

Ao Diretor Regional do Sesc-AR/DF, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação.

REF.: CONCORRÊNCIA Nº 11/2025 - PROCESSO Nº 50707/2025

KM LIVE AGENCY, inscrita no CNPJ sob o nº 40.279.339/0001-93, pessoa jurídica de direito privado já qualificada nos autos da Concorrência em epígrafe identificada, doravante denominada simplesmente "**KM Live**", por intermédio de seu representante legal nos termos do seu estatuto social, vem à presença desta Douta Comissão Permanente de Licitação, apresentar suas **CONTRARRAZÕES** em face dos recursos administrativos interpostos pela ABIC Marketing e Consultoria LTDA – "FLAP" e SANTAFÉ IDÉIAS INTELIGENTES EM MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA – "SANTAFÉ" em relação ao julgamento da subcomissão técnica que desencadeou no resultado final do certame, fazendo-as nos termos das razões fáticas e jurídicas a seguir expostas.

I. DA TEMPESTIVIDADE

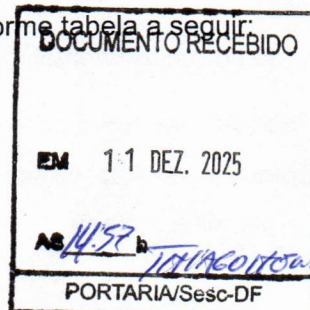
Nos termos do item 12.2. do Edital em exame, os licitantes dispõem do prazo de 2 (dois) dias úteis, contados da sua intimação, para apresentar recurso administrativo.

Considerando que no dia 04 de dezembro de 2025, o Serviço Social do Comércio – Administração Regional do Distrito Federal (Sesc AR/DF), abriu novo prazo para interposição de recurso, ficando as licitantes, intimadas a apresentá-lo até 08/12/2025. No dia 09/12/2025 foram publicados os recursos administrativos interpostos, assim, protocolizada nesta data, inegável é a tempestividade da presente peça.

II. DO BREVE RESUMO DOS CASOS

No dia 28 de novembro de 2025 a D. Comissão publicou parecer da Gerência de Comunicação e Comunicado do Resultado Final e abertura do prazo recursal.

De acordo com o parecer da Gerência de Comunicação a pontuação final das agências avaliadas pela Subcomissão Técnica foi consolidada conforme tabela a seguir:



IV. CLASSIFICAÇÃO FINAL

A classificação final foi determinada pela média ponderada das notas, resultando no seguinte ranqueamento:

Empresa	Nota Técnica (T)	Ponderação T (x 0,70)	Nota Preço (P)	Ponderação P (x 0,30)	Pontuação Final	Classificação
KM Live Marketing Agency	65,13	45,591	30,00	9,00	54,591	1º lugar
ABIC (FLAP)	59,22	41,454	30,00	9,00	50,454	2º lugar
Latim Promo	57,69	40,383	30,00	9,00	49,383	3º lugar
Agência Kabe	56,68	39,676	30,00	9,00	48,676	4º lugar

Irresignadas, as recorrentes FLAP e SANTAFÉ pleiteiam resumidamente:

- FLAP - Na sua primeira peça recursal: Que a comissão promova diligência em relação ao atestado da SEMARH-LUZ apresentado pela KM.
Na segunda peça recursal: Reitera os pedidos da primeira peça recursal e aponta supostas inconformidades na proposta da KM.
- SANTAFÉ - Reavaliação da sua própria proposta e das propostas da KM e da FLAP.

Contudo, conforme será demonstrado, os recursos interpostos se trata de mero inconformismo pela derrota no certame, travestido de argumentação jurídica.

III. DAS ALEGAÇÕES DA FLAP

De saída, a FLAP, após o novo prazo concedido pelo SESC-DF, sustenta em sua segunda peça recursal que sua primeira peça deve ser mantida na íntegra. Vejamos:

“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.”

Contudo, esquece a FLAP que segundo o princípio da singularidade, também chamado de unicidade do recurso, impõe que para cada decisão a ser atacada, há um único recurso próprio e adequado previsto no ordenamento jurídico.

Ora, a FLAP em flagrante desrespeito a isonomia e ao ordenamento jurídico quer que seus dois recursos sejam apreciados. Desta forma, preliminarmente pugna-se pelo não conhecimento do primeiro recurso da FLAP sob pena de violação a isonomia e ao princípio da unicidade recursal.

Em atenção ao princípio da eventualidade, a seguir também serão rechaçadas as alegações da FLAP no que diz respeito ao seu primeiro recurso.

A FLAP em sua primeira peça recursal se restringiu a pôr em xeque a autenticidade e veracidade do atestado da Semarh de Luziânia apresentado pela KM. Contudo, trazendo apenas suposições e ilações, uma vez que o atestado foi emitido em papel timbrado da Semarh e assinado digitalmente pelo responsável.

Ora, caso subsistisse qualquer dúvida razoável em relação a regularidade ou veracidade do atestado, a D. comissão poderia ter se valido da realização de diligência para confirmar as informações apresentadas. Portanto, não cabe a FLAP fazer ilações em relação ao atestado apresentado pela KM.

Já em sua segunda peça recursal, a FLAP passa a atacar o coerente julgamento da Subcomissão Técnica e tenta de forma açodada julgar a proposta técnica da KM com bases em critérios inexistentes e de sua própria lavra, sem qualquer respaldo técnico ou fático.

Em relação a suposta quebra do julgamento objetivo alegado pela FLAP, não há o menor respaldo fático, pois no caso concreto, observa-se que a **Subcomissão realizou o julgamento das propostas de forma fundamentada e individualmente por cada membro**, sendo publicado posteriormente em conformidade com o edital e detalhadas quesito a quesito.

No mais, a Subcomissão Técnica é soberana nas suas decisões, até por isso, seus membros possuem a devida qualificação técnica para realizar o julgamento das propostas, pautado em critérios objetivos, técnicos e previstos em edital, o que ocorreu no caso do julgamento das Recorrentes.

No mesmo diapasão, **os Tribunais vêm decidindo pela soberania das decisões das Subcomissões Técnicas**. Vejamos:

APELAÇÃO CÍVEL, MANDADO DE SEGURANÇA, LICITAÇÕES E CONTRATOS ADMINISTRATIVOS, PROCEDIMENTO PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, ALEGAÇÃO DE CERCEAMENTO AOS AUTOS DO PROCESSO ADMINISTRATIVO, VIOLAÇÃO ÀS EXIGÊNCIAS DO EDITAL, DISCRICIONARIEDADE TÉCNICA NO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS QUE EXIGEM CONHECIMENTO ESPECÍFICO, PROPOSTA COM ELEMENTOS ESTRANHOS ÀS EXIGÊNCIAS DO INSTRUMENTO CONVOCATÓRIO. 1. A homologação e a adjudicação do objeto do certame não conduzem à perda do objeto do mandado de segurança em que se questiona a legalidade do processo licitatório. Considerado nulo o procedimento licitatório, nulas também serão a homologação e a adjudicação, visto que não poderiam subsistir sem o procedimento que lhes sustenta. Preliminar afastada. 2. O julgamento das propostas técnicas, em licitações para contratação de serviços de publicidade, deve ser feito por uma subcomissão técnica, em respeito ao art. 10, § 1º, da Lei 12.232/2010. 3. Em certos momentos é necessário conhecimento técnico para avaliação das propostas. Aí reside a discricionariedade técnica, a qual não se confunde com a

discricionariedade administrativa porque não permite juízos de conveniência ou oportunidade. O que se admite nesses casos é que a subcomissão técnica, com base em seus conhecimentos da área da Publicidade, de modo equânime e imparcial, avalie a adequação das propostas aos critérios objetivos de julgamento. **4. O controle da discricionariedade técnica somente seria possível mediante perícia e em situações excepcionais. Caso contrário, admitindo-se tal discussão em Juízo tão somente para rever a pontuação atribuída às propostas, estar-se-ia a legitimar a substituição da referida subcomissão técnica designada pela Administração por perito designado pelo Poder Judiciário, em grave afronta à separação de Poderes. Precedentes. 5. Há razão de ordem racional para a legislação de regência - Lei 12.232/2010 - exigir a constituição de subcomissão para julgamento das propostas técnicas, cujos membros devem possuir formação em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou atuar em alguma dessas áreas (art. 10, § 1º). Evidente que a necessidade advém da própria natureza dessas propostas, fazendo-se necessário o especial saber das áreas afins.**6. O acesso aos autos do processo administrativo é garantia constitucional, a que a doutrina denomina de princípio do acesso aos elementos do expediente ou direito de vista. Seu fundamento é o art. 5º, XXXIII, da Constituição Federal, o qual preceitua ser direito de todos receber dos órgãos públicos informações de seu interesse ou de interesse geral, ressalvadas as sigilosas. In casu, o fato de não ter sido concedida vista dos autos do processo administrativo à apelante não impõe a concessão da ordem. A uma, porque a violação do direito de vista não é objeto do mandamus, e, a duas, porque a apelante poderia ter feito uso ou de ação cautelar de exibição de documentos ou do disposto no art. 6º, § 1º, da Lei 12.016/2009.... Destarte, não havendo indícios de que tal parcela tenha sido considerada pela subcomissão técnica quando da atribuição de pontos, não se há falar em exclusão da concorrência. DERAM PARCIAL PROVIMENTO À APELAÇÃO, CONCEDENDO PARCIALMENTE A SEGURANÇA. UNÂNIME. (TJ-RS - AC: 70059597344 RS, Relator: Laura Louzada Jaccottet, Data de Julgamento: 05/11/2014, Segunda Câmara Cível, Data de Publicação: 14/11/2014)

Superado esse importante aspecto, passa-se a demonstrar que o pleito da FLAP não merecem prosperar, por absoluta falta de resguardo nos fatos e no direito.

No que diz respeito a suposta identificação da KM via QRCODE em sua proposta técnica, não há ilação maior. A FLAP em sua própria peça recursal reconhece que o QRCODE direciona para a url da globo: <https://g1.globo.com/tecnologia/>. Como tal url seria capaz de identificar a KM?

É preciso lembrar que o briefing é um exercício criativo fictício utilizado para julgar a capacidade técnica das agências licitantes. Por óbvio, caso se tratasse de uma campanha real, o QRCODE direcionaria para o site do SESC-DF.

Ademais, o edital é claro em seu item 8.7 e a desclassificação da licitante por identificação deve ser precedida da identificação **inequívoca de sua autoria**. Vejamos:

8.7. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação inequívoca da autoria do quesito Plano de Marketing Promocional – Via Não Identificada. (grifamos)

Logo, não merece prosperar a infundada alegação da FLAP de identificação da KM via QR CODE, pois não houve qualquer identificação de autoria da proposta.

Prossegue a FLAP, tecendo alegações genéricas sobre a proposta da KM que não guardam nenhuma correlação com a realidade. A FLAP afirma que seria “impossível ler” o conceito da campanha na prancha apresentada. Essa alegação é subjetiva e não está lastreada em critério técnico mensurável do edital.

A Subcomissão que teve acesso aos mesmos materiais, concluiu pela suficiência e inteligibilidade da proposta tanto que pontuou a KM Live de forma proporcional e motivada. O fato de a recorrente ter opinião distinta não invalida a avaliação oficial.

A alegação da FLAP de “simplicidade estratégica” baseada em uma leitura fragmentada de um comentário da D. Subcomissão também é frágil e descabido. A Subcomissão afirmou que a KM Live “apresentou grande número de ativações, no entanto sem uma solução com diferenciais criativos”, o que significa não que a solução seja inadequada, mas que não atingiu o nível máximo de criatividade. Esse tipo de observação é comum no julgamento técnico. O fato de uma proposta não se destacar no critério máximo não implica que ela descumpra o edital ou que seja tecnicamente falha. Ao contrário, o próprio comentário revela que as ativações foram consideradas pertinentes, a solução foi considerada viável e apenas não se destacou em criatividade no mais alto grau, justificando na opinião da Subcomissão, a redução 0,50 ponto, mantendo coerência entre a crítica e a nota atribuída.

No que diz respeito a alegação da FLAP de que a Estratégia da KM estaria incompleta e que também apresentou falha no detalhamento das ações também não merece prosperar, uma vez que toda a estratégia foi construída de modo a apresentar a solução de forma narrativamente coesa e que valorizasse o conceito estabelecido para a corrida: “Conexões que Movem Brasília”. A estratégia decorre primordialmente da necessidade estabelecida como objetivo central do briefing, posicionar o SESC como um motor do bem-estar no DF, ampliando o alcance da corrida. Para tanto, a KM apresentou o conceito e sua pertinência, estabeleceu as premissas da estratégia, evidenciou os objetivos práticos da estratégia, materializando a estratégia numa linha temporal capaz de conduzir aos objetivos com eficiência, e identificou de forma clara os públicos (quem), as mensagens direcionadas a cada um (o quê) e a forma, canais e ações utilizados (como) para criar a conexão. Por fim, a estratégia explicou os acontecimentos de todas as etapas e apresentou as ferramentas de mensuração pertinentes a cada uma seguindo as mais estabelecidas práticas de mercado.

Aduz a FLAP que supostamente a KM “apresentou na sua proposta, soluções referentes

à corrida, fugindo dos desafios que são pedidos no briefing” e teria apresentado “Planejamento fora do período definido no briefing”. Mais uma vez, ou a FLAP não entendeu a Proposta da KM, ou busca deturpar o coerente julgamento da D.Subcomissão.

A Proposta da KM apresentou soluções referentes a corrida com o claro objetivo de entregar resultados para os desafios estabelecidos no briefing e calçados no conceito de Live Marketing que direciona a contratação, no Termo de Referência desta Licitação com eficientes soluções de engajamento e interação com o público, compreendendo tanto o universo físico como o digital, utilizando das ferramentas que mais se relacionam com o objetivo de ampliar o alcance da mensagem do SESC com eficiência diante da verba de referência.

Por fim, sustenta a FLAP que a KM teria incluído um novo público estranho ao briefing em sua proposta, não teria detalhado os influenciadores acarretando na inviabilidade orçamentária da proposta. Mais uma vez tal alegação não se sustenta. A Proposta da KM estabeleceu de forma muito clara a faixa de investimento por tipo de influenciador e sua quantidade, deixando clara a sua classificação e o limite do desembolso para o bom aproveitamento da verba disponibilizada. A boa estratégia não se estabelece por meio de “garotos propaganda” mas sim em uma atividade com usuários conectados ao tema e capacidade de engajamento para tornar a dinâmica autêntica e não se sobrepor ao próprio SESC-DF.

Diante do exposto, percebe-se que as alegações da FLAP não merecem prosperar, não sendo cabível qualquer revisão da nota da proposta técnica da KM.

III.2 DAS ALEGAÇÕES DA SANTAFÉ

Por mais curioso que seja, pleiteia a SANTAFÉ uma nova avaliação da sua proposta apócrifa e dos demais licitantes, agora de forma comentada e identificada.

Em que pese nos processos licitatórios promovidos pelo Sesc-AR/DF, não se aplicam as disposições da Lei n.º 14.133/2021 (pois o TCU possui entendimento pacificado acerca da natureza jurídica de direito privado das entidades do “Sistema S”, no sentido de que não integram a Administração Pública, visto que possuem regulamentos próprios de compras e contratações), é preciso lembrar que o espírito das regras editalícias do certame de live marketing possuem como base a Lei 12.232/2010.

O edital em epígrafe traz como rito, o julgamento das propostas técnicas de forma apócrifa. Diversos itens fazem alusão direta a apocricidade das propostas. Vejamos:

“5.10.5. Não serão aceitos envelopes diferentes daqueles fornecidos pelo Sesc-AR/DF para este processo licitatório.

5.10.6. É proibido qualquer tipo de marcação, sinalização ou inclusão de elementos que identifiquem a autoria (proponente) no ENVELOPE “A”. Este envelope será entregue pela licitante à Comissão Permanente de Licitação, devidamente fechado, porém sem qualquer lacre ou etiqueta de identificação

8.7. Será desclassificada a Proposta Técnica que:

a) apresentar informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação inequívoca da autoria do quesito Plano de Marketing Promocional – Via Não Identificada.”

Não por outra razão, o edital dispõe exatamente o que prevê o art. 6º, IV, da Lei nº 12.232/2010 que consagra o princípio do julgamento apócrifo e assegura o anonimato das propostas como meio de garantir a imparcialidade na avaliação técnica.

Essa sistemática, que veda a identificação das propostas, impõe limites naturais ao escopo do recurso administrativo. Leciona Marçal Justen Filho¹, ao comentar o Art. 6º, inciso IV, da Lei nº 12.232/2010, que a padronização formal das propostas técnicas é essencial para garantir o anonimato, impedindo que a Subcomissão Técnica identifique a autoria das propostas ou atribua valor diferenciado com base em aspectos formais. Esse dispositivo, de forma intencional, incorpora regras que promovem a apocrificidade das propostas técnicas, avaliadas por uma subcomissão com expertise técnica. A avaliação de forma anônima das propostas é fundamental para que a subcomissão promova um julgamento justo, priorizando a imparcialidade do processo.

No presente caso, a Subcomissão Técnica observou rigorosamente essa exigência, avaliando a proposta da SANTAFÉ de forma anônima e com base nos critérios objetivos do edital, assegurando a imparcialidade e a isonomia do processo. O pedido de reavaliação de sua proposta de forma identificada, além de contrariar o espírito do julgamento previsto no edital, desrespeita o princípio da isonomia, pois comprometeria a neutralidade do julgamento e a segurança do certame.

Ademais, mesmo o recurso sendo um direito inalienável, subjetivo e pessoal do licitante, inerente à sua participação no processo licitatório, não pode a recorrente se utilizar de peça recursal para tecer, de forma tardia, explicações complementares da sua proposta para a subcomissão e com isso solicitar aumento de sua nota.

No caso concreto, observa-se que a subcomissão realizou o julgamento das propostas de forma fundamentada de forma escrupulosa e individualmente por cada membro, sendo publicado item a item em estrita conformidade com o instrumento convocatório.

¹ Justen Filho, Marçal Comentários à Lei de Contratos de Publicidade da Administração: Lei nº 12.232/2010 / Marçal Justen Filho. Belo Horizonte : Fórum, 2020

Portanto, não merece prosperar o pleito da SANTAFÉ de um novo julgamento de sua proposta de forma identificada e comentada violando frontalmente a isonomia do certame.

Por fim, no que diz respeito as inconformidades alegadas pela SANTAFÉ em relação a proposta técnica da KM, também não há qualquer amparo fático, nem muito menos jurídico.

Obviamente a proposta da KM pode ter incorrido em pequenos erros que já tiveram o respectivo decote de nota devido no respectivo quesito. Se tivesse apresentado uma proposta perfeita e imune a críticas, certamente teria obtido nota máxima em todos os quesitos, o que não ocorreu.

A SANTAFÉ alega que a proposta da KM “estruturou sua solução com foco desproporcional em gestão de redes digitais, manutenção de comunidades online e influenciadores típicos de contrato de publicidade digital, e não de Live Marketing” e que a proposta da KM teria violado o dever de detalhamento previsto no apêndice II.

A alegação de que a proposta da KM Live teria se afastado do objeto licitado por apresentar ações de comunicação digital não encontra respaldo no edital, tampouco na doutrina contemporânea de Live Marketing.

O Edital exige “produção e logística de ações promocionais e eventos”, sem vedar – e tampouco limitar – o uso de ferramentas digitais complementares, as quais são reconhecidamente parte das estratégias modernas de ativação, ampliação de alcance e engajamento.

No mercado atual, ações de Live Marketing frequentemente envolvem etapas de construção de público, amplificação e pós-evento em ambientes digitais. Assim, elementos como comunidade online ou playlists oficiais não substituem a ação física, mas a potencializam, ampliando sua efetividade.

Ainda que o recurso tente caracterizá-las como “desproporcionais”, a mera existência de ações digitais não demonstra predominância nem descumprimento do objeto. Os elementos digitais representam componentes acessórios, não substituindo os itens obrigatórios de produção, logística, operação e execução presencial, estes sim responsáveis pelo núcleo do objeto.

Ademais, a SANTAFÉ critica a apresentação de peças como “post no Instagram” ou “cartaz A3” como sinal de baixa complexidade. Tal alegação desconsidera a finalidade desses materiais: tratam-se apenas de artes exemplificativas, que não se confundem com a execução cenográfica, logística ou operacional prevista no projeto.

A complexidade técnica de um evento não se mede pela arte gráfica exemplificativa inserida na proposta, mas pelos elementos de estrutura, operação, equipamentos, equipes e fluxos de execução, os quais foram devidamente apresentados pela KM Live.

Por fim, a afirmação da SANTAFÉ de que a proposta da KM Live seria superficial não se sustenta. O edital não exige detalhamento exaustivo, tampouco memorial descritivo técnico equivalente ao de obras e engenharia. Exigir pormenorização absoluta implicaria criação de requisito não previsto e violação ao princípio do julgamento objetivo.

Prossegue a SANTAFÉ sustentando a suposta inviabilidade orçamentária e desvio de finalidade da proposta da KM.

Contudo, a SANTAFÉ incorre em erros primários ao sustentar que a destinação de parte do orçamento às premiações e encargos configuraria desvio do objeto.

Tal interpretação contraria frontalmente o conceito de marketing promocional. Além disso, não há qualquer vedação no instrumento convocatório a ações de incentivo como mecanismo de engajamento do público-alvo.

A premiação vinculada à experiência do evento não é custo operacional da competição, mas instrumento clássico de ativação promocional que gera engajamento, atrai participantes, amplia visibilidade da marca e fortalece a narrativa do evento, elementos essenciais ao Live Marketing.

Em relação ao suposto desconhecimento da dinâmica de eventos e falhas na legalização na proposta da KM, não se sustenta quando confrontada com a realidade administrativa desses procedimentos e com o conteúdo efetivamente apresentado na proposta.

Importa esclarecer, de início, que o Eixão do Lazer e o Parque da Cidade não se enquadram como áreas “sensíveis”, tal como quer fazer crer a SANTAFÉ, mas como espaços públicos e historicamente vocacionados à realização de eventos de grande porte. Ambos se encontram institucionalmente consolidados como palcos de agendas anuais diversas, a exemplo de festivais, competições esportivas, feiras e ativações culturais de larga escala, o que evidencia a normalidade operacional de montagens e fluxos nessas regiões. De igual modo, o Pontão do Lago Sul configura área público-privada destinada à realização de eventos externos, submetida aos mesmos trâmites administrativos aplicáveis a qualquer outro espaço de uso coletivo, sem qualquer excepcionalidade quanto ao processo autorizativo.

Os procedimentos de legalização para esses locais obedecem a prazos e exigências já sedimentados pelos órgãos competentes, sendo certo que o prazo mínimo de 30 (trinta) dias para requerimento das autorizações foi integralmente respeitado no cronograma apresentado pela KM Live. Desse modo, não há qualquer evidência de risco de interdição, tampouco se pode sustentar que a ausência de menção a determinado documento ou autorização específica configure falha técnica ou omissão capaz de comprometer a viabilidade da execução contratual. Trata-se, portanto, de mero exercício especulativo da recorrente, dissociado dos fatos e sem respaldo técnico.

Diante desse cenário, revela-se incorreta a conclusão da recorrente de que a proposta apresentaria “visão amadora e temerária”. A KM Live demonstrou pleno conhecimento dos trâmites de autorização, respeitou os prazos legalmente instituídos, apresentou cronograma compatível com as exigências administrativas e estruturou orçamento conforme os limites e diretrizes previstos no edital. As críticas formuladas, além de subjetivas, extrapolam o escopo da avaliação técnica realizada pela Subcomissão competente, que em momento algum vislumbrou risco de inexequibilidade ou falha material na solução apresentada.

Por todo o exposto, resta evidente que não há qualquer vício capaz de comprometer a legalidade, a viabilidade ou a segurança da execução proposta, devendo ser integralmente afastadas as alegações de desconhecimento da dinâmica de eventos e de supostas falhas na legalização, por total ausência de respaldo fático e jurídico.

No que diz respeito às alegações sobre os relatos apresentados pela KM, a SANTAFÉ utiliza critérios próprios e inexistentes no edital ao afirmar que supostamente os relatos da KM não possuem “diversidade territorial”, nem “solução para um problema de comunicação”.

Tivesse tido o cuidado devido, teria a SANTAFÉ visto que os critérios objetivos de avaliação dos Relatos são descritos detalhadamente no Termo de Referência págs 113 e 114:

- a. *Planejamento estratégico - Avaliar se o relato demonstra a existência de um planejamento estruturado, alinhado a objetivos claros, metas bem definidas, escolha adequada de estratégias e utilização eficiente dos recursos. Verifica também se houve análise de contexto, definição de público-alvo, cronograma e indicadores de sucesso.*
- b. *Compreensão do desafio - Medir o quanto o relato demonstra que o proponente compreendeu corretamente o problema, desafio ou necessidade que se apresentava. Avalia se houve uma leitura adequada do cenário, dos obstáculos e das oportunidades para orientar as ações adotadas.*
- c. *Qualidade da execução - Verificar se as ações foram implementadas com qualidade, profissionalismo e aderência ao que foi planejado. Considera aspectos como organização, cumprimento de prazos, gestão de equipe, controle de qualidade e eficácia dos processos utilizados.*
- d. *Clareza e coerência na apresentação - Avaliar a capacidade do proponente em relatar de forma clara, objetiva e estruturada os elementos do projeto: contexto, estratégias, ações, resultados e aprendizados. Verifica se há coerência entre os fatos narrados, os dados apresentados e os resultados obtidos.*
- e. *Porte do projeto - Analisar a dimensão e a complexidade do projeto relatado, considerando volume de público atendido, abrangência geográfica, número de etapas, quantidade de recursos mobilizados e impacto gerado. Este critério permite*

diferenciar relatos de pequena, média ou grande envergadura, atribuindo valor proporcional à capacidade de gestão de projetos mais robustos.

Conforme pode ser constatado, em nenhum momento, o instrumento convocatório traz critérios sequer similares aos critérios criados pela SANTAFÉ, não merecendo a KM ter qualquer redução de nota neste quesito.

Por fim, sustenta a SANTAFÉ que a KM teria apresentado quantidade insuficiente de relatos em desacordo com o item 9 'b' do edital. Mais uma vez, faltou o devido cuidado a licitante SANTAFÉ, pois o esclarecimento feito pela KM publicado no dia 10 de novembro de 2025, na qual a Comissão respondeu que "a licitante poderá apresentar até 5 (cinco) relatos para demonstrar um portfólio mais amplo, **mas a análise e a pontuação se restringirão aos 3 (três) melhores relatos apresentados.**" Vejamos:



Trata-se do pedido de esclarecimento da empresa **KM LIVE MARKETING E AGENCY ENTERTAINMENT LTDA**, referente à Concorrência nº 11/2025 - Contratação de agência especializada em marketing promocional, para 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 do Sesc-DF.

1. No Anexo III, o item 9 'b' do Termo de Referência, dispõe que a licitante deve apresentar até 05 (cinco) relatos, sendo limitado a 2 (dois) relatos de um mesmo cliente. Contudo, ainda no Anexo III, o item 1.1 que dispõe sobre a apresentação e julgamento das propostas técnicas, dispõe que somente 3 (três) relatos serão pontuados. Desta forma, pergunta-se: Qual a quantidade de relatos deve ser apresentada?

Resposta: Em resposta ao seu pedido de esclarecimento, informamos que a avaliação técnica considerará a quantidade de relatos da seguinte forma:
A licitante poderá apresentar até 5 (cinco) relatos para demonstrar um portfólio mais amplo, mas a análise e a pontuação se restringirão aos 3 (três) melhores relatos apresentados.
Essa abordagem visa dar flexibilidade à empresa na apresentação de seus trabalhos, ao mesmo tempo em que a análise técnica se concentra na qualidade e relevância das três principais experiências.

Atenciosamente,

Gerência de Comunicação

A comissão foi clara e direta ao responder que a licitante **poderia (facultando a licitante)** apresentar 5 (cinco) relatos, sendo que somente 3(três) seriam pontuados. Logo, não houve descumprimento do aludido item, uma vez que o edital facultou a licitante tal possibilidade, não sendo obrigatório a apresentação de 5(cinco) relatos. Portanto, também não assiste razão a alegação da SANTAFÉ em relação a descumprimento do edital.

IV. DA CONCLUSÃO E DOS PEDIDOS


Considerando os fatos apresentados, percebe-se que as alegações e pleitos de ambas

as Recorrentes não possuem qualquer substrato fático, técnico ou legal, requerendo a KM LIVE AGENCY que Diretor Regional do Sesc-AR/DF, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação negue provimento aos Recursos Administrativos interpostos pela FLAP e SANTAFÉ para:

- 1) Manter inalteradas as notas da **KM LIVE AGENCY**.
- 2) Manter a **KM LIVE AGENCY** declarada vencedora do presente certame.

Nestes termos, pede deferimento.

Brasília, 11 de dezembro de 2025.

Documento assinado digitalmente
 **KLEBER DE MORAIS SILVA**
Data: 11/12/2025 12:44:08-0300
Verifique em <https://validar.itu.gov.br>

KM LIVE AGENCY
Kleber Moraes