



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JAHU

REQUERIMENTO DO PÚBLICO

PROCESSO: 0200014648 / 2025 - RP - Z

DATA: 16/10/2025

REQUERENTE: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA

ASSUNTO: CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

Autuei nesta data, sob o número acima indicado, a matéria referida nesta capa, que passa a ser a folha primeira do presente processo.



MUNICIPIO DE JAHU
R Paissandu 444
CENTRO
46.195.079/0001-54

32

2

Comprovante de Protocolo

2025

NÚMERO:0200014648 / 2025- RP - 2 DATA: 16/10/2025 HORA: 16:13:16 CHAVE WEB: 2C1613O1610N14648

REQUERENTE: QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA

FONE: (18) 3302-4740

CEL:(18) 99793-6609

E-mail:

CPF/CNPJ: 02436740000109

RESPONSÁVEL: OSMAR JUNIOR

ASSUNTO: CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO

DESCRIÇÃO:

ASSUNTO: CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMNISTRATIVO - CONCORRENCIA PUBLICA N. 006/2024 E
PROCESSO N. 0300011422/2025-PG-3 , CONFORME REQUERIMENTO ANEXO.

Prefeitura Municipal de Jahu
RUA Paissandu, 444 JAU SP 17201-900

SITE - <http://www.jau.sp.gov.br> - (14) 3602-1777

ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES (COPEL) DA PREFEITURA DE JAHU, ESTADO DE SÃO PAULO

Concorrência Pública nº 006/2025 e Processo nº 0300011422/2024-PG-3

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 02.436.740/0001-09, com sede na Rua das Rosas, 100, Assis/SP, CEP 19.816-080, por sua Representante Legal, a Sra. KÁTIA ABOU GEBRAN PEDROSA, inscrita no CPF/MF sob o nº 258.587.418-43, através de seu Advogado, abaixo subscrito e cujo instrumento de Procuração segue anexo, vem, muito respeitosamente à presença de V. Senhoria, tempestivamente apresentar as suas **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto pela Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda, nos termos fáticos e jurídicos que seguem.

=== 1) DA FRAGILIDADE DOS ARGUMENTOS RECURSAIS ===

Nobre Comissão Licitante da Prefeitura Municipal de Jahu/SP, já de pronto cumpre rebater a ironia da Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda ao afirmar sobre a atribuição de nota máxima para a aqui LICITANTE QUEST ao afirmar em seu Recurso:

Antes, porém, merece comentário – porque causou espanto – o fato da Quest ter recebido nota máxima de todos os membros e obtido **NOTA 100** no geral. Num julgamento considerado rigoroso, pois 4 de 6 licitantes sequer alcançaram a nota mínima de 75 pontos, chama atenção que a proposta de uma licitante seja considerada perfeita por todos os julgadores e tenha “gabaritado”. É algo inédito que merece ser estudado.

Não é algo inédito. Inclusive a LICITANTE QUEST já foi derrotada em outras Licitações em que Agências de Publicidade adversárias receberam notas máximas (100). A LICITANTE QUEST aceitou a derrota, voltou para sua Agência, e procurou melhorar.

Assim é com um aluno de escola que reconhece suas falhas no aprendizado, estuda mais e consegue tirar sua nota 10 na próxima avaliação escolar. Certamente este aluno tem méritos e quem não alcançou sua mesma nota 10 ao invés de procurar culpados, devia se esforçar mais.

Vale ressaltar que a Subcomissão Técnica é soberana e possui total condição de atribuir as notas que bem entender, segundo sua análise técnica. Se existe a pontuação máxima, ela pode ser utilizada na classificação, pois esta nota consta expressamente do Edital.

A conduta lamentável e desrespeitosa da Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda em face da Subcomissão Técnica e também em face desta LICITANTE QUEST será tratada em tópico próprio na parte final destas Contrarrazões.

A verdade é que o Recurso Administrativo ofertado pela Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda praticamente se esqueceu de tratar de sua desclassificação e focou apenas em buscar a desclassificação da LICITANTE QUEST. Como se aquela Licitante já estivesse conformada de sua condição de desclassificada e resolvesse que ninguém mais poderia classificar. Em outras palavras, a conduta do mau perdedor.

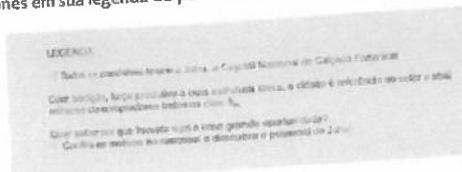
Naquele Recurso foi afirmado que:

II.1. Quebra de Sigilo na Proposta Técnica – Via Não Identificada

Uma falha crítica que, por si só, é suficiente para a desclassificação da agência QUEST, é a quebra de sigilo na Proposta Técnica – Via Não Identificada (Invólucro nº 1).

Conforme o Subitem 10.1.1.3 b) do Edital, o Invólucro nº 1 "não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante". Mais incisivamente, o Subitem 12.5 a) do Edital estabelece, como critério de desclassificação expressa: "apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2".

A agência QUEST, em sua Proposta Técnica – Via Não Identificada, utilizou ícones em sua legenda do post carrossel que podem identificar sua proposta:



Nobre Comissão Licitante, já começamos com uma observação rápida a qualquer página (da primeira até a última) do Edital. Vejamos o rodapé:

divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

2.1.1.3 - As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;



* JAU CAPITAL SAO PAULO DO CASQUEO PERMISAO *
Rua Faissandu nº 444 - Centro - Jahu - SP - 17201-900 - www.jau.sp.gov.br
Telefones: (14) 3662-1718/-1804

* ATENDIMENTO DE EMENDAS - EDITAL LICITACIONAL



Ou seja, o próprio Edital já possui imagens de sapatos e aeronaves em referência à cidade de Jahu/SP.

A Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda quer fazer entender que supostamente o ícone do sapato ensejaria uma possibilidade de identificação. Absurdo, nobre Comissão Licitante!

É fundamental que se entenda que o contexto da parte criativa já tratava de sapatos femininos. Em outras palavras, na legenda estava sendo colocado ícones de *layout* nas peças criativas. A legenda faz parte do *layout* criativo da peça e usar ícones que representam a unicidade de comunicação faz parte da estratégia publicitária e criativa. Inclusive no *layout*, é utilizado o ícone de sapato.

Senão vejamos abaixo uma das peças (cartaz):

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.

6



Quando a Legislação e o Edital falam em sinal, marca, etiqueta ou qualquer outro elemento é óbvio que visa alcançar algo realizado fora do contexto publicitário e das peças produzidas. Interpretar diferente seria o mesmo que buscar alguma palavra ou frase em qualquer peça publicitária e alegar que é atípica para uma campanha e, dessa premissa totalmente equivocada, alegar que ensejaria identificação de um Licitante.

Prosseguindo no Recurso interposto pela Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda importante falar sobre o alegado quanto ao período da campanha, onde relata que a LICITANTE QUEST não executou corretamente.

Senão vejamos aquele Recurso:

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.

II.3. Descumprimento das Especificações do Briefing - Período da Campanha e Verba Orçamentária

A proposta da agência QUEST desrespeitou as condições estabelecidas no Anexo I (Briefing) do Edital, em dois pontos fundamentais:

- O Anexo I (Briefing) estabelece o "Período da Campanha: 30 dias", mas a proposta da QUEST, todavia, planejou a campanha para 31 dias, descumprindo a regra do Briefing e utilizando subterfúgio para ter ganho técnico. Veja abaixo o 31º dia da campanha criado pela QUEST violando o Briefing:

The image shows a calendar grid for the month of October. The 31st day is highlighted, indicating the end of the 31-day campaign period mentioned in the text.

Diferente do entendimento da Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda, nas estratégias publicitária e estratégias de mídia, a LICITANTE QUEST adota um período de mês correto para executar a campanha, pensando nos objetivos da campanha e nos resultados que se deseja alcançar.

Em outras palavras, para a LICITANTE QUEST faz sentido ativar essa campanha em outubro. E pelo formato do calendário brasileiro, outubro tem 31 dias.

O que estamos tratando aqui é que tecnicamente no Edital, pensando no mês, em uma campanha mensal, são colocados 30 dias de uma maneira genérica e exemplificativa.

É natural se pensar em mensal serem 30 dias. Porém, há meses com 31 dias. E, neste contexto, o valor de mídia mensal não muda.

A verdade é que nem mesmo a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda acredita nessa tese e que isso motivaria esta Comissão Licitante a adotar qualquer medida excepcional. Adicionaram tal argumento apenas para tumultuar o certame no popular "se colar, colou".

E nesta mesma linha de argumentos frágeis, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda argumentou acerca do valor de um veículo local

E para dar um suposto lastro ao seu argumento raso, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda colou uma conversa de *whatsapp*, que por si só, já

seria questionável pela fragilidade da segurança da informação até mesmo para identificar os participantes da conversa:

A Quest atribuiu, para anúncio de página inteira na Revista Energia, o valor de R\$ 1.875,00. Contudo, conforme provam as capturas de telas de mensagens junto ao editor, o valor correto é R\$ 1.930,00, praticado pela recorrente e pela licitante Jamp. Veja:

PIEÇA	VEÍCULO	PERÍODO	QUANTIDADE	CUSTO/PLAQUE	VALOR UN.	VALOR TOTAL	%
ANÚNCIO	REVISTA ENERGIA	Anúncio Página Inteira	1	1875,00	R\$	1.875,00	2%
				1.930,00	R\$	1.930,00	2%

Anexo 1 - Distribuição de



Porém, a LICITANTE QUEST, como forma de total transparência, apresenta um documento oficial, datado de 22 de agosto de 2025, que contem o pedido com o preço enviado pelo veículo de comunicação que, por sua vez, apresenta o valor correto da Revista. Senão vejamos o e-mail indicado:

RES: Solicitação - Revista Energia

Gerencia - Radio Energia FM <silviomonari@radic>
 Para: Isabela Maco | Quest
 sexta-feira, 22/08/2025 14:47

Mídia Kit Revista.pdf
 Archivo .pdf

Segue mídia kit
 So estamos comercializando pagina inteira
 Valor 1.875,00

ENERGIA
 FM 101.9 REVISTA WEB

SILVIO
 SILVIO MONARI
 Gerente de vendas
 14 98123 4165
 energianaweb.com.br

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.

O e-mail acima deixa evidente que a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda propagou mais uma informação falsa. Essa conduta vai minando a credibilidade de todo seu Recurso Administrativo. Qualquer dúvida, basta esta Comissão Licitante entrar em contato com o remetente do e-mail acima e confirmar a veracidade de seu conteúdo.

Prosseguindo naquele Recurso Administrativo da Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda, novamente de forma subjetiva, foram citadas as apresentações da LICITANTE QUEST na parte de Repertório e Relatos de Soluções. Vejamos o que foi alegado:

11.3. Falhas graves no Repertório e Relatos de Soluções

A proposta da agência QUEST apresentou falhas substanciais na elaboração do Repertório e dos Relatos, conforme exigências editalícias, o que deveria ter levado a uma pontuação zero nesses quesitos e, conseqüentemente, à sua desclassificação.

• O Subitem 11.8.2) do Edital é categórico ao exigir: "Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver".

A agência QUEST, em sua proposta não apresentou a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver no Repertório:

Como a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda citou acima, o subitem 11.8.2 deixa claro que a ficha técnica com indicação sucinta do problema a se resolver.

Os próprios recortes das nossas peças da LICITANTE QUEST apresentados pela Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda comprovam esta forma sucinta. Senão vejamos a parte inferior (principalmente inferior direita das peças):



PEÇA n. 02 • MEIO FOLDER

CLIENTE: CTG Brasil
TÍTULO: Janeiro Branco
DATA DE PRODUÇÃO: Dezembro 2024
PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Janeiro 2024
VEÍCULO: Distribuição Interna

Material institucional claro e acolhedor, com foco na campanha Janeiro Branco e na promoção da saúde mental. A identidade visual é leve e transmite empatia, com textos objetivos e dicas práticas. O design organizado facilita a leitura e o engajamento. Conteúdo alinhado aos valores da CTG Brasil.

Quest www.quest.com.br 4



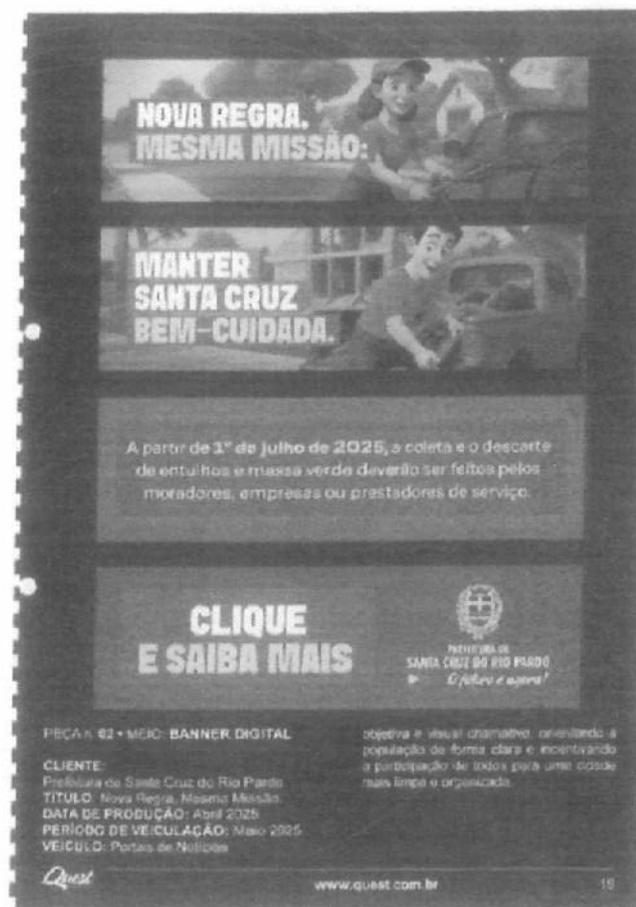
PEÇA n. 01 • MEIO BUSDOOR

CLIENTE: Prefeitura de Santa Cruz do Rio Pardo
TÍTULO: Nova Regra, Mesma Missão
DATA DE PRODUÇÃO: Abril 2025
PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Maio 2025
VEÍCULO: Busdoor

O busdoor da campanha de descarte de entulho em Santa Cruz do Rio Pardo traz mensagem curta e direta, com visual de impacto que chama a atenção no trânsito e reforça a importância da colaboração de todos para manter a cidade limpa.

Quest www.quest.com.br 16

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.



O subitem 11.8.2 o Edital exigiu indicação sucinta do problema a ser resolvido. É exatamente o que fez a LICITANTE QUEST.

Avançando naquele Recurso, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda buscou criar uma interpretação bastante peculiar do subitem 11.3.3.3 do Edital ao questionar a Estratégia de Mídia:

- **Uso de Mockups:** A agência QUEST apresentou peças em formato de "mockup". O Subitem 11.3.3.3 do Edital lista taxativamente os formatos permitidos para a apresentação de peças, como roteiro, leiaute, storyboard, entre outros, e não menciona ou autoriza o uso de mockups. A utilização de formato não permitido gera um desequilíbrio na avaliação e ganho técnico indevido, por apresentar um grau de finalização das peças que o Edital não previa e até desaconselhava para fins de avaliação.

Neste contexto, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda parece considerar que os *mockups* são como peças finalizadas.

Nobre Comissão Licitante, o que a LICITANTE QUEST fez é MUITO DIFERENTE.

A aplicação visual não está sendo utilizada na cidade ou em espaços próprios da cidade. Sendo assim, não caracteriza finalização das peças. Todos os elementos visuais aplicados para mostrar as peças são denominação generalizada, com acesso a todos e muito usados nos certames licitatórios. Isso mostra o cuidado com sua apresentação pessoal e reflete o trabalho adotado pelas agências.

Prosseguindo naquele Recurso Administrativo, acerca da parte de estratégia de mídia, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda alegou que acusa que a LICITANTE QUEST não apresentou os itens abaixo:

- **Inconsistências na Tabela de CPM/Impressões:** A agência QUEST não apresentou valores individuais de CPM e impressões por material, mas sim um valor total, dificultando a análise de custo-benefício e transparência, o que contraria a clareza exigida pelo Subitem 11.3.4 III) do Edital. Da maneira apresentada, o resultado e valor estão incorretos, pois informa que usou R\$ 2.500,00 para 1 post carrossel e 3 posts estáticos. Além do mais a Quest comenta que apenas irá impulsionar 2 materiais: 1 post carrossel e um post, e afirma que será por 7 dias, mas em sua tabela está distribuído para 31 dias e materiais totalmente diferentes desses mencionados na defesa da estratégia.

Curiosamente, o CPM (Custo por mil) e impressões estão relativamente associados e a LICITANTE QUEST apresentou em suas planilhas. Em outras palavras, se LICITANTE QUEST apresentou o valor de impressões, automaticamente faz sentido de fazer o cálculo com o valor total e chegar ao valor de CPM:

The image shows three screenshots of spreadsheets, likely from a bid submission, detailing advertising spots. Each spreadsheet has columns for 'Impressões' (Impressions), 'VALOR' (Value), and 'VALOR TOTAL' (Total Value). The first spreadsheet is for 'PROGRAMÁTICO - POSTAL', the second for 'REPERTECÃO - DIGITAL', and the third for 'POSTAL - DIGITAL'. Each row represents a different advertising material or campaign type.

Anexo I - Distribuição dos meios: Digital.

Basta ver o que determina o item 11.3.4 subitem III do Edital:

“...composto por planilhas de programação das inserções..... /
.... período de veiculação..... / e demais informações que a
licitante considerar relevantes;”

Para a LICITANTE QUEST, inserindo o período, o valor total e as impressões entregues, automaticamente é possível e lógico obter o CPM. Sendo assim, está claro e evidente o custo-benefício e a transparência da estratégia de mídia.

Por fim, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda novamente cita a LICITANTE QUEST no quesito de formatação na parte de estratégia de mídia e não e no texto das peças da Ideia criativa. Senão vejamos excertos:

11.6. Descumprimento reiterado das especificações de formatação

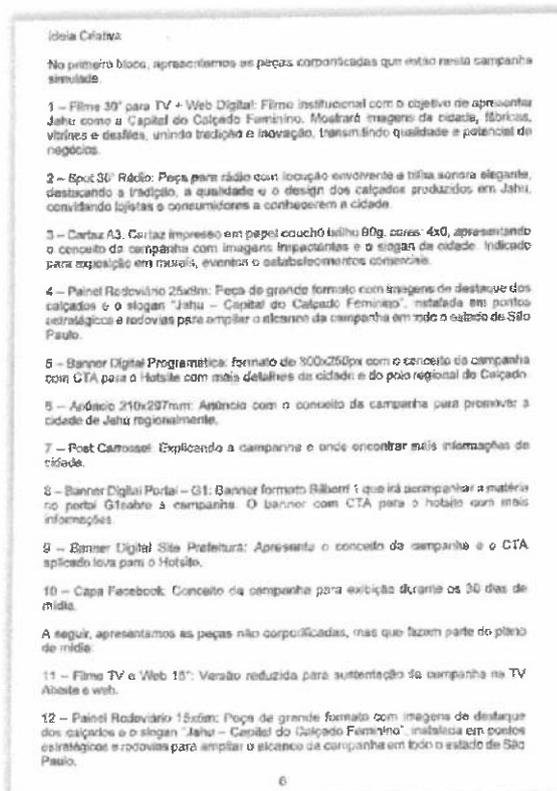
Em seu Plano de Comunicação Publicitária, a Quest cometeu diversos erros de formatação, violando frontalmente o item 11.2 do Edital.

Embora se reconheça que tais ocorrências não detenham a gravidade necessária para ensejar a desclassificação, nos termos do item 12.5.1 do edital, é inadmissível que todas tenham passado despercebidas pelos atentos e preparados membros da Subcomissão, sem qualquer desconto em nota ou menção nas avaliações.

Veja-se, abaixo, os erros de formatação que passaram ilesos:

• Espaçamento entre Linhas e Uso de Caixa Alta:

O espaçamento deveria ser simples, mas ao iniciar um novo quesito a Quest descumpriu a regra (vide pág. 3):



Nobre Comissão Licitante, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda busca mais uma vez desqualificar a LICITANTE QUEST agora sobre a formatação.

A Jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo é vasta em Mandados de Segurança e outras Ações Judiciais ao combater o excesso de formalismo em Licitações. Os chamados filigranas jurídicos, que é o que a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda busca conseguir.

O alegado espaçamento entre linhas é determinado pelo Edital como espaçamento simples e opcionalmente duplo após títulos, entre títulos, e entre parágrafos.

No item 11.2 – Quesito 1, subitem f está claro: ***“espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos.”***

O trecho que a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda alegou ser espaçamento duplo está com espaçamento simples; mas mesmo que não estivesse, é um trecho após parágrafo.

O alegado sobre uso de caixa alta também é absurdo. Alguns termos é natural em caixa alta devido sua forma de escrita como TV, OOH e o próprio nome de emissoras, como SBT.

Novamente nem mesmo a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda acredita nessa tese de erros na formatação. Uma vez mais adicionaram tal argumento apenas para tumultuar o certame no popular “se colar, colou”.

**=== 2) LICITANTE OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA:
DESRESPEITO E DESPREZO À SUBCOMISSÃO TÉCNICA E
FALTA DE ÉTICA COM OS DEMAIS LICITANTES ===**

Nobre Comissão Permanente de Licitações da Prefeitura Municipal de Jahu/SP, o Recurso Administrativo apresentado pela Licitante OLÉ Propaganda e

Publicidade Ltda é uma peça que reproduz um enorme desrespeito que aquela Licitante tem pela Subcomissão Técnica. Vamos além: há desprezo.

Porque é inadmissível que uma Agência de Publicidade utilize as expressões que utilizou em seu Recurso Administrativo sem que nutra sentimentos inferiores como desrespeito e desprezo pela Subcomissão Técnica que, de maneira extremamente competente e isonômica, analisou e decidiu sobre as campanhas publicitárias de todos os Licitantes.

O trabalho da Subcomissão Técnica é irretocável, sobretudo porque são profissionais do mais alto gabarito no ramo publicitário. E certamente, neste contexto, sabem o que é melhor para os cidadãos de Jahu/SP.

É um fato notório que a Prefeitura Municipal de Jahu/SP precisa MELHORAR sua comunicação.

Neste cenário, a aqui LICITANTE QUEST vem trazer seus 27 anos de experiência e atuação em mercados altamente competitivos para ajudar a Prefeitura Municipal de Jahu/SP a melhorar suas formas de comunicação para demonstrar aos cidadãos a contribuição e a trajetória da atual administração

Mas, Comissão Licitante, humildemente, os 27 anos de experiência da LICITANTE QUEST não fazem dela a dona da verdade. Em outras palavras, é sempre importante enfrentar a vida tal qual um aluno, um aprendiz; há sempre tempo de aprender.

E qual não foi a sorte da LICITANTE QUEST ao participar da Concorrência Pública nº 006/2025 e Processo nº0300011422/2024-PG-3 da Prefeitura Municipal de Jahu/SP quando se deparou com o Recurso Administrativo da Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda argumentando desta forma irônica:

15

Antes, porém, merece comentário – porque causou espanto – o fato da Quest ter recebido nota máxima de todos os membros e obtido **NOTA 100** no geral. Num julgamento considerado rigoroso, pois 4 de 6 licitantes sequer alcançaram a nota mínima de 75 pontos, chama atenção que a proposta de uma licitante seja considerada perfeita por todos os julgadores e tenha “gabaritado”. É algo inédito que merece ser estudado.

(...)

advocacia

II.5. Nota máxima injustificável na Capacidade de Atendimento

A Quest recebeu nota máxima de toda a Subcomissão no quesito “Capacidade de Atendimento”, mesmo não tendo nenhuma prefeitura como cliente.

O Município de Jahu é um órgão de administração pública municipal. Como tal, possui diversas peculiaridades que tornam o desafio da Comunicação Pública algo único. Uma licitante que pretende estar à frente da publicidade de uma Prefeitura como Jahu, deveria ter no seu rol de clientes alguma outra Prefeitura. Não tendo, como é o caso, jamais deveria ter recebido nota máxima em tal quesito.

A LICITANTE QUEST inexperiente, Comissão Licitante?

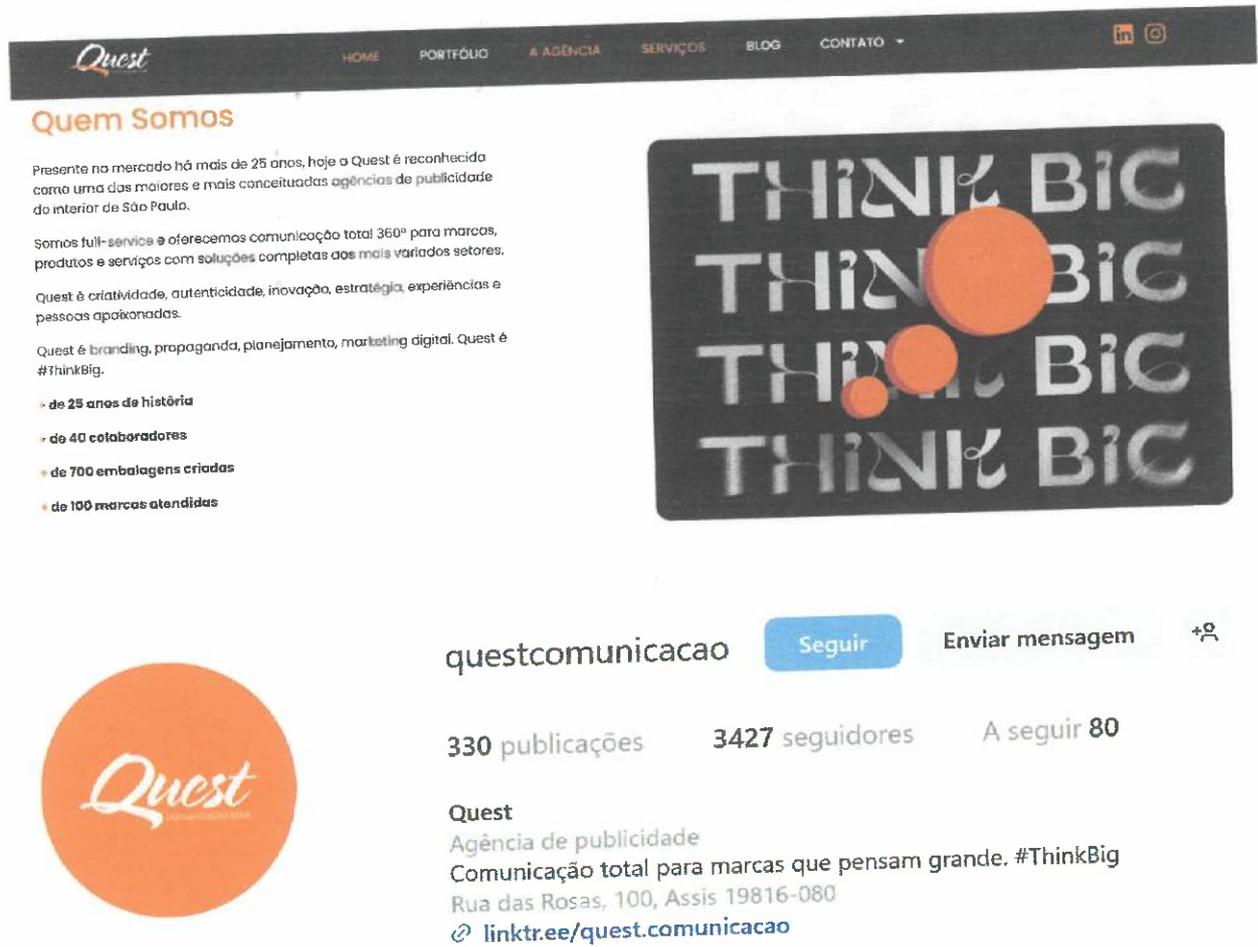
Seria interessante que a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda aprecie com mais atenção os materiais apresentados por seus concorrentes das Licitações.

Nos Relatos e Soluções de Problemas, a LICITANTE QUEST apresentou duas campanhas de sucesso relacionados a órgãos públicos, sendo a Prefeitura Municipal de Assis/SP e Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Rio Pardo/SP. Sendo que a Prefeitura de Santa Cruz do Rio Pardo/SP é cliente recorrente com Contrato Público devidamente assinado, conforme Processo nº 335/2022 – Contrato nº 301/2025 – Reserva nº 1894/2025.

Outro ponto importantíssimo é que nem a Lei e nem o Edital tem (e jamais terão) pontuação maior e privilégios para agências de propaganda que atendem contas públicas ou órgãos públicos. Aliás, se as Licitações de Agência de Publicidade fossem reservadas apenas às Agências de Publicidade que já possuem contratos públicos seria uma condição totalmente ILEGAL e INCONSTITUCIONAL.

Neste sentido, aparentemente a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda esqueceu totalmente a ética e, de uma maneira soberba, se autointitulou “Fiscal de

Campanhas Publicitárias” e assim emitiu seu “Parecer” sobre a Campanha Publicitária da LICITANTE QUEST que, por sua vez, tem 27 anos de existência.



The screenshot shows the Quest website header with navigation links: HOME, PORTFÓLIO, A AGÊNCIA, SERVIÇOS, BLOG, and CONTATO. Below the header is the 'Quem Somos' section, which includes text about the company's history and services, and a list of statistics: 25 years of history, 40 collaborators, 700 brands created, and 100 brands attended. To the right is a graphic with the text 'THINK BIG' repeated four times in a grid, with orange circles of varying sizes. Below the graphic is the Instagram profile for 'questcomunicacao', showing 330 publications, 3427 followers, and 80 accounts to follow. The profile bio identifies Quest as a communication agency for brands that think big, located at Rua das Rosas, 100, Assis, with a link to linktr.ee/quest.comunicacao.



Ainda que nem a Lei Geral de Licitações (Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021) e nem a Lei de Licitações de Agência de Publicidade (Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010) concederam prerrogativa para nenhum Licitante emitir OPINIÕES OU COMENTÁRIOS SUBJETIVOS sobre o trabalho alheio, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda talvez tenha entendido que hipoteticamente trabalhar para ente público atribuir-lhe-ia poderes para Legislar, e daí criou essa possibilidade de emitir sua DISPENSÁVEL OPINIÃO, acrescentando, por conta própria, artigos às Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, como se fossem integrantes do Poder Legislativo Federal (Câmara das Deputados ou Senado Federal).

17

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.

E daí a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda negativamente adjetivou de inexperiente o trabalho da LICITANTE QUEST. Fez pior ainda com a Subcomissão Técnica que desprezou.

Mas a LICITANTE QUEST, como dito nestas Contrarrazões, é humilde e se coloca na condição de eterna aprendiz, mesmo que já tenha conquistados inúmeros prêmios como, por exemplo, seus troféus do Fest Video da Associação de Profissionais de Comunicação e Marketing, um dos maiores prêmios da publicidade brasileira, que existe há 35 anos (época que nenhuma das duas Agências de Publicidade existia):

apcm.br e 2 outras pessoas
Áudio original

apcm.br "Quando nossas campanhas são reconhecidas no FestVideo é a prova de que estamos no caminho certo." Adriano Dorini, diretor de criação da Quest Comunicação.

@aldorini
@questcomunicacao

#festvideo35anos
Editada · 9 sem Ver tradução

fstaut Parabéns pelo trabalho irmão! Abraço!!

Gostos: cozinhadaliliana e outras pessoas
30/1

questcomunicacao · Seguir
Áudio original

questcomunicacao Hoje, dia 21 de junho, celebramos o Dia do Mídia. E para comemorar convidamos nosso sócio e diretor de mídia, Paulo Silva, para falar mais sobre a importância desse departamento, tanto para a agência quanto para nossos clientes. Confira! ❤️

#Quest #ThinkBig #DiaDoMídia
41 sem Ver tradução

yeah_nanda
43 sem 1 ponto 2 comentários



apcm.br • Seguir

apcm.br #Repost @verbonostro with @use.repost

O FestVideo, um dos principais prêmios publicitários do Brasil, ocorrerá no dia 8 de abril, às 19h30, no Theatro Pedro II, em Ribeirão Preto. A entrada é gratuita, com presença de finalistas, autoridades, imprensa e convidados.

Esta é a 35ª edição, organizada desde 1990 pela APCM (Associação de Profissionais de Comunicação e Marketing). A premiação tem como tema "Com criatividade, tudo vira publicidade" e destaca a transformação de momentos cotidianos em grandes produções. A Agência LabCom Total criou a

♥ 💬 ▼

Curtido por apcm.br e outras pessoas há 7 dias

Neste sentido também, a Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda, quem sabe, pode ajudar a LICITANTE QUEST, com seus 27 anos de existência, a como utilizar de maneira mais eficiente a internet, as redes sociais e a inteligência artificial:



questcomunicacao • Seguir

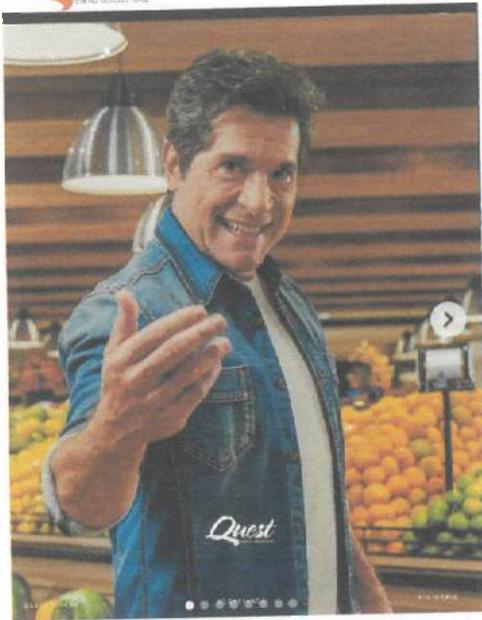
questcomunicacao Recentemente a Quest conquistou o selo de Google Partners, em um processo que envolveu certificações individuais de nossos analistas, gerentes e testes, para o departamento de BI demonstrar que atinge os requerimentos necessários para ter esse status, ou seja, que a agência trabalha com as melhores práticas recomendadas e oferecemos bons resultados aos nossos clientes.

Como Google Partner estamos plenamente qualificados e certificados para oferecer soluções digitais de alto nível, alinhadas com as mais recentes práticas e tecnologias do mercado. Com a expertise e o conhecimento que adquirimos por

♥ 💬 ▼

Gostos: juniorbonassabbq e outras pessoas 1 de abril de 2024

E a respeitável Prefeitura Municipal de Jahu/SP talvez devesse ignorar os 27 anos de existência da LICITANTE QUEST e sua atuação com empresas gigantescas e campanhas publicitárias com participações de grandes personalidades da música e do esporte:



questcomunicacao • Seguir



questcomunicacao A equipe Quest, junto com o time de marketing do Confiança Supermercados, foi responsável pela criação da campanha promocional "Sonho de Milhões", com a participação especial do cantor Daniel.

Agradecemos ao cliente pela parceria em mais um projeto de sucesso. E aí, você já assistiu ao filme na TV? Fique de olho e conte pra gente o que achou!

#Quest #ThinkBig

20 sem Ver tradução



Gostos: danioficialbo e outras pessoas

19 de novembro de 2024



questcomunicacao e consorcioeconoficial



questcomunicacao Lançamento! Tá no ar a nova campanha da Recon, que traz como conceito "Junto com você em cada conquista".

Nós, da equipe Quest, em parceria com a equipe de marketing da Recon, tivemos o privilégio de criar uma campanha inspiradora, estrelada pelo medalhista olímpico Gustavo Borges – sua história é um exemplo de que cada conquista demanda foco, dedicação e planejamento, valores que também definem o Consórcio Recon.

Com abrangência nacional, a campanha é 360° e foi planejada



Gostos: cozinhadaliliana e outras pessoas

19/2



questcomunicacao • Seguir



questcomunicacao TÁ NO AR! Planejada e criada pela equipe Quest, a nova campanha da OrthoDontic, estrelada pelo cantor Michel Teló, já está no ar! No filme e nas peças, vemos como é fácil, possível e simples fazer um tratamento na OrthoDontic, uma das maiores franquias de Ortodontia do Brasil.

A campanha é 360°, ou seja, será veiculada em peças diversas nos ambientes online e offline, com distribuição nacional. Bora conferir? Dê o play!

#publicidade #propaganda #marketing #quest #thinkbig



Gostos: matheusdiniz e outras pessoas

4 de outubro de 2022

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.

A verdade, ilustre Comissão Licitante, é que a Subcomissão Técnica que analisou as Campanhas Publicitárias era e é extremamente capaz de exercer suas funções.

E a aqui LICITANTE QUEST, por sua vez, tem absoluta certeza que atende melhor os interesses da Prefeitura Municipal de Jahu/SP e dos seus cidadãos.

Não será uma atitude extremamente antiética e soberba de outra Agência de Publicidade que vai atrapalhar a marcha de quem trabalha corretamente e que está alcançando o sucesso sem nunca ter pisado em ninguém.

=== 3) DOS PEDIDOS ===

Ante o exposto, a LICITANTE QUEST requer o **IMPROVIMENTO** do Recurso Administrativo interposto pela Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda para manter a desclassificação daquela Agência de Publicidade e dar continuidade do certame licitatório, com a classificação geral já publicada anteriormente.

Caso hipoteticamente esta Comissão Licitante entenda que a questão alegada acerca da pontuação atribuída à LICITANTE QUEST tenha fundamento e por outros motivos constante do Recurso Administrativo venha a reconsiderar a desclassificação da Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda, subsidiariamente requer a revisão da avaliação e da atribuição de ambas as Licitantes, inclusive conforme pedido nº 3 da própria Licitante OLÉ Propaganda e Publicidade Ltda em seu Recurso Administrativo.

Outrossim, requer que a r. decisão seja fundamentada.

Termos em que,

Pede e espera deferimento.

Assis/SP, 16 de outubro de 2025

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA

CNPJ/MF n° 02.436.740/0001-09

Kátia Abou Gebran Pedrosa

CPF/MF n° 258.587.418-43

Sócio-Administrador

GUSTAVO RODRIGUES MARCHIORI

OAB/SP n° 290.260

Marchiori e Oliveira Sociedade de Advogados

CNPJ/MF n° 32.780.180/0001-68

OAB/SP n° 28.018

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 8846-ACA7-2AFB-F7E8.

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal OAB. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://oab.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/8846-ACA7-2AFB-F7E8> ou vá até o site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 8846-ACA7-2AFB-F7E8



Hash do Documento

4026723FFD958B59113197A0E512CDFC3A0BC024E94E1F8DE1EDC11B56590E2A

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 16/10/2025 é(são) :

Gustavo Rodrigues Marchiori - 294.915.048-94 em 16/10/2025 15:03 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital



ILUSTRÍSSIMO(A) SENHOR(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES (COPEL) DA PREFEITURA DE JAHU, ESTADO DE SÃO PAULO

Concorrência Pública nº 006/2025 e Processo nº 0300011422/2024-PG-3

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 02.436.740/0001-09, com sede na Rua das Rosas, 100, Assis/SP, CEP 19.816-080, por sua Representante Legal, a Sra. KÁTIA ABOU GEBRAN PEDROSA, inscrita no CPF/MF sob o nº 258.587.418-43, através de seu Advogado, abaixo subscrito e cujo instrumento de Procuração segue anexo, vem, muito respeitosamente à presença de V. Senhoria, tempestivamente apresentar as suas **CONTRARRAZÕES AO RECURSO ADMINISTRATIVO** interposto pela Licitante Montanha Propaganda Ltda, nos termos fáticos e jurídicos que seguem.

=== 1) DA FRAGILIDADE DOS ARGUMENTOS RECURSAIS ===

O Recurso Administrativo da Licitante Montanha Propaganda Ltda é, no mínimo, curioso porque faz o que tem que ser feito (buscar a reconsideração da decisão de desclassificação que aquela Agência de Publicidade avaliou ser injusta), mas parte para o ataque de apenas uma de todas as Licitantes, justamente a LICITANTE QUEST. É um fato que precisa ser considerado porque se ignorou todos os demais Licitantes, mas buscou prejudicar apenas a Agência de Publicidade que lidera o certame.

Neste sentido foi afirmado que:

A Concorrência Pública em análise tem como objetivo a contratação de agência de publicidade. Conforme ata da sessão pública de julgamento das propostas técnicas, a agência QUEST foi a única classificada e obteve a pontuação máxima de 100 pontos, enquanto a Recorrente Montanha Propaganda foi desclassificada por não atingir a pontuação mínima de 75 pontos, obtendo 44,33 pontos.

Apesar do estranhamento em relação a uma única agência possuir pontuação máxima em todos os quesitos, o presente recurso visa demonstrar que foram extraviadas páginas constantes de documentos da agência peticionária, causando grave prejuízo à mesma, além de que a agência QUEST deveria ter sido desclassificada por descumprimento de cláusulas editalícias, que são causas impeditivas de sua classificação, e que a avaliação da proposta da Montanha Propaganda padece de vícios que levaram a uma pontuação injusta e a sua indevida desclassificação.

(...)

A Agência Quest, recebeu nota máxima mas não apresentou no Repertório e Relatos, conforme subitem 11.8.2 do Edital, que cada peça apresentada deveria conter ficha técnica e apresentação do problema, a banca julgadora errou a agência Montanha por esse item e deu nota máxima para a Quest.

Quanto as notas atribuídas para a LICITANTE QUEST **não** há estranhamento algum. **Há mérito, há trabalho bem realizado.**

Inclusive a LICITANTE QUEST já foi derrotada em outras Licitações em que Agências de Publicidade adversárias receberam notas máximas (100). A LICITANTE QUEST aceitou a derrota, voltou para sua Agência, e procurou melhorar.

Assim é com um aluno de escola que reconhece suas falhas no aprendizado, estuda mais e consegue tirar sua nota 10 na próxima avaliação escolar. Certamente este aluno tem méritos e quem não alcançou sua mesma nota 10 ao invés de procurar culpados, devia se esforçar mais.

Vale ressaltar que a Subcomissão Técnica é soberana e possui total condição de atribuir as notas que bem entender, segundo sua análise técnica. Se existe a pontuação máxima, ela pode ser utilizada na classificação, pois esta nota consta expressamente do Edital.

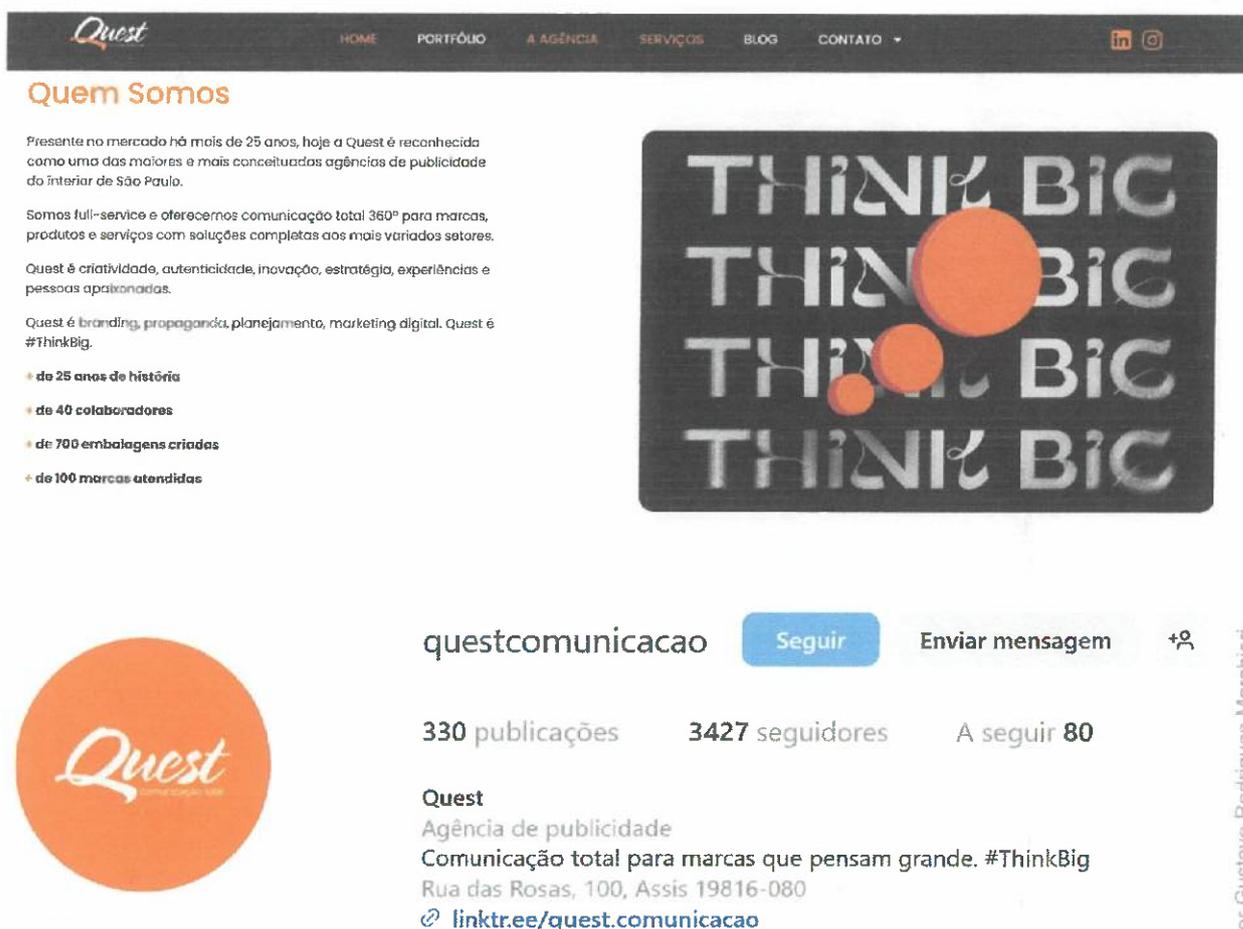
A Licitante Montanha Propaganda Ltda questionou sobre supostos problemas do material da LICITANTE QUEST nos tópicos de Relatos e Soluções de Problemas.

Porém, a verdade é que a LICITANTE QUEST apresentou duas campanhas de sucesso relacionados a órgãos públicos, sendo a Prefeitura Municipal de

Assis/SP e Prefeitura Municipal de Santa Cruz do Rio Pardo/SP. Sendo que a Prefeitura de Santa Cruz do Rio Pardo/SP é cliente recorrente com Contrato Público devidamente assinado, conforme Processo nº 335/2022 – Contrato nº 301/2025 – Reserva nº 1894/2025.

As campanhas publicitárias foram devidamente expostas no material, demonstrando toda a expertise da LICITANTE QUEST tanto na Iniciativa Privada, quanto com Entes Públicos.

A LICITANTE QUEST tem 27 anos de existência:



The image shows a screenshot of the Quest website and its Instagram profile. The website header includes the Quest logo and navigation links: HOME, PORTFÓLIO, A AGÊNCIA, SERVIÇOS, BLOG, and CONTATO. The main content area is titled "Quem Somos" and contains the following text:

Presente no mercado há mais de 25 anos, hoje a Quest é reconhecida como uma das maiores e mais conceituadas agências de publicidade do interior de São Paulo.

Somos full-service e oferecemos comunicação total 360° para marcas, produtos e serviços com soluções completas aos mais variados setores.

Quest é criatividade, autenticidade, inovação, estratégia, experiências e pessoas apaixonadas.

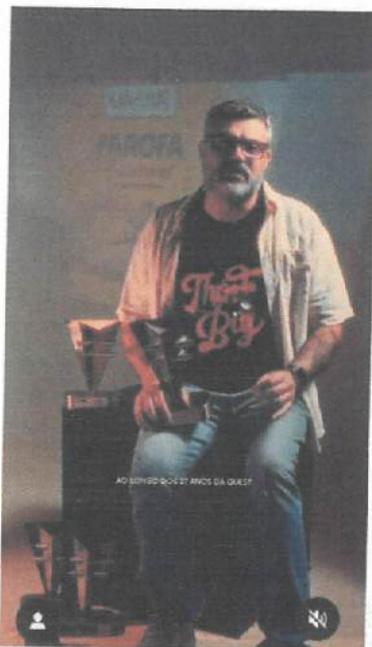
Quest é branding, propaganda, planejamento, marketing digital. Quest é #ThinkBig.

- de 25 anos de história
- de 40 colaboradores
- de 700 embalagens criadas
- de 100 marcas atendidas

The Instagram profile for questcomunicacao is also shown, featuring the Quest logo, a "Seguir" button, and "Enviar mensagem" options. The profile statistics are: 330 publicações, 3427 seguidores, and A seguir 80. The bio identifies Quest as an "Agência de publicidade" and "Comunicação total para marcas que pensam grande. #ThinkBig", with the address "Rua das Rosas, 100, Assis 19816-080" and a link to linktr.ee/quest.comunicacao.

A LICITANTE QUEST, como dito nestas Contrarrrazões, é humilde e se coloca na condição de eterna aprendiz, mesmo que já tenha conquistados inúmeros prêmios como, por exemplo, seus troféus do **Fest Video da Associação de Profissionais de Comunicação e Marketing**, um dos maiores prêmios da

publicidade brasileira, que existe há 35 anos (época que nenhuma das duas Agências de Publicidade existia):



apcm.br e 2 outras pessoas
Áudio original

apcm.br "Quando nossas campanhas são reconhecidas no FestVideo é a prova de que estamos no caminho certo." Adriano Dorini, diretor de criação da Quest Comunicação.

@aldorini
@questcomunicacao

#festvideo35anos

Editada · 9 sem Ver tradução

fstaut Parabéns pelo trabalho irmão! Abraço!!

Gostos: cozinhadaliliana e outras pessoas
30/1



questcomunicacao · Seguir
Áudio original

questcomunicacao Hoje, dia 21 de junho, celebramos o Dia do Mídia. E para comemorar convidamos nosso sócio e diretor de mídia, Paulo Silva, para falar mais sobre a importância desse departamento, tanto para a agência quanto para nossos clientes. Confira! ❤️

#Quest #ThinkBig #DiaDoMidia

41 sem Ver tradução

yeah_nanda



apcm.br · Seguir

apcm.br #Repost @verbonostro with @use.repost

O FestVideo, um dos principais prêmios publicitários do Brasil, ocorrerá no dia 8 de abril, às 19h30, no Teatro Pedro II, em Ribeirão Preto. A entrada é gratuita, com presença de finalistas, autoridades, imprensa e convidados.

Esta é a 35ª edição, organizada desde 1990 pela APCM (Associação de Profissionais de Comunicação e Marketing). A premiação tem como tema "Com criatividade, tudo vira publicidade" e destaca a transformação de momentos cotidianos em grandes produções. A Agência LabCom Total criou a

Curtido por apcm.br e outras pessoas
há 7 dias

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori. Para verificar as assinaturas vá ao site https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443 e utilize o código 91A6-4D35-13BC-BB07.

Neste sentido também, a LICITANTE QUEST, com seus 27 anos de existência, conhece maneiras mais eficientes de utilização da internet, das redes sociais e da inteligência artificial:

questcomunicacao • Seguir

questcomunicacao Recentemente a Quest conquistou o selo de Google Partners, em um processo que envolveu certificações individuais de nossos analistas, gerentes e testes, para o departamento de BI demonstrar que atinge os requerimentos necessários para ter esse status, ou seja, que a agência trabalha com as melhores práticas recomendadas e oferecemos bons resultados aos nossos clientes.

Como Google Partner estamos plenamente qualificados e certificados para oferecer soluções digitais de alto nível, alinhadas com as mais recentes práticas e tecnologias do mercado. Com a expertise e o conhecimento que adquirimos por

Gostos: juniorbonassabbq e outras pessoas
1 de abril de 2024

A LICITANTE QUEST tem atuação destacada com empresas gigantescas e campanhas publicitárias com participações de grandes personalidades da música e do esporte:

questcomunicacao • Seguir

questcomunicacao A equipe Quest, junto com o time de marketing do Confiança Supermercados, foi responsável pela criação da campanha promocional "Sonho de Milhões", com a participação especial do cantor Daniel.

Agradecemos ao cliente pela parceria em mais um projeto de sucesso. E aí, você já assistiu ao filme na TV? Fique de olho e conte pra gente o que achou!

#Quest #ThinkBig
20 sem Ver tradução

Gostos: danioficialbo e outras pessoas
19 de novembro de 2024



questcomunicacao e consorcioeconoficial ...

questcomunicacao Lançamento! Tá no ar a nova campanha da Recon, que traz como conceito "Junto com você em cada conquista".

Nós, da equipe Quest, em parceria com a equipe de marketing da Recon, tivemos o privilégio de criar uma campanha inspiradora, estrelada pelo medalhista olímpico Gustavo Borges – sua história é um exemplo de que cada conquista demanda foco, dedicação e planejamento, valores que também definem o Consórcio Recon.

Com abrangência nacional, a campanha é 360º e foi planejada



Gostos: cozinhadaliliana e outras pessoas
19/2



questcomunicacao • Seguir ...

questcomunicacao TÁ NO AR!
Planejada e criada pela equipe Quest, a nova campanha da OrthoDontic, estrelada pelo cantor Michel Teló, já está no ar! No filme e nas peças, vemos como é fácil, possível e simples fazer um tratamento na OrthoDontic, uma das maiores franquias de Ortodontia do Brasil.

A campanha é 360º, ou seja, será veiculada em peças diversas nos ambientes online e offline, com distribuição nacional. Bora conferir? Dê o play!

#publicidade #propaganda #marketing #quest #thinkbig



Gostos: matheusdiniz e outras pessoas
4 de outubro de 2022

A verdade, ilustre Comissão Licitante, é que a Subcomissão Técnica que analisou as Campanhas Publicitárias era e é extremamente capaz de exercer suas funções.

E a aqui LICITANTE QUEST, por sua vez, tem absoluta certeza que atende melhor os interesses da Prefeitura Municipal de Jahu/SP e dos seus cidadãos.

A Licitante Montanha Propaganda Ltda alegou também que:

O Plano de Comunicação Publicitária da Agencia Quest não seguiu a formatação, espaçamento entre linhas e uso de caixa alta e espaçamento duplo na Ideia Criativa.

Este documento foi assinado digitalmente por Gustavo Rodrigues Marchiori.
Para verificar as assinaturas vá ao site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código 91A6-4D35-13BC-BB07.

A Jurisprudência do Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo é vasta em Mandados de Segurança e outras Ações Judiciais ao combater o excesso de formalismo em Licitações. Os chamados filigranas jurídicos, que é o que a Licitante Montanha Propaganda Ltda busca conseguir.

O alegado espaçamento entre linhas é determinado pelo Edital como espaçamento simples e opcionalmente duplo após títulos, entre títulos, e entre parágrafos.

No item 11.2 – Quesito 1, subitem f está claro: “**espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos.**”

O trecho que a Licitante Montanha Propaganda Ltda alegou ser espaçamento duplo está com espaçamento simples; mas mesmo que não estivesse, é um trecho após parágrafo.

O alegado sobre uso de caixa alta também é absurdo. Alguns termos é natural em caixa alta devido sua forma de escrita como TV, OOH e o próprio nome de emissoras, como SBT.

Nem mesmo a Licitante Montanha Propaganda Ltda acredita nessa tese de erros na formatação. Adicionaram tal argumento apenas para tumultuar o certame no popular “se colar, colou”.

Por fim, o que a Licitante Montanha Propaganda Ltda tratou sobre o suposto desaparecimento de parte de seu material:

Em 25/09/2025, às 9 horas e 30 minutos, a empresa Montanha obteve pontuação zerada no quesito "relatos de soluções de problemas de comunicação", por não apresentado os documentos deste tópico. Acontece que referida documentação encontrava-se inserida no envelope, tendo "sumido". Referido pode ser observado diretamente da manifestação dos demais licitantes acerca da documentação após a abertura do envelope 3, sendo que não houve apontamentos conforme já relatado.

Trata-se de situação excepcional, pois tudo indica que houve manipulação de documentos, podendo ensejar o direcionamento do procedimento licitatório.

Pode-se observar que na planilha de julgamento, que consta em ata Volume VII, a Montanha Propaganda no quesito Relato de soluções de problemas de comunicação, recebeu a nota zero de ambos os julgadores com a justificativa de que o tópico não foi apresentado.

É importante destacar que essa é uma questão de resposta privativa desta Comissão Licitante.

Porém, a LICITANTE QUEST não pode se omitir em comentar que os invólucros com as vias não identificadas foram devidamente lacrados pela Comissão Licitante e não sobrou nenhum documento fora dos envelopes grandes.

Por fim, a Sessão foi pública, aberta e totalmente gravada em vídeo e áudio. Inclusive talvez seja possível buscar o áudio dos Licitantes apontando a falta desta documentação no material da Licitante Montanha Propaganda Ltda

=== 3) DOS PEDIDOS ===

Ante o exposto, a LICITANTE QUEST requer o **IMPROVIMENTO** do Recurso Administrativo interposto pela Licitante Montanha Propaganda Ltda para manter a desclassificação daquela Agência de Publicidade e dar continuidade do certame licitatório, com a classificação geral já publicada anteriormente.

Caso hipoteticamente esta Comissão Licitante entenda que a questão alegada acerca da pontuação atribuída à LICITANTE QUEST tenha fundamento e por outros motivos constante do Recurso Administrativo venha a reconsiderar a desclassificação da Licitante Montanha Propaganda Ltda, subsidiariamente requer a revisão da avaliação e da atribuição de ambas as Licitantes.

Outrossim, requer que a r. decisão seja fundamentada.

Termos em que,
Pede e espera deferimento.
Assis/SP, 16 de outubro de 2025

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA

CNPJ/MF nº 02.436.740/0001-09

Kátia Abou Gebran Pedrosa

CPF/MF nº 258.587.418-43

Sócio-Administrador

GUSTAVO RODRIGUES MARCHIORI

OAB/SP nº 290.260

Marchiori e Oliveira Sociedade de Advogados

CNPJ/MF nº 32.780.180/0001-68

OAB/SP nº 28.018

PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma Portal OAB. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://oab.portaldeassinaturas.com.br/Verificar/91A6-4D35-13BC-BB07> ou vá até o site <https://oab.portaldeassinaturas.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: 91A6-4D35-13BC-BB07



Hash do Documento

8CDD49F3B416CF0216D783DF3E9CBE9AB727D85ABB976F031CB0662D07FA61A2

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 16/10/2025 é(são) :

Gustavo Rodrigues Marchiori - 294.915.048-94 em 16/10/2025 15:11 UTC-03:00

Tipo: Certificado Digital



34

PROCURAÇÃO

"Ad judicia et extra"

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 02.436.740/0001-09, com sede na Rua das Rosas, 100, Assis/SP, CEP 19.816-080, por sua Representante Legal, a Sra. **KÁTIA ABOU GEBRAN PEDROSA**, inscrita no CPF/MF sob o nº 258.587.418-43, pelo presente instrumento de procuração nomeia e constitui seus bastantes procuradores os advogados **GUSTAVO RODRIGUES MARCHIORI**, inscrito na OAB/SP sob o nº 290.260 e **CAIO VASCONCELOS OLIVEIRA**, inscrito na OAB/SP nº 364.021, que integram a **MARCHIORI OLIVEIRA SOCIEDADE DE ADVOGADOS**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 32.780.180/0001-68, e registrada na OAB/SP sob o nº 28.018, com sede na Rua Alice Alem Saadi, 855, Sala 408, Nova Ribeirania, Ribeirão Preto/SP, CEP 14.096-570, ao qual confere amplos poderes para o foro em geral, podendo representá-lo em qualquer Juízo, Instância, Tribunal, Repartições Públicas Federais, Estaduais e Municipais, Entidades Autárquicas, Sociedades de Economia Mista, podendo propor, contra quem de direito, as ações competentes e defendê-lo nas contrárias, seguindo umas e outras, até final decisão, usando os recursos legais e acompanhando-os, conferindo-lhes ainda poderes especiais, podendo ainda substabelecer esta com ou sem reservas de iguais poderes, dando tudo por bom, firme e valioso, **especificamente para defesa de seus interesses na Concorrência Pública nº 006/2025 e Processo nº 0300011422/2024-PG-3 da Prefeitura Municipal de Jahu/SP.**

Assis/SP para Ribeirão Preto/SP, 16 de outubro de 2025.

QUEST COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA

CNPJ/MF nº 02.436.740/0001-09

KÁTIA ABOU GEBRAN PEDROSA

CPF/MF nº 258.587.418-43

Sócia-Administradora



Documento Principal

36

QR Code - 22/03/2023

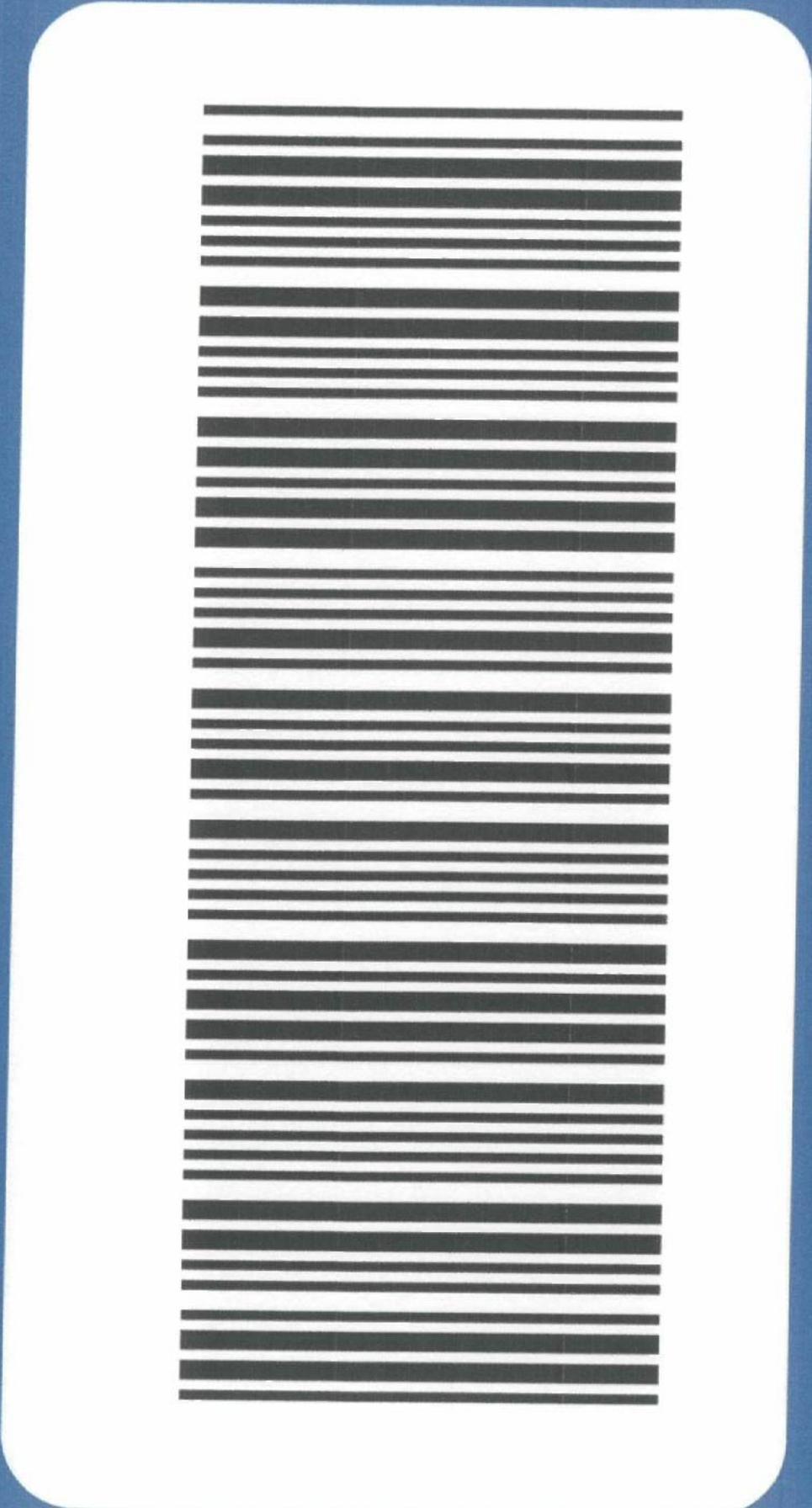
Utilize o QRCode abaixo para
validar as informações do
documento.





Documento Principal

Código de Barras - 22/03/2023



Documento Principal

Verso - 22/03/2023

TEM FÉ PÚBLICA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL 00355450

USO OBRIGATÓRIO
IDENTIDADE CIVIL PARA TODOS OS FINS LEGAIS
(Art. 13 da Lei nº 8.906/94)



ASSINATURA DO PORTADOR



38

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL

CONSELHO SECCIONAL DE SÃO PAULO
IDENTIDADE DE ADVOGADO



NOME
GUSTAVO RODRIGUES MARCHIORI

FILIAÇÃO
DIRCEU MARCHIORI
LEILA ROSA RODRIGUES MARCHIORI

INSCRIÇÃO
290260

NATURALIDADE
ITUVERAVA - SP

DATA DE NASCIMENTO
03/12/1982

RG
27.833.231-6 - SSPSP

CPF
294.915.048-94

EXPEDIDO EM
22/03/2023



Patricia V. Figueiredo

MARIA PATRICIA VANZOLINI FIGUEIREDO
PRESIDENTE

30