pela empresa Recorrente, verifica-se que, a matéria posta possui caráter eminentemente técnico, nesse toar, as conclusões exaradas pela Subcomissão Técnica do Sesc/TO servem para nortear a construção do juízo decisório desta gestão.

Após a devida reavaliação dos argumentos apresentados, conclui-se que não há elementos que justifiquem a alteração da decisão anteriormente proferida. O julgamento realizado pela Subcomissão Técnica seguiu rigorosamente os critérios estabelecidos no edital, respeitando os princípios da legalidade, impessoalidade e isonomia.

¹ Resolução Sesc/DN de nº 1.593 de 02 de maio de 2024.

Diante disso, e, em relação aos critérios técnicos avaliativos e com base no parecer técnico expedido pela Subcomissão técnica, documento em anexo, ficou assente que a empresa Recorrente não assiste razão porquanto esta comissão reitera sua avaliação, destacando de forma objetiva e pontualmente as análises técnicas e situações exatas que levaram às atribuições das respectivas notas.

IV - DA DECISÃO

Ante o exposto, conheço do recurso interposto, eis que presentes os pressupostos subjetivos e objetivos de sua interposição, para no mérito, **NEGAR-LHE PROVIMENTO**, mantendo-se inalterada a decisão original, pelos seguintes fundamentos:

1. A avaliação técnica foi conduzida conforme os critérios previamente estabelecidos no edital;
2. Não foram identificadas inconsistências ou falhas processuais que comprometam o julgamento realizado; e
3. O procedimento adotado respeitou integralmente o Regulamento de Licitações e Contratos do Sesc, qual seja, Resolução SESC/DN de n.º 1.593/2024.

Palmas/TO, 31 de março de 2025.

Assinatura eletrônica

Valcy Barbosa Ribeiro
Diretor Jurídico Sesc/TO

Anexo I – Parecer Técnico expedido pela Subcomissão técnica em face das razões recursais interpostas pela empresa Reconte.

PARECER DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Processo Licitatório de n.º 000002-25, na modalidade Concorrência, do tipo, Técnica e Preço.

De: Subcomissão Técnica nomeada pela Ordem de Serviço Sesc/DR de n.º 016/2025

Para: Comissão de Licitação do Sesc/TO de n.º 1169/2025

Assunto: Parecer técnico em face das razões interpostas pela empresa PUBLIC PROPAGANDA E MARKETING LTDA. Processo Licitatório de n.º 000002-25 – CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA O SESC/TO.

Senhor presidente da Comissão Permanente de Licitação,

Trata-se de recurso interposto pela empresa Public Propaganda e Marketing LTDA., contra as notas atribuídas pela Subcomissão Técnica no Processo Licitatório de n.º 000002-25, tendo como objeto, A CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA O SESC/TO.

I – DAS RAZÕES RECURSAIS APRESENTADAS PELA EMPRESA RECORRENTE

Em síntese, a RECORRENTE, em suas razões recursais, menciona o que segue:

- I. A Public Propaganda e Marketing REQUER, inicialmente o recebimento do presente recurso, nos termos do Edital e das Resoluções e normas do SESC;
- II. Que seja revista pela Subcomissão Técnica as notas atribuídas a Public, pois não foi cometido nenhuma infração ou descumprimentos do Edital e das leis licitatórias;
- III. Solicitamos as reavaliações das notas das Agência Desigual e Cannes por descumprirem o item 3.3.2 do briefing do edital. As agências também não evidenciaram com a força solicitada no briefing o apelo para a facilidade na marcação das consultas, como principal indutor para atração de novos clientes para a clínica; e
- IV. Sabendo e temos o conhecimento da Resolução e normas dos processos licitatórios do SESC e na hipótese de a CPL não reconsiderar suas notas ou decisões, que faça este subir à autoridade superior em

consonância com o previsto no § 4º do Art. 109 da Lei 8.666/93, comunicando-se aos demais licitantes para as devidas impugnações, se assim o desejarem, conforme previsto no § 3º do mesmo artigo da Lei 8.666/93.

II - DA ANÁLISE AS RAZÕES RECURSAIS INTERPOSTAS:

Com relação ao 2º questionamento, esta comissão reitera sua avaliação, destacando de forma objetiva e pontualmente as análises técnicas e situações exatas que levaram às notas, apresentados a seguir, resumidamente, em 11 pontos cruciais:

1 - A campanha, de modo geral, remete a uma campanha de restaurante.



2 - A campanha apresenta uma limitação na diversidade de personagens, o que restringe a amplitude da narrativa e a representatividade do público-alvo. Uma abordagem mais criativa poderia explorar um conjunto maior de personagens, ampliando a conexão com diferentes perfis e tornando a comunicação mais dinâmica e envolvente.

HOT SITE



CARD 1



PRÉ-TEXTO



VERBO



CARTAZ - A3



3 - Em peças digitais, como no card 1 do carrossel a seguir, não se aplica o uso do QR Code, é incorreto, pois usa-se o link diretamente na publicação.

CARD 1

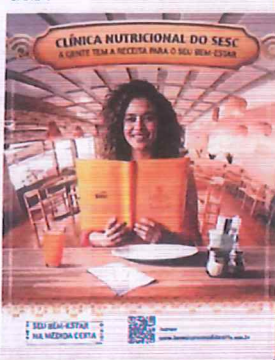


4 - No outdoor – faltaram elementos de nutrição (o prato está vazio, a personagem, frutas, saúde, entre outros).

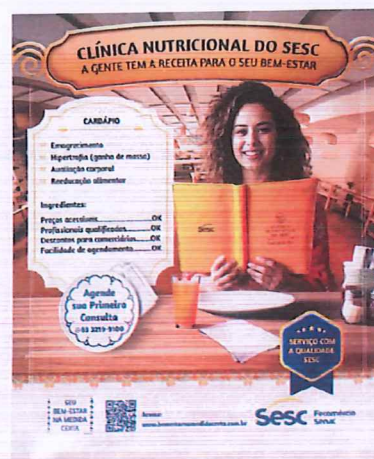


5 - Há aplicação errada da marca Sesc (panfleto e card 1 do carrossel, ambos no cardápio da personagem e no outdoor, por exemplo), diferente do que manda o Manual da Marca Sesc.

CARD 1



6 - Outro ponto de análise foi a falta de espaçamento adequado entre a marca Sesc (canto inferior direito no verso do panfleto e no banner) e o elemento (selo), conforme preconiza o espaçamento mínimo no Manual da Marca Sesc / manual de identidade visual do Sesc.



7 - É importante explorar uma linha criativa que destaque de forma inovadora e distintiva os objetivos da comunicação no setor de nutrição, evitando associações diretas com o segmento gastronômico.

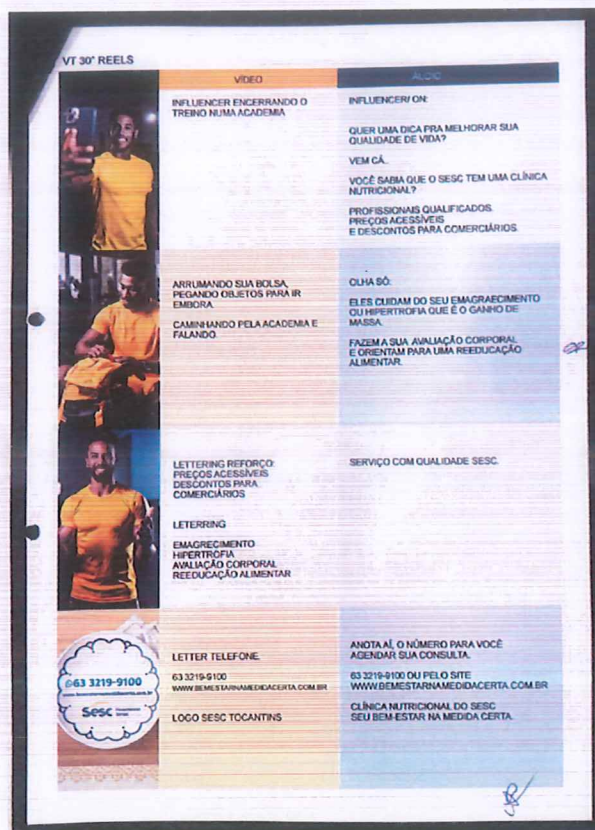
[Handwritten signature]



8 - Na estrutura do spot, há erro técnico na orientação do roteiro (a orientação técnica "locução masculina jovem, e ágil"), que está na coluna LOCUÇÃO e o correto é na outra coluna do material - TÉCNICA).

LOCUÇÃO	TÉCNICA
LOCUÇÃO MASCULINA JOVEM, E ÁGIL	SOM DE MÚSICA ELETRÔNICA, REMETENDO AO AMBIENTE DE ACADEMIA E SAÚDE.
VOCÊ CONHECE A	
CLÍNICA NUTRICIONAL DO SESC.	
PROFISSIONAIS QUALIFICADOS	
PREÇOS ACESSÍVEIS	
E DESCONTOS PARA COMERCIÁRIOS	
AGENDE A SUA PRIMEIRA CONSULTA COM NOSSOS NUTRICIONISTAS.	
ZAP SESC: 63 3219-9100	

9 - A peça VT 30" reels, fala academia, o que é uma boa ideia, mas que ficou somente nesta peça – faltou aproveitar em outros materiais. O vídeo reels está bom, mas faltou somente a ligação com a clínica de nutrição - fica mais parecendo uma peça da academia (ao final do vídeo, o personagem poderia chegar na clínica de nutrição e não ficar preso somente à academia).



10 - Sobre o vídeo para Youtube, como dito anteriormente, o uso de um restaurante e um garçom remete ainda mais a uma campanha de restaurante. Há um erro técnico no material, quando o vídeo chama para "link na bio", sendo que não há essa aplicação no Youtube (o correto é o link na descrição do vídeo ou no SAIBA MAIS / link ao final do vídeo).



11 - Ainda nas estratégias de mídia, o período citado é de outubro a novembro para a realização da campanha, o que comprometeria o sucesso desta campanha, pois no Tocantins, historicamente, a temporada de praias é em junho e julho, além do período de carnaval (primeiro semestre). O fluxo próximo ao final do ano tende a ser menor no Estado e no Sesc.

Com relação ao 3º questionamento, as outras duas empresas licitantes cumpriram o edital, conforme análise das peças.

Outrossim, ainda em resposta aos argumentos apresentados pela licitante, cabe a esta comissão julgadora explicar mais cinco pontos relevantes:

- A) Sobre o citado no item **DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**, sendo “genuinamente tocantinense”, com equipamentos e infraestrutura, bem como equipe de profissionais capacitados, foram alguns dos critérios que levaram a nota máxima no item citado. As outras empresas licitantes também cumprem o que rege o edital, tendo experiências anteriores e atuais com o Sistema S, inclusive com o Sesc e Senac Tocantins. Deste modo, seguiu-se integralmente o que rege o edital, no item 13.3.8 - Capacidade de atendimento;
- B) Sobre o item citado em **DO RACIOCÍO BÁSICO**, a avaliação segue o que rege o edital, em especial ao item “13.3.4.3 Das características do Sesc/TO e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária”;
- C) Sobre o item **DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**, não há o que se falar em análise subjetiva ou sem conhecimento e nem técnica, conforme apresentado anteriormente, com imagens dos erros apontados. Como apresentado na justificativa da avaliação, a peça erra, por exemplo, ao não apresentar horário de atendimento de uma clínica, uma informação básica para este tipo de serviço que atende aos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo e necessitam, efetivamente, desta informação. A estratégia, ora citada como lúdica, remetendo a um restaurante, confunde-se com outro produto do Sesc, já consolidado: o restaurante, o que não era objetivo da campanha proposta, dentre outros pontos citados na avaliação;
- D) Sobre o item **IDEIA CRIATIVA**, há um erro na aplicação da marca, ao isolar a marca Sesc e excluir Senac e Fecomércio, em desacordo com o Manual da Marca Sesc. Sobre a consideração de fugir do tema de outras agências, no que diz respeito ao “Prato Cheio” e “Medida Certa”, esta discussão não cabe aqui,

- E) visto que profissionais da área não associam o contrário (prato vazio ou “menos cheio” não é sinônimo de algo saudável – mas um prato cheio, com alimentos adequados à dieta de determinado cliente / paciente, é sim saudável, além do que, este ponto foi citado na avaliação das outras empresas). Ainda sobre a capacidade de atendimento citado no item, foi respondido em item anterior;
- F) Sobre o item **DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO-MÍDIA**, a avaliação seguiu o edital, em especial o item “13.3.7.1 O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários”, principalmente quando da análise do período proposto para a realização da campanha: outubro a novembro, pois esta comissão reafirma: no Tocantins, historicamente, a temporada de praias é em junho e julho, além do período de carnaval (primeiro semestre). O fluxo próximo ao final do ano tende a ser menor no Estado e, conseqüentemente, no Sesc;
- G) Tais análises, diferente do que apresentado pela licitante, segue um processo ilibado, pois evidencia-se o conhecimento técnico da subcomissão para a realização destas análises, como evidenciado na apresentação e nas justificativas.

III – DAS CONTRARRAZÕES APRESENTADAS PELA EMPRESA DESIGUAL PROPAGANDA LTDA

Após análise das contrarrazões apresentadas pela licitante **Desigual Propaganda Ltda.**, manifestamos nossa concordância com os argumentos expostos, considerando que não há objeções técnicas ou administrativas que impeçam seu acolhimento.

IV - DA DECISÃO

Esta comissão refuta tais afirmações, uma vez que seguiu o que rege este edital, sem qualquer violação da competição e afronta aos princípios da legalidade, isonomia, vinculação ao Edital, impessoalidade, moralidade e probidade administrativa, sendo que nenhuma irregularidade se confirma após análise mais aprofundada, realista e técnica dos fatos e do direito a estes aplicável, não merecendo acolhimento o recurso em tela.




Impõem-se, portanto a manutenção da decisão sobre o julgamento das propostas técnicas das agências e a improcedência das alegações da recorrente.

Pelo exposto, esta Subcomissão, após análise dos pontos apresentados no recurso pela licitante, Public Propaganda e Marketing Ltda, com intuito de auxiliar a decisão da Direção Regional, manifesta-se da seguinte forma:

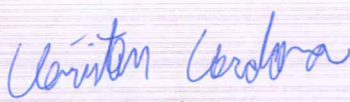
1. Conheço do recurso interposto, para no mérito, NEGAR PROVIMENTO, conforme os esclarecimentos já realizados por esta subcomissão.

É o parecer.


Palmas/TO, 31 de março de 2025



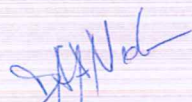
Camila Thieme Takahashi
Membro da Subcomissão



Clériston Cordova
Membro da Subcomissão



Isabel Cristina Mendes Ribeiro
Membro da Subcomissão



Diogo Akyra Arantes Noda
Membro da Subcomissão

Decisão Administrativa - Empresa PUBLIC..pdf

Documento número #50615788-28b2-49cb-b4d7-737e8273a6e0

Hash do documento original (SHA256): ff73ebe040fc665e1cfa44f3baa8b75f3042f4b83b2f026631d75f5b4c0b6436

Assinaturas



Valcy Barboza Ribeiro

CPF: 003.956.871-79

Assinou em 31 mar 2025 às 17:55:29

Log

- 31 mar 2025, 17:48:51 Operador com email gestaodecontratos@sescto.com.br na Conta 519242cb-83a7-4202-a85c-e51b6135f16a criou este documento número 50615788-28b2-49cb-b4d7-737e8273a6e0. Data limite para assinatura do documento: 30 de abril de 2025 (17:48). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 31 mar 2025, 17:49:55 Operador com email gestaodecontratos@sescto.com.br na Conta 519242cb-83a7-4202-a85c-e51b6135f16a adicionou à Lista de Assinatura: valcy@sescto.com.br para assinar, via E-mail.
- Pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Valcy Barboza Ribeiro.
- 31 mar 2025, 17:55:29 Valcy Barboza Ribeiro assinou. Pontos de autenticação: Token via E-mail valcy@sescto.com.br. CPF informado: 003.956.871-79. IP: 45.234.139.18. Localização compartilhada pelo dispositivo eletrônico: latitude -10.166664 e longitude -48.330694. URL para abrir a localização no mapa: <https://app.clicksign.com/location>. Componente de assinatura versão 1.1166.0 disponibilizado em <https://app.clicksign.com>.
- 31 mar 2025, 17:55:30 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número 50615788-28b2-49cb-b4d7-737e8273a6e0.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://www.clicksign.com/validador> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº 50615788-28b2-49cb-b4d7-737e8273a6e0, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.