

**SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO****ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO DISTRITO FEDERAL**

Ref. Comunicado Institucional Nº 00057/2025 - Gerência Adjunta de Compras. Concorrência nº 11/2025.

ABIC MARKETING E CONSULTORIA PROMOCIONAL LTDA, já devidamente qualificada, empresa classificada em segundo lugar na Concorrência em epígrafe, por meio de seu representante legal abaixo assinado vem, respeitosamente, se manifestar diante da proposta da KM Live Agency Entertainment Ltda.

**a) PRELIMINAR**

Se já não fugisse à razoabilidade o prazo tão escasso para manifestação recursal, há de se destacar que a documentação das licitantes sequer fora tornada pública no portal competente da Concorrência

<https://sescdf.com.br/web/guest/w/concorr%C3%A2ncia-n%C2%B0-11/2025-contrata%C3%A7%C3%A3o-de-ag%C3%A2ncia-especializada-em-marketing-promocional-para-presta%C3%A7%C3%A3o-de-servi%C3%A7os-de-planejamento-e-conceitua%C3%A7%C3%A3o-criativa-cria%C3%A7%C3%A3o-de-pe%C3%A7as-promocionais-produ?p%20back%20url=%2Fweb%2Fquest%2Fportal-de-compras&p%20back%20url%20title=Portal+de+Compras>.

Urge-se apontar de maneira introdutória que a documentação da KM Live foi somente disponibilizada após provocação por mensagem eletrônica desta Recorrente:

 **Ivan Hauer**  
para Licitação, min.

seg, 1 de dez, 11:08 (há 1 dia) ☆ ✕

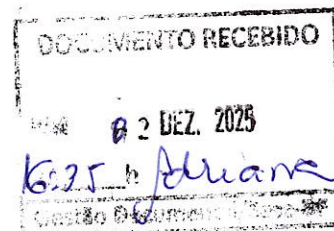
Prezados Senhores,

Em nome da empresa FLAP - ABIC Marketing e Consultoria Promocional LTDA, classificada em segundo lugar na Concorrência nº 11/2025, solicitamos formalmente vistas à íntegra dos autos do processo licitatório, incluindo todas as propostas, relatórios técnicos, pareceres, atas de julgamento e eventuais recursos apresentados.

Diante da abertura do prazo recursal, iniciado nesta data, requeremos que o prazo seja suspenso, conforme princípio do contraditório e da ampla defesa, até que nos seja efetivamente concedido o acesso à documentação solicitada, garantindo condições igualitárias para análise e eventual interposição de recurso fundamentado.

Solicitamos, ainda, informações detalhadas quanto ao procedimento e meios disponíveis para a consulta e obtenção de cópias dos autos.

Agradecemos antecipadamente pela atenção e aguardamos retorno breve.



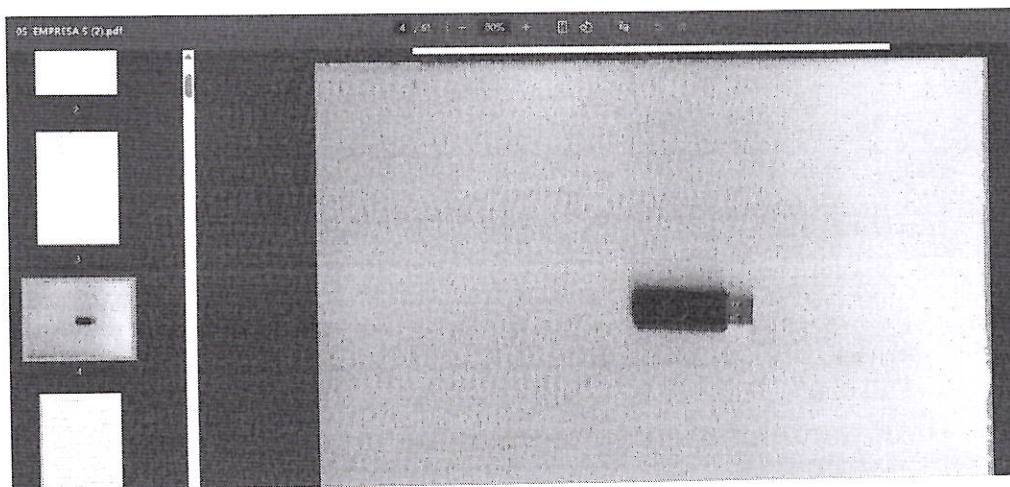
+55 (61) 3362-0249

atlapfaz.com.br

@atlapfaz

SIG - Qd 02 - nº 340 - Bloco 1 - Cobertura - Brasília - DF - 70610-901

Pois bem. Para completar, quando do acesso aos documentos da empresa declarada vencedora, simplesmente não se tem acesso às suas peças exemplificadas:



Ou seja, sabe-se que fora apresentado um pendrive, mas sem qualquer disponibilização para análise pela Recorrente da suposta lista de peças a seguir:

Ações e/ou materiais promocionais exemplificados:

- 1 - Display de balcão (peça 01.jpg)
- 2 - Influenciador (peça 02.jpg)
- 3 - Sacola kit influenciadores (peça 03.jpg)
- 4 - Cartaz A3 (peça 04.jpg)
- 5 - Post no instagram (peça 05.jpg)
- 6 - Visão geral do espaço (peça 06.jpg)
- 7 - Camiseta Pelotão de Elite (peça 07.jpg)
- 8 - Pórtico de largada (peça 08.jpg)
- 9 - Camiseta especial (peça 09.jpg)
- 10 - Medalha de participação (peça 10.jpg)

Haveria congruência aos termos do instrumento convocatório?

**Não se sabe.**

Foi possível, em prazo que já é extremamente curto, esta Recorrente ter condições de avaliar o alinhamento das ações promocionais com a estratégia proposta? **Não.**



Foi possível, em prazo que já é extremamente curto, esta Recorrente ter condições de avaliar a pertinência das ações e materiais promocionais com a natureza da entidade e com o desafio e objetivos de comunicação definidos no briefing? **Não.**

Foi possível, em prazo que já é extremamente curto, esta Recorrente ter condições de avaliar a adequação da infraestrutura e do apoio logístico propostos para a implementação das ações? **Não.**

Foi possível, em prazo que já é extremamente curto, esta Recorrente ter condições de avaliar a adequação do plano de divulgação e articulação em face do desafio, dos objetivos de comunicação e perfis dos públicos envolvidos? **Não.**

Foi possível, em prazo que já é extremamente curto, esta Recorrente ter condições de avaliar a originalidade da Solução de Marketing Promocional e as interpretações favoráveis que comporta, bem como a exequibilidade das ações e/ou materiais promocionais propostos, com base no investimento disponível? **Também não.**

Ou seja, do que de fato adiantou o escasso 'prazo recursal'? Para avaliar na íntegra a proposta vencedora, de fato, nada.

É crucial que a Administração Pública garanta o acesso à documentação necessária para a interposição e fundamentação de um recurso administrativo, pois tal acesso está intrinsecamente ligado aos princípios constitucionais da ampla defesa e do contraditório.

A ausência de disponibilização das peças da empresa viola também a previsão constitucional dos princípios da publicidade e da transparência, previstos no caput do artigo 37 da Constituição Federal. A publicidade e a motivação dos atos administrativos servem justamente para garantir o direito de todos os interessados de conhecer, acompanhar e influenciar o processo administrativo, notadamente nos procedimentos licitatórios, que envolvem a seleção da proposta mais vantajosa para a Administração Pública.

Sobre o tema, convém destacar decisão bem recente da Corte de Contas da União voltada para o Sistema S e que serve de embasamento análogo ao caso em debate:



1. Em licitações realizadas por entidades do Sistema S e que requeiram prova de conceito, a realização da prova deve ocorrer em sessão pública, com as devidas ciência e possibilidade de acompanhamento por todos os licitantes, de modo a se assegurar a isonomia e a fiscalização do procedimento, uma vez que essas entidades devem observar os princípios gerais do processo licitatório e seguir os postulados relativos à Administração Pública, constantes do art. 37, caput, da Constituição Federal. Acórdão 5800/2025 Segunda Câmara, Representação, Relator Ministro Augusto Nardes.

Pelo exposto, requer-se ao menos a abertura de novo prazo recursal a partir da disponibilização pública, no site da Concorrência, de toda a documentação da empresa KM Live, incluindo PRINCIPALMENTE as peças usadas como exemplos de sua Solução de Marketing Promocional.

#### **b) Fatos e Fundamentos.**

A partir da documentação disponibilizada, principalmente quando da leitura do Envelope 'C' – Capacidade de Atendimento e Relatos – são necessários alguns apontamentos na presente manifestação recursal.

Verifica-se que, para obtenção da pontuação disposta no instrumento convocatório, a recorrida se valeu, especialmente da Contratante identificada como Secretaria de Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos de Luziânia (SEMARH – Luziânia/GO). Foram apresentados um Relato referente ao 'Festival Luziânia Sustentável', bem como Atestado de Capacidade Técnica competente, senão vejamos:



**ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA - OPERACIONAL**

Declaramos para os devidos fins, que a empresa [REDACTED] prestou serviços de Marketing Promocional (Live Marketing), para esta secretaria municipal de Luziânia-GO. Período do contrato, 01/02/2023 a 10/08/2025, com valor global de R\$ 6.000.000,00 (Seis milhões de reais) de forma concomitante os serviços a seguir especificados:

Prestação de serviços de planejamento e conceitualização criativa, criação de peças promocionais, produção e logística de ações promocionais e eventos de todas as naturezas, para os públicos externo e interno, de interesse do SEMARH. A implementação e desenvolvimento das formas inovadoras de ações promocionais, com o objetivo de ampliar o alcance e os impactos das iniciativas do SEMARH junto ao seu público estratégico.

Declaramos ainda, que os serviços técnicos, compreenderam a elaboração e criação de projetos, planejamento e execução, produção (pré, durante e pós), logística, montagem, plano de mídia, criação e conceitualização do Festival Luziânia Sustentável, com foco em público externo, interno e a execução de outras ações pertinentes ao atendimento de nossas necessidades de marketing promocional, experiências, inovações e marketing de incentivo. O festival promoveu desde música ao vivo até exposições de artes, experiências interativas, palestras com especialistas em sustentabilidade, painéis, cursos e seminários, exposições de projetos sustentáveis, exposição da agricultura familiar e uma variedade de opções culinárias conscientes e sustentável etc.

Declaramos que esta empresa também criou, conceitualizou e promoveu o evento esportivo Festival Circuito Verde Sports, um evento pioneiro que busca ser mais do que apenas um festival de entretenimento e sports, é uma celebração única de sustentabilidade, inovação e conscientização ambiental, destinada a inspirar, educar e promover a mudança positiva na comunidade de Luziânia e regiões circunvizinhas. Este projeto visou proporcionar experiências envolventes que transcendeu os limites do esporte, da diversão e se tornou em uma jornada significativa de transformação.

**Produtos e Serviços Executados nos últimos 12 meses:**

- Serviços Essenciais R\$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais):
  - Planejamento de Projeto
  - Projeto Executivo
  - Criação de Identidade Visual
  - Monitoramento e medição dos resultados etc.

PARQUE ECOLÓGICO MUNICIPAL TUNINHO BORRE  
 Rua 22 - Lote 24 e 25 - Vila Progresso - CEP: 74.610-270 - Luziânia-GO  
 E-mail: contato@semarh-luziania.go.gov.br - Telefone: (61) 3362-0249



Capacidade de atendimento

SESC-AR/DF

9

- Serviços Complementares R\$ 4.000.000,00 (Quatro milhões de reais):
  - Infraestrutura geral: mobiliário, cenografia
  - Recursos Humanos
  - Equipamentos

Atestamos, ainda, que todos os serviços estão sendo realizados com absoluta pontualidade e satisfatoriamente, não existindo em nossa registros, até o presente momento, fatos que desabonem sua conduta e responsabilidade perante as obrigações assumidas.

Luziânia, 06 de setembro de 2025.

Assinatura  
 Assinatura  
 Assinatura

**DANIEL R. DE QUEIROZ NETO**

Secretário de Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos

Diante da informação de que o período de atendimento foi de junho de 2023 até agosto de 2025, esta Recorrente buscou informações mais aprofundadas a respeito do referido Contrato Administrativo, vez que como bem destacou o documento acima, foram atestadas as execuções de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) em serviços essenciais e R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) em serviços complementares.

Surpreende, de início, os valores tão ‘redondos’, principalmente se tratando de instrumentos contratuais que envolvem montagem de infraestrutura geral, além de equipamentos e, obviamente, todo o planejamento do projeto, criação de identidade visual e monitoramento dos resultados.

Partindo de tais premissas, e a fim de ser o mais didático possível, passa-se ponto a ponto a pesquisa realizada diretamente de portais e acessos públicos da Prefeitura Municipal de Luziânia.

Primeiramente, a partir de pesquisa junto ao SIG – Portal da Transparência da referida Prefeitura, não há qualquer informação a respeito do fornecedor com CNPJ nº 40279339/0001-93 (no site identificado como GooClick Inovação em Serviços Ltda):

SIG - Portal da Transparência

Município De Luziânia

Compras por fornecedor

Data inicial de: 01/01/2022 Data final de: 01/12/2025

Gestão: [dropdown] Fornecedor: 40279339/0001-93 GOOCLICK INOVAÇÃO EM SERVIÇOS LTDA

Modalidade: [dropdown] Nº do processo de compra: [dropdown] Nº pedido: [dropdown]

PEQUENA LIMPAR FAVORABLE

Gestão	Sector	Nº cotação	Nº Licitação	Modalidade	Nº pedido de compra...	Data pedido	Fornecedor	Produto	Qtd. pedido
Nenhum registro									

Prosseguindo.

Quando se busca informação a respeito do referido projeto – ‘Luziânia Sustentável’ (objeto da documentação acostada na Concorrência pela recorrida) – o que se tem é um processo de dispensa em valores bem abaixo dos atestados apresentados pela KM Live e executado por licitantes diferentes, senão vejamos (a documentação segue em anexo):

**EXTRATO DE PUBLICAÇÃO**

Processo Administrativo nº. 2023007869.

Processo de Dispensa nº.0089/23 – SMCJ.

**Objeto:** Referente a prestação de serviço na realização de evento, elaboração e execução do Projeto Luziânia Sustentável, junto ao Fundo Municipal de Meio Ambiente.

<b>Licitante Contratada:</b>	CPSL EXPERIENCE CONSULTORIA EM MARKETING LTDA.
<b>CNPJ:</b>	37.657.586/0001-71.
<b>Valor da Contratação:</b>	R\$ 29.950,00 (VINTE E NOVE MIL, NOVECENTOS E CINQUENTA REAIS)
<b>Prazo:</b>	180 DIAS
<b>Fundamentação Legal</b>	Art. 75, II, da Lei 14.133/21

Luziânia, 12 de maio de 2023.

**MARCOS VINICIUS RORIZ GONÇALVES**  
DIVISÃO DE COMPRAS E MATERIAIS

O presente extrato foi devidamente publicado na imprensa oficial por afixação do placar da Prefeitura Municipal de Luziânia pelo período de 3 dias

Luziânia 12 de maio de 2023.

**MARCOS VINICIUS RORIZ GONÇALVES**  
DIVISÃO DE COMPRAS E MATERIAIS



Abaixo, percebe-se até certa 'sintonia' com a razão social de outra empresa – KM PUBLICIDADES, com CNPJ diferente do apresentado pela KM LIVE -, mas nada se coaduna às informações atestadas – e apresentadas – pela recorrida neste certame:



## PREFEITURA MUNICIPAL DE LUZIANIA

## RELAÇÃO DE LICITAÇÕES

Todas

Processo de Compra: 50742

Ano Licitação	Nº Dispensa	Modalidade	Situação	Dt. Abertura	Dt. Publicação	Valor Estimado	Objeto	
2023		Dispensa de Licitação	Homologada	12/05/2023		29.950,00	PROCESSO DE COMPRA: 50742, REFERENTE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS NA REALIZAÇÃO DE EVENTO, ELABORAÇÃO E EXECUÇÃO DO PROJETO LUZANIA SUSTENTÁVEL, JUNTO AO FUNDO MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE. DISPENSA DE LICITAÇÃO Nº. 089/23. PROCESSO ORIGEM 2023007662	
Organograma: 266 - MANUTENÇÃO DO FUNDO MEIO AMBIENTE Unidade: 1201-FMMA- FUNDO MUNICIPAL DE MEIO AMBIENTE Solicitante: DANIEL RODRIGUES				Gestão: FUNDO MUNICIPAL DO MEIO AMBIENTE-12 Processo Compra: 50742 Hora Abertura:			Dt. Homologação: 15/05/23 Dt. Cancelamento:	
ITENS								
Nr. Seq.	Código Produto	Produto				Medida	Quantidade Pedida	
1	15177	SERVIÇO DE APOIO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO E OPERACIONAL				SERVIÇO	1.0000	
FORNECEDORES								
CPF/CNPJ		Razão Social				Data	Valor Total da Proposta	
35001900001002		KM PUBLICIDADES & PRODUÇÕES DE EVENTOS LTDA					R\$ 44000,00	
PRODUTOS DO FORNECEDOR								
Item	Código	Descrição do Produto		Nr. Seq	Quantidade	Valor Unit.	Total	Julgamento
1	15177	SERVIÇO DE APOIO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO E OPERACIONAL		1	1.0000	44.000,00	44.000,00	*****
14344023000117		JGM PUBLICIDADE E PRODUÇÕES DE EVENTOS LTDA						R\$ 37000,00
PRODUTOS DO FORNECEDOR								
Item	Código	Descrição do Produto		Nr. Seq	Quantidade	Valor Unit.	Total	Julgamento
1	15177	SERVIÇO DE APOIO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO E OPERACIONAL		1	1.0000	37.000,00	37.000,00	*****
37657565000171		CPSL EXPERIENCE CONSULTORIA EM MARKETING LTDA						R\$ 29950,00
PRODUTOS DO FORNECEDOR								
Item	Código	Descrição do Produto		Nr. Seq	Quantidade	Valor Unit.	Total	Julgamento
1	15177	SERVIÇO DE APOIO ADMINISTRATIVO, TÉCNICO E OPERACIONAL		1	1.0000	29.950,00	29.950,00	MENOR PREÇO POR ITEM
CONTRATOS								
Número do Contrato		Data Assinatura Contrato						
100.2023.12		16/05/2023						

ITENS:1

Pois bem. A questão é bastante objetiva: há necessidade clara de que a documentação apresentada tenha suas informações esclarecidas. A toda evidência, as questões apontadas acima não permitem qualquer outra medida, senão a **VERIFICAÇÃO EFETIVA E IMEDIATA** da empresa declarada vencedora, pois como visto, as dubiedades nesta documentação são GRITANTES. Os questionamentos feitos precisam ser respondidos.

Sobre o tema, segue decisão recente do TCU, a qual só corrobora entendimento consolidado, também em destaque a seguir:

“Em caso de dúvida quanto à veracidade das informações apresentadas, o órgão condutor do certame deve promover as diligências necessárias para esclarecer ou complementar a instrução do processo”

Acórdão nº 2036/2022 – Plenário.

Valendo-se da fundamentação já exposta e corroborado por previsão expressa do Edital, ratifica-se que é imprescindível e totalmente razoável que sejam efetuadas diligências EFETIVAS pelo Contratante, com o intuito de esclarecer que o conteúdo da documentação da representada condiz com o que foi determinado pelas regras do Edital.

Segue item do Edital bem claro:

6.7. O Sesc-AR/DF reserva o direito de promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, nos termos da lei, diligenciando contratos, editais, termos de referência, declarações, certidões, notas fiscais, dentre outros. No caso de documentos extraídos da internet, será facultado à CPL realizar pesquisa para efeito de confirmação da veracidade ou validade desses.

Em análise da norma, ADILSON ABREU DALLARI igualmente preceitua que a diligência prevista na norma não é mera faculdade, mas trata-se de poder-dever do agente público. Veja-se a posição do autor.

“A Lei nº 8.666/93, em seu art. 43, § 3º, autoriza a realização de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, pela comissão julgadora, ‘em qualquer fase da licitação’, o que compreende, obviamente, a fase de classificação, sobretudo neste momento inicial, de verificação da aceitabilidade da proposta. (...) Daí nosso entendimento de que a realização e diligências é um poder/dever, pois além de servir para possibilitar a permanência no certame de quem efetivamente tem condições de executar o contrato, serve para alijar da disputa quem, concretamente, demonstra não dispor de condições que permitam confiar em que



irá efetivamente cumprir a proposta apresentada.” (DALLARI, Adilson Abreu. Aspectos jurídicos da licitação. 7ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006. p. 153-154).

Nesse contexto, trazemos mais uma vez à baila a lição do Prof. Marçal Justen Filho:

“Realização da diligência não é uma simples “faculdade” da Administração, a ser exercida segundo juízo de conveniência e oportunidade. A relevância dos interesses envolvidos conduz à configuração da diligência como um poder-dever da autoridade julgadora. Se houver dúvida ou controvérsia sobre fatos relevantes para a decisão, reputando-se insuficiente a documentação apresentada, é dever da autoridade julgadora adotar as providências apropriadas para esclarecer os fatos. Se a dúvida for sanável por meio de diligência, será obrigatória a sua realização.” (JUSTEN FILHO, Marçal. Comentários à lei de licitações e contratos administrativos. 16 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, p. 804).

Nos termos da exposição acima, esta Recorrente se manifesta pela NECESSÁRIA apuração, principalmente pelo fato de que os valores atestados nos documentos apresentados pela recorrida não encontram amparo fático nas informações obtidas junto ao Portal da Transparência da Prefeitura. Como se sabe, a questão atinente aos valores executados de Serviços Essenciais e Serviços Complementares são obrigatórios para a manutenção da habilitação nesta Concorrência.

Sem embargo, a verificação dos documentos apresentados pela recorrida permite a identificação de indícios que merecem a devida revisão quando do julgamento de sua habilitação.

Destarte, a experiência que se requer para efetiva demonstração da qualificação técnica na habilitação tem o intuito de utilizar o conhecimento do próprio licitante para os fins desejados pela Administração neste certame. Essa experiência ali atestada na documentação é que gera a presunção de que a empresa é capaz de realizar o objeto de forma satisfatória pelo período contratual.





De acordo com Marçal Justen Filho:

“A qualificação técnica operacional consiste em qualidade pertinente às empresas que participam da licitação. Envolve a comprovação de que a empresa, como unidade jurídica e econômica, participara anteriormente de contrato cujo objeto era similar ao previsto para a contratação almejada pela Administração Pública.” FILHO. Marçal Justen. Comentários à lei de licitações e contratos administrativos. 16. ed. São Paulo: Revista do Tribunais, 2014. p. 585.

Sem embargo, os requisitos previstos para qualificação técnica no Edital possuem a finalidade de delimitar qual é a experiência anterior da empresa licitante no mercado. Conforme documentação apresentada, a recorrida apresentou qualquer documentação que merece uma melhor apuração a respeito da concretude sobre o que resta exigido no objeto do presente certame.

É URGENTE que o emissor do documento, abaixo identificado, seja ao menos questionado a respeito das demonstrações documentais que servem como base para o atestado que justificou a habilitação da recorrida, diante da execução de valores de serviços essenciais e serviços complementares.

Assinado por  
**DANIEL R. DE QUEIROZ NETO**  
49200203C0064F3  
\_\_\_\_\_  
**DANIEL R. DE QUEIROZ NETO**  
Secretário de Meio Ambiente e dos Recursos Hídricos de Luziânia  
SEMARH – LUZIÂNIA-GO  
TEL: (61) 99592 8397

Diante das pesquisas feitas por esta Recorrente – e da não obtenção de informações concretas sobre tais atestados - esta Recorrente se manifesta pela ampla incongruência do documento apresentado e pugna pelas medidas cabíveis a respeito da conduta aqui perpetrada.

A toda evidência, as falhas apontadas acima não permitem qualquer outra medida, senão a abertura de procedimento de diligência para apurar a conduta da mesma, em caso de

irregularidade na documentação apresentada. A própria Corte de Contas da União reconhece a gravidade da situação e aponta a consequência imediata:

“Responsabilidade. Declaração de inidoneidade. Documento falso. Atestado de capacidade técnica. Fraude. A apresentação de atestado com conteúdo falso configura, por si só, prática de fraude à licitação e enseja declaração de inidoneidade da empresa fraudadora para participar de licitação na Administração Pública Federal, uma vez que o tipo administrativo previsto no art. 46 da Lei 8.443/1992 consiste em ilícito formal ou de mera conduta, sem a necessidade de concretização do resultado.”  
Acórdão 233/2021 – Plenário.

“Responsabilidade. Declaração de inidoneidade. Documento falso. Atestado de capacidade técnica. A apresentação de atestado de capacidade técnica contendo informações sobre prestação de serviços em quantidades superiores às efetivamente realizadas, com intuito de atender a requisito de habilitação em procedimento licitatório, caracteriza fraude à licitação e enseja a declaração da inidoneidade da licitante fraudadora (art. 46 da Lei 8.443/1992), independentemente de o certame ter sido homologado em favor de outra empresa.”  
Acórdão 1893/2020 – Plenário.

“Responsabilidade. Declaração de inidoneidade. Documento falso. Atestado de capacidade técnica. Conluio. A apresentação de atestado de capacidade técnica com conteúdo falso, à evidência de conluio entre as empresas envolvidas, fere os princípios da moralidade, da isonomia e da competitividade e conduz à declaração de inidoneidade, tanto da empresa que emitiu o atestado quanto da que o apresentou, para participar de licitação na Administração Pública Federal (art. 46 da Lei 8.443/1992).”

Acórdão 917/2022 – Plenário.

“Responsabilidade. Declaração de inidoneidade. Documento falso. Atestado. Fraude. A apresentação de atestado com conteúdo falso configura, por si só, a prática de fraude à licitação e enseja a declaração de inidoneidade da empresa fraudadora para participar de licitação na Administração Pública Federal (art. 46 da Lei 8.443/1992).”  
Acórdão 1106/2018 – Plenário.

### **c) CONCLUSÃO E DO PEDIDO**

Diante do exposto, com base na preliminar trazida, pede-se ao menos a reabertura de prazo recursal para a necessária análise das peças de Solução de Marketing da empresa recorrida.

Do mesmo modo, diante dos fatos e fundamentos na manifestação recursal a respeito da documentação trazida aos autos pela recorrida e aqui usada como motivação para necessário pedido de diligência desta Comissão, requer-se que os seguintes questionamentos sejam efetivamente respondidos:

- i) O período de atendimento exposto na Capacidade de Atendimento – junho de 2023 até agosto de 2025 – a respeito do Contratante SEMARH encontra amparo contratual em qual procedimento administrativo junto à Prefeitura de Luziânia?
- ii) Qual de fato é o valor do referido Contrato Administrativo?
- iii) Quais documentos dão base ao atestado que declara a execução de R\$ 2.000.000,00 de serviços essenciais e R\$ 4.000.000,00 de serviços complementares assinado pelo Sr. Daniel R. de Queiroz Neto?
- iv) A partir da pesquisa feita pela Recorrente junto ao portal de informações públicas da Prefeitura Contratante da recorrida, que esta então apresente os documentos que amparam e conferem concretude às informações de sua Capacidade de Atendimento e Habilitação nesta Concorrência.



Sobre o tema, convém novamente destacar recente entendimento da Corte de Contas da União a respeito da necessidade de detalhamento das decisões recursais a partir das razões da licitante:

Acórdão 977/2024 Plenário (Representação, Relator Ministro Jorge Oliveira)

Licitação. Pregão. Princípio da publicidade. Recurso. Desclassificação. Inabilitação. Detalhamento. Princípio da motivação.

Em pregão, assim como nas demais modalidades de licitação, é necessário registrar a motivação das decisões que desclassifiquem propostas, inabilitem licitantes ou julguem recursos, com nível de detalhamento suficiente para a plena compreensão pelos interessados, em observância ao princípio da motivação.

Que sejam então objetivamente apontados na decisão recursal e devidamente motivados aspectos que contestam a aceitação da proposta e declaração da recorrida como vencedora.

Caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos legais que embasaram a decisão, pois serão usados em possíveis medidas cabíveis na legislação.

Brasília, 02 de dezembro de 2025.

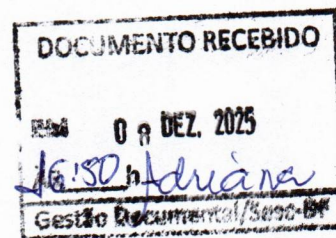
IVAN  
HAUER  
TEIXEIRA:  
2691662187

Assinado digitalmente por IVAN  
HAUER TEIXEIRA 72691662187  
RD: CN BR: O=ICP-Brasil, OU=Secretaria de Receita Federal do Brasil - RFB, OU=AC Sertão RFB v2, OU=RFB-e-CPF AS, OU=SEM BRANCO, OU=+5505021000109, OU=presencial, CN=IVAN HAUER  
TEIXEIRA 72691662187  
Razão: O=ou o autor deste documento  
Data: 2025.12.02 16:01:32-0300  
Foxit PDF Reader Versão: 12.1.2

FLAP Live Marketing  
ABIC MARKETING E CONSULTORIA PROMOCIONAL LTDA  
CNPJ 07.351.100/0001-01  
Ivan Hauer Teixeira  
CPF 726.916.621-87



**AO SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO  
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO DISTRITO FEDERAL**



Ref. Comunicado Institucional Nº 00057/2025 - Gerência Adjunta de Compras. Concorrência nº 11/2025.

ABIC MARKETING E CONSULTORIA PROMOCIONAL LTDA, já devidamente qualificada, empresa classificada em segundo lugar na Concorrência em epígrafe, por meio de seu representante legal abaixo assinado vem, respeitosamente, se manifestar diante da proposta da KM Live Agency Entertainment Ltda.

**Que fique claro: a peça recursal apresentada na última terça-feira, 02/12/2025, por esta Recorrente DEVE SER MANTIDA EM SEUS TERMOS NA ÍNTEGRA. Ou seja, esta nova manifestação, diante da disponibilização de novos documentos – que à época do primeiro protocolo não foram possíveis de serem objeto de uma análise completa – NÃO SUBSTITUI o primeiro Recurso Administrativo, mas sim é uma ferramenta recursal COMPLEMENTAR.**

De início, a Recorrente reconhece a dificuldade rotineira em certames como o que por ora se apresenta. Jamais será seu intuito impedir ou atrapalhar o bom andamento do certame, mas tão somente, dentro da previsão do Edital, esta empresa busca discutir questões essenciais para o desenrolar da Concorrência, a partir das justificativas dadas pelos nobres julgadores nos quesitos previstos no instrumento convocatório.

Ao longo das últimas semanas, após avaliações da subcomissão técnica formada para esta Concorrência, tais propostas foram analisadas e o resultado foi levado ao conhecimento dos participantes por meio de Relatório. Restaram assim consignadas em Ata as pontuações das empresas habilitadas, sendo esta empresa Recorrente classificada em segundo lugar.

A partir da documentação apresentada como 'justificativas' para análise da equipe competente, esta empresa se deparou com pontos que merecem a devida atenção, **a fim de fazer valer o compromisso disposto no próprio Regulamento de compras da entidade, principalmente no tocante ao necessário julgamento objetivo e, até mesmo como consequência, há clara discrepância entre apontamentos feitos por cada julgador e a nota**





**atribuída para licitantes, o que, como será visto abaixo, fere a própria igualdade, também prevista como princípio basilar no art. 2º do regramento do SESC.**

Da mesma forma, assim restou decidido pelo Tribunal de Contas da União, por meio do Acórdão nº 907/1997 – Plenário do TCU: “Uso de recursos para fiscais impõe necessidade de obediência aos princípios gerais da legislação federal pertinente”.

Sob a mesma égide, não obstante o instrumento convocatório ser silente quanto à observância da Lei nº 12.232/2010 (usada como analogia apenas), esta Recorrente desde já traz à tona o necessário amparo na fundamentação a seguir, uma vez que sua edição teve como objetivo afastar as irregularidades usualmente verificadas nas contratações dessa natureza, conforme explica Carlos Pinto Coelho Motta:

“(…), por ocasião de sua transformação em norma jurídica, recebeu manifestações positivas de várias autoridades, em razão de inovações consideradas ‘saneadoras’ das disfunções, e mesmo abusos, que haviam sido detectados e debatidos em Comissão Parlamentar de Inquérito, envolvendo a contratação de agências de propaganda e marketing pelo Poder Público.

(…)

O desígnio de combater as irregularidades nas contratações de agências de propaganda traduziu-se em um texto de grande alcance institucional, corporificando normas gerais que abrangem todas as esferas do Poder Público.

Segundo informações da assessoria de imprensa, o rigor nas licitações públicas há muito constitui reivindicação do setor de publicidade. Por ocasião da sanção da lei, organizações como o Fórum Permanente da Indústria da Comunicação (ForCom) e o Conselho da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP) veicularam sua apreciação sobre o referido diploma legal:

‘A Lei é mais uma demonstração de que a publicidade brasileira, além de brilhante, é digna, tem personalidade forte e sabe o lugar pelo seu modelo próprio, mesmo em um mundo globalizado no qual se tornou rotina a arrogância da padronização.’





A leitura da Lei em epígrafe revela a preocupação do legislador em proporcionar maior segurança jurídica ao agente da Administração Pública que contrata uma agência de publicidade; e, reciprocamente, oferecer melhores condições ao contratado, executor dos serviços, na colaboração com o Poder Público. (MOTTA, 2010, p. 57-58.)

Apesar de a Lei nº 12.232/10 não restar expressamente prevista no referido Edital, considerando a principiologia e a finalidade envolvidas na sua aplicação e na necessidade de respeito aos princípios básicos do art. 2º do Regulamento do SESC, entende-se ao menos ser levada em consideração por esta respeitosa Comissão quando do seu julgamento. Em outras palavras, e valendo-se de tal introdução para análise do caso concreto, o que esta Recorrente deseja trazer ao debate é que, **embora haja apontamentos nas planilhas de julgamento dos membros da subcomissão técnica, estes se deram em claro sinal de desigualdade – princípio basilar previsto no Regulamento da entidade – quando analisados supostos erros considerados pelos membros da subcomissão técnica e também quando não apontados erros na proposta da empresa KM.**

## FUNDAMENTOS

Ausência. Julgamento Objetivo. Igualdade.

É forçoso admitir que é papel de qualquer instituição, seja ela de direito público ou de direito privado, buscar uma competição onde os licitantes sejam, realmente, capazes de atender à complexidade da demanda trazida à tona com a esperada qualidade e devidamente munidos de documentação completa que atesta sua capacidade e condição técnicas. Ainda mais por se tratar de serviços de publicidade e que se demonstram tão essenciais para o melhor desenrolar das atividades intrínsecas aos objetivos do SESC/DF.

A obrigatoriedade legal na adoção do tipo “técnica” na contratação de serviços de live marketing, assim como o é no presente certame, por sua vez, tem o claro intento de fazer com que a Contratante se valha da criatividade das agências na elaboração das estratégias de comunicação e das propostas técnicas.

Ocorre que, diante de todo esse contexto, **deve-se ter em mente, de forma clara, que a avaliação das propostas técnicas somente ocorre por meio da aplicação de critérios**





**objetivos** e previamente conhecidos dos licitantes. Por isso mesmo, a entidade se prende (i) à elaboração de um briefing, que fornece aos interessados as informações necessárias à elaboração de propostas que atendam às necessidades do ente contratante e (ii) à elaboração de Termo de Referência/Edital, os quais determinam aquilo que obrigatoriamente deve ser respeitado pelos licitantes quando da apresentação de sua vasta documentação.

O motivo da existência de regras no Edital, com procedimento bastante rigoroso para o julgamento das pontuações técnicas (por exemplo, a formação de subcomissão técnica a partir de um sorteio público, a necessidade de justificativa por escrito para as notas atribuídas às propostas, a avaliação das propostas a partir de versões não identificadas, dentre inúmeras outras) se deve ao fato de que as licitações para serviços de publicidade PRECISAM RESPEITAR O JULGAMENTO OBJETIVO (art. 2º do Regulamento do SESC), justamente em razão da avaliação de propostas técnicas.

Dentre as exigências específicas contidas no Edital em apreço, vale o destaque do item 3.1 e seguintes do TR, o qual acaba por ratificar a previsão da Lei Federal nº 12.232/2010, onde encontra-se a obrigação de motivação das notas atribuídas às propostas técnicas. Afinal, esta fundamentação é essencial para que as licitantes entendam as pontuações que lhe foram atribuídas e, se for o caso, que sejam capazes de interpor recurso contra tal julgamento, que não só teve sua objetividade vilipendiada, como ensejou quebra de igualdade entre os licitantes. Como será visto, a proposta declarada detém falhas graves e justificativas foram omissas quando da pontuação atribuída.

Como dito quando da introdução da presente interposição recursal, esta falha na motivação enseja não só a quebra do julgamento objetivo necessário, como também potencializa o que será apresentado a seguir: a quebra de igualdade entre as licitantes.

Há incongruências entre as pontuações atribuídas e as justificativas dadas quando feitas comparações entre licitantes.

## 1. Identificação via Qr code

Seguindo a orientação do instrumento convocatório e todos os cuidados de não identificação, a FLAP garantiu que todos os qr codes das peças corporificadas direcionassem para o site do





SESC/DF. Em contrapartida, a KM direcionou para a seguinte url:  
<https://g1.globo.com/tecnologia/>

Ora. Mas que raios de falta de cuidado seria esse?

E não só. Abre-se, sem qualquer dúvida, possibilidades de identificação a partir do descaso da concorrente.

Segue demonstração do que é aqui relatado:

Vídeo prova:

[https://drive.google.com/file/d/1fA0Xavu1MSFVLpVClykR3Kgzi5KXv\\_6C/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1fA0Xavu1MSFVLpVClykR3Kgzi5KXv_6C/view?usp=drive_link)

Que fique claro: as exigências quanto ao modo para apresentação pelos concorrentes do plano de comunicação publicitária são padronizadas – modo de entrega, quanto ao tamanho de fonte, cor, etc – exatamente com o intuito de preservar o sigilo na oportunidade da entrega e da análise das propostas técnicas pela subcomissão técnica. E na presente Concorrência deste SESC/DF não pode ser diferente, há restrição SIM quanto à apresentação deste tipo de ‘descuido’.

Outro ponto que merece atenção a partir da presente fundamentação é que uma futura decisão pela DESCLASSIFICAÇÃO a ser conduzida por esta Comissão em nenhuma hipótese pode ser considerada rigorosa ou formalista nesse caso, tendo em vista que a legislação específica para certames de serviços de publicidade (Lei nº 12.232/2010 já citada) tomou o cuidado de preservar o sigilo das propostas técnicas, não podendo nem mesmo a Comissão Especial de Licitação ter a prerrogativa de identificar a(s) proposta(s) e suas respectivas empresas.

As regras do Edital são claras e, como já tratado nas presentes razões em resposta ao Recurso, não é demais ressaltar que em certames licitatórios deve ser observado de forma inequívoca o princípio da vinculação ao Edital. Observar tais regras é decorrência direta da imposição de haver COMPETIÇÃO entre propostas, justamente pelo fato de que se for admitida qualquer possibilidade de flexibilização das determinações do Edital, será violada a igualdade de condições que representa o elemento essencial e estruturante da própria licitação, ainda mais ao





se tratar de contratação de serviços de publicidade e a necessidade da 'não identificação' das propostas.

A Comissão de Licitação – assim como a subcomissão técnica – precisam entender que tais irregularidades aqui destacadas são sim 'marca ou sinal' que identificaram a KM diante dos demais concorrentes que apresentaram seu texto do Plano de Comunicação 'via não identificada' exatamente conforme item específico do Edital.

Uma suposta justificativa incipiente de que “o julgamento é realizado em duas etapas” e que por si só seria impossível qualquer identificação é simplesmente querer ignorar as regras e tornar impossível a aplicação do Edital – “O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.”, uma vez que só seria aplicado a partir de um erro grosseiro e brutal de uma concorrente colocar sua marca, logo ou iniciais na via apócrifa. Qualquer coisa que vá de encontro ao Edital é sim uma forma de quebrar a garantia do sigilo das propostas.

Em outras palavras, minimizar tais ocorrências aqui destacadas é (i) enterrar de vez a razão de ser da maneira pela qual a Administração Pública contrata serviços de live marketing e sobretudo, (ii) é potencializar o risco – sempre existente – da quebra do sigilo das propostas. E isso não pode ocorrer de modo algum. Resguardar o sigilo da proposta é atender os princípios da legalidade, da vinculação ao instrumento convocatório e da igualdade entre os proponentes, sem prejuízo na busca da proposta mais vantajosa para o SESC/DF.

Em caso semelhante, o mesmo TCU assim também decidiu:

9. Ocorre, todavia, que a apresentação de caracteres diferentes do previsto no “Plano de Comunicação não Identificado” pela licitante, tendo ela, ao final, ficado classificada em 1º lugar, não merece ser admitida pelo TCU, pois acaba por comprometer a impessoalidade e a objetividade no julgamento da correspondente proposta, até porque a apresentação do texto com os caracteres em tamanho e em cor diferentes do previsto, ainda que aparentemente justificáveis, poderia permitir a prévia e indesejada identificação da





empresa proponente. (Trecho Voto Min. Relator André Luís de Carvalho. Acórdão 2.592/2018 – TCU – Plenário)

Como dito, qualquer entendimento contrário à desclassificação da KM simplesmente ignora o intuito pelo qual tal exigência editalícia foi inserida no certame em tela e configura-a como mera peça de ficção, sem qualquer função e em incongruência à busca de uma competição realmente isonômica.

De forma a resumir o que foi exposto aqui.

Poder-se-ia questionar a intenção de levantar tema que, à primeira vista, pode parecer insignificante. Mas não deve nunca ser assim encarado. Regras, conforme toda a explanação acima destacada, estão determinadas previamente no Edital, evitam assim qualquer tipo de surpresa aos licitantes e, portanto, devem ser totalmente respeitadas, seja por quem participa, como por quem julga. Não há espaços para subjetivismos e/ou personalismos nas fases onde haja julgamento pela Administração Pública. Qualquer atitude contrária a esse entendimento dá margem a favorecimentos aos licitantes, objetivo este, conforme é muito bem sabido, está longe de ser pretendido quando da condução de um processo licitatório pelo SESC/DF.

## **2. Falhas técnicas**

A KM Live Marketing, possui diversas falhas técnicas na sua proposta que comprovam a sua incapacidade de atendimento de uma conta como a do SESC/DF, da qual destacamos:

- É impossível ler na prancha qual seria o conceito da campanha, sendo esta uma das redações mais importantes;
- O selo da corrida, impossibilita redução de aplicações em brindes. Tecnicamente mal executado. A leitura fica SESCO PONTES ou SESC IP NTES. Muito longe da Leitura SESC NAS PONTES.
- No backdrop, a marca do Sesc está aplicada de forma errada no fundo amarelo, fazendo sumir o grafismo da marca. Diferente do indicado no manual do Sesc, nas páginas 40, 41, 43 e 49 que indica: não aplicar sobre cores heterogêneas. Segue destaque:





### 3. Simplicidade na estratégia e demonstração de capacidade técnica

A própria banca avaliadora apontou na justificativa que a empresa concorrente: “Apresentou grande número de ativações, no entanto sem uma solução com diferenciais criativos”.

A criatividade e capacidade estratégica de propor soluções promocionais inovadoras são expressamente solicitados no briefing porém, mesmo com o comentário acima, a KM teve apenas 0,50 pontos diminuídos na sua pontuação.

### 4. Estratégia de mensagem incompleta.

No edital da licitação, o sub quesito estratégia de marketing promocional expressa na página 87:

Definição dos principais eixos da comunicação, incluindo:

- O que dizer;
- A quem dizer;





- Como dizer;
- Quais ferramentas e meios serão utilizados;
- Quais indicadores serão aplicados para mensuração de resultados.

E na página 88, é afirmado que o subquesto será julgado da seguinte forma:

A consistência técnica da Estratégia de Marketing Promocional, considerando, especialmente, os seguintes aspectos: a mensagem a ser transmitida, o público-alvo, a forma de comunicação, os instrumentos, ferramentas e meios de divulgação a serem utilizados, bem como os indicadores de desempenho a serem aplicados;

No entanto, na proposta da KM Live, os canais são apresentados de forma genérica e não consta SEQUER a apresentação dos indicadores de mensuração de resultados.

## **5. Falta de detalhamento das ações**

No subquesto de solução, presente na página 89 do edital, o SESC/DF detalha que deve ser apresentado:

- Relação de todas as ações e/ou materiais promocionais que a LICITANTE julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada e explicitação de seus públicos-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia;
- Exemplos das ações e/ou materiais promocionais que apresentem características visuais, que a LICITANTE julgar mais adequadas para ilustrar sua proposta. O detalhamento da relação prevista anteriormente deve considerar:
  - Infraestrutura e apoio logístico: o local e espaço a serem utilizados; a estrutura física e os ambientes; os perfis que comporão a equipe responsável pela execução; a estrutura de apoio técnico, administrativo e de pessoal; e os projetos relativos aos elementos de segurança (prevenção de responsabilidade e corresponsabilidade civil; pessoal de apoio; ações de policiamento e trânsito; sinalização e identificação do staff; acessibilidade, controle de acesso, assistência ao público, serviço médico e esquema de estacionamento);





- plano de divulgação e articulação: estratégias para impactar e mobilizar os públicos internos e externos; relação dos materiais promocionais a serem utilizados; elementos criativos envolvidos na proposta; e medidas de prevenção ao impacto socioambiental.

A proposta de solução da KM se restringe em apresentar de forma muito rasa o formato da proposta, o objetivo, uma descrição de 3 linhas do que é a ideia, 1 linha de infraestrutura e uma linha de métricas. A falta de resposta de todos os subquesitos são uma falha grave que demonstram a incapacidade de atendimento e não atendimento do edital.

## **6. Desvio de recurso para custos operacionais da prova**

A KM apresentou na sua proposta, soluções referentes à corrida, fugindo dos desafios que são pedidos no briefing:

- Trabalhar na captação de inscrições para a edição Sesc nas Pontes de 2025;
- Aproveitar o período de divulgação e o próprio evento para reforçar a marca e os serviços oferecidos pelo SESC/DF e suas unidades.

## **7. Planejamento fora do período definido no briefing.**

O briefing expressa detalhadamente que as ações devem ser feitas como se estivéssemos em 1 de agosto. Porém a KM, propôs que a etapa de divulgação pré-corrida seja feita 60 dias antes da data da corrida (página 11 e 17 da proposta), sendo a data portanto no dia 28 de julho. Período fora da data apresentada no edital.

Considerando que é necessário prever dias de preparação, produção e realização, a agência trabalharia ainda mais fora da data do briefing. No subquesito de mensuração de resultados, na página 14 e 15 a KM apresenta mais uma vez que o seu planejamento ultrapassa o período determinado no briefing, apresentando um cronograma de mensuração 30 dias após a corrida e envio de pesquisa após a corrida de até 15 dias.

Esta falta, compromete toda a elaboração do Plano de Implementação e fere a premissa do desafio proposto no edital, gerando um desequilíbrio nas condições criativas da proposta.

## **8. Aparição de um novo público**





Ao longo do seu raciocínio básico e estratégia, a KM descreve os públicos que serão impactados pela campanha, porém, na página 22 surge um novo público-alvo de assessores de corrida de forma solta em uma ação sem apresentar defesa e estratégia. **MAIS UMA DEMONSTRAÇÃO DE FALTA GRAVE** de preparação e planejamento da empresa.

## 9. Mídia CNC

A KM incluiu na sua proposta a veiculação de mídia no prédio CNC citando veiculações em site, redes sociais, tv e rádio. Além de isso ser caracterizado diretamente como publicidade, vedado em Contratos de Live Marketing, não há o custo destes itens na planilha.

É estarrecedor que tal conduta tenha sido SEQUER ponderada na análise da subcomissão.

## 10. Influenciadores

A proposta falha na falta de detalhamento dos influenciadores. Quantos serão? Quais? Qual a entrega? Qual o valor individual? Qual a defesa de escolha e estimativa de impacto de cada um deles?

Como comparação, esta Recorrente apresentou uma proposta de influenciadores criativa, que apresentava o SESC/DF, suas unidades e todos seus serviços, bem como estimativa de impacto baseado em números reais de cada influenciador.

No mínimo, a falta do detalhamento deveria ter impactado negativamente a nota da licitante nos quesitos Estratégia de Marketing Promocional e Mensuração de Resultados.

## 11. Inviabilidade orçamentária

Influenciadores:

- Influencer 1 - No valor total só consta 1 influenciador porém na quantidade da planilha, aponta que serão 4. O valor total deveria ser de R\$ 44.000,00
- Influencer 2 - O custo de 700 reais por influenciador com a entrega de 10 postagens é inviável e fora da realidade do mercado.

No subquesto de solução na página 15 e 16 não é mencionado os itens que compõem o kit dos influenciadores. Os itens aparecem sem defesa estratégica apenas no orçamento. Além





disso, é mencionada na descrição da página 18, que haverá a entrega de medalhas. Porém, não consta o item no orçamento.

Endomarketing: Time SESC/DF

- Na descrição é mencionado a entrega de um troféu, porém o mesmo não consta na planilha orçamentária da ideia. Além disso, não consta ferramenta de disparo de e-mail no orçamento.
- Não consta o valor de criação de banners digitais para internet.

Amigo conecta amigo:

- Na ação há a descrição de um brinde exclusivo no kit da corrida, porém o mesmo não está contemplado na planilha bem como logística de manuseio e entrega.

Desafio grupos de corrida:

- Na descrição da ideia é mencionado que haverá equipe de relacionamento com assessorias e pelotão exclusivo na largada, porém os mesmos não constam no orçamento.

## **DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS**

A proposta apresentada pela recorrida é bem aquém da demanda do SESC/DF. Causa estranheza sua pontuação tão alta.

Aduzidas as razões que balizaram o presente RECURSO ADMINISTRATIVO e também a peça recursal apresentada por esta empresa em 02/12/2025, esta empresa ABIC MARKETING E CONSULTORIA PROMOCIONAL LTDA, com supedâneo na fundamentação, requer:

1. O recebimento, análise e admissão desta peça.
2. Que seja reconhecida a necessidade de revisão deste procedimento diante do desrespeito aos princípios do julgamento objetivo e igualdade a partir das considerações específicas feitas acima.
3. A revisão das notas da proposta técnica constante do envelope apócrifo da empresa KM Live, nos termos da fundamentação supra, principalmente diante da evidente discrepância nas notas atribuídas da concorrente até aqui melhor colocada a partir da nota técnica.





4. Do mesmo modo, diante dos fatos e fundamentos na manifestação recursal do dia 02 de dezembro de 2025, a respeito da documentação trazida aos autos de Habilitação e de Capacidade de Atendimento da empresa KM Live e usada como motivação para necessário pedido de diligência desta Comissão, requer-se que os seguintes questionamentos sejam efetivamente respondidos:

- I. O período de atendimento exposto na Capacidade de Atendimento – junho de 2023 até agosto de 2025 – a respeito do Contratante SEMARH encontra amparo contratual em qual procedimento administrativo junto à Prefeitura de Luziânia?
- II. Qual de fato é o valor do referido Contrato Administrativo?
- III. Quais documentos dão base ao atestado que declara a execução de R\$2.000.000,00 de serviços essenciais e R\$4.000.000,00 de serviços complementares assinado pelo Sr. Daniel R. de Queiroz Neto?
- IV. A partir da pesquisa feita pela Recorrente junto ao portal de informações públicas da Prefeitura Contratante da recorrida, que esta então apresente os documentos que amparam e conferem concretude às informações de sua Capacidade de Atendimento e Habilitação nesta Concorrência.

Que sejam então objetivamente apontados na decisão recursal e devidamente motivados aspectos que contestam a aceitação da proposta e declaração da recorrida como vencedora.

Caso não entenda pela adequação do resultado, pugna-se pela emissão de parecer, informando quais os fundamentos legais que embasaram a decisão, pois serão usados em possíveis medidas cabíveis na legislação.

Brasília, 08 de dezembro de 2025.

IVAN  
HAUER  
TEIXEIRA: 7  
2691662187

Assinado digitalmente por IVAN HAUER  
TEIXEIRA: 72691662187  
RD: CH-RR, CH-CP-Brasil, OU:  
Secretaria da Receita Federal do Brasil  
- RFB, OU=AC Sampa RFB v2, OU:  
RFB e-CNPJ, OU=CA BRANCO, OU:  
=1560921000129, OU=presencial, CN:  
=IVAN HAUER TEIXEIRA: 72691662187  
Razão: Eu sou o autor deste documento  
Locação:  
Data: 2025.12.08 16:19:18-0300  
Font: PDF Reader Versão: 12.1.2

FLAP Live Marketing  
ABIC MARKETING E CONSULTORIA PROMOCIONAL LTDA  
CNPJ 07.351.100/0001-01  
Ivan Hauer Teixeira  
CPF 726.916.621-87