



Conselho Federal de Administração

Conselho Federal de Administração

Fiscalizar, valorizar e promover o exercício do profissional de Administração, contribuindo com o desenvolvimento do país.



Câmara de Comunicação e Marketing

Setor de Autarquias Sul - Quadra 01 - Bloco L Edifício CFA - Bairro Asa Sul - Brasília-DF - CEP 70070-932

Telefone: (61) 3218-1808 - www.cfa.org.br

Despacho Decisório nº 2/2025/CFA

Brasília, 06 de agosto de 2025.

PROCESSO N°	476900.001013/2024-88
ORIGEM:	CEPREG
LICITAÇÃO:	CONCORRÊNCIA N° 01/2025 - Edital de Licitação N°2 (3147459)
OBJETO:	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade do CONTRATANTE, compreendidos da prestação de serviços de comunicação integrada que compreende: comunicação publicitária, design gráfico e comunicação digital. Os serviços abrangem estudo, planejamento, criação, produção, impressão, veiculação, distribuição e identidade visual do Conselho Federal de Administração (CFA), nos termos do artigo 2º, da Lei nº 12.232/10.
RECORRENTE:	RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA
RECORRIDO:	COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO

1. PRELIMINARES

Trata-se de recurso administrativo interposto pela empresa **RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA** inscrita no CNPJ nº 04.958.758/0001-98, referente à revisão de pontuação dos Envelopes 1 e 3 da licitante KLIMIT Agência de Publicidade com fulcro nos fundamentos expostos no âmbito da **Concorrência nº 01/2025**, cujo objeto é a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade do CONTRATANTE, compreendidos da prestação de serviços de comunicação integrada que compreende: comunicação publicitária, design gráfico e comunicação digital. Os serviços abrangem estudo, planejamento, criação, produção, impressão, veiculação, distribuição e identidade visual do Conselho Federal de Administração (CFA), nos termos do artigo 2º, da Lei nº 12.232/10.

2. DO RECURSO

II. OBJETO Revisão da pontuação atribuída à licitante KLIMIT Agência de Publicidade LTDA, nos Envelopes 1 (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia), e Envelope 3 (Repertório e Equipe Mínima) com consequente reprovação do envelope e desclassificação da licitante (item 12.5.1 do Edital). III. MATÉRIA PRELIMINAR – NULIDADES PROCESSUAIS 1. Falta de vistas prévias. Os arquivos do pen drive constante no Envelope 1 somente foram disponibilizados em 25/07/2025, no segundo dia do prazo recursal, afrontando o art. 63, § 1º, da Lei 14.133. (prazo conta-se em dobro quando os autos não estiverem com vista franqueada).

2. Descumprimento do item 1.4.2.2 e do Esclarecimento transcritos a seguir: “ 1.4.2.2. Praças de veiculação: todo o Brasil. Na apuração destes valores deverão ser utilizados os preços de tabela cheia os veículos e considerados custos internos. Além disso, deverá ser anexado à proposta os orçamentos dos veículos de comunicação ou simplesmente as tabelas de preços timbradas.” Esclarecimento: “Todo o Plano de Comunicação deverá ser apresentado impresso e em formato digital (pen drive).” (Grifos da recorrente) Vale ressaltar que nenhum tarifário (tabelas e/ou propostas de veículos de comunicação) foi entregue impresso. 3. Documentação incompleta. Persistem vazias as pastas BandNews, Difusora, Gazeta FM, Massa FM, Nova Brasil, Rádio Folha, Jangadeiro FM 88,9 e CNN Brasil . (Prints da pasta disponibilizada a seguir)

IV. MÉRITO – REVISÃO ITEM A ITEM Metodologia: obrigação → falha (com prova) → nota requerida. 4 – ANÁLISE DETALHADA DOS SUBCRITÉRIOS DO ENVELOPE 1 Nos termos do Edital, o Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação formam o alicerce conceitual de toda a proposta técnica. Neles a licitante deve – antes de propor peças criativas ou plano de mídia – demonstrar domínio do briefing, diagnosticar necessidades reais do CFA, definir metas mensuráveis e estabelecer o caminho estratégico que norteará as demais entregas (itens 10.4.1, 10.4.2 e 11.3.1.1/11.3.1.2).

A análise a seguir coteja, ponto a ponto, tais exigências com o material apresentado pela KLIMIT e com as próprias justificativas dos avaliadores constantes da planilha **AVALIAÇÃO_ENVELOPE_1B** . Evidencia-se que, apesar de críticas expressas na ficha técnica, a pontuação atribuída permaneceu desproporcional aos vícios identificados. 4.1 Raciocínio Básico – 5 pts Dentre as entregas do Raciocínio Básico (item 11.3.1.1) está o diagnóstico claro das necessidades de comunicação do anunciante. No entanto, a proposta apresentada o faz apenas de forma superficial e se limitando a reproduzir trechos encontrados na internet.

A licitante discorre que: "As necessidades de comunicação publicitária do CFA estão centradas na realização de uma campanha de valorização dos profissionais de Administração, em celebração aos 60 anos da categoria. Para isso, é fundamental definir os meios e estratégias mais eficazes, incluindo uma pesquisa de mapeamento dos públicos-alvo — tanto os primários (profissionais, estudantes e faculdades de Administração) quanto os residuais (sociedade e formadores de opinião), que serão impactados indiretamente." No entanto, a mesma não levanta custos para essa pesquisa ou indica como e quando essa pesquisa deveria ser realizada. Logo, a recorrente assume a falta de pesquisa prévia na construção de sua proposta. O que poderia ter sido evitado se a mesma tivesse procurado conhecer a Pesquisa Nacional Sistema CFA/CRAs, de 2023, disponível online em <https://cfa.org.br>

Falha objetiva. O texto reproduz trechos do portal institucional do CFA (Parte VI, pp. 1-2 – Anexo 1), não apresenta elementos básicos característicos de análises como, por exemplo, um matriz SWOT nem qualquer outro indicador (KPI). Além disso, o texto apresentado pela licitante ignora o público 60+, previsto no briefing do Jubileu.

O próprio Julgador 1 reconhece que “carece de elementos inovadores”. Diante disso se faz necessária uma revisão da nota para baixo. • Nota requerida: 2,0/5,0 . 4.2 Estratégia de Comunicação – 10 pts O item 11.3.1.2 determina que a licitante apresente objetivos quantificáveis, cronograma, segmentação precisa e redação concisa. Nenhum desses requisitos foi integralmente cumprido pela KLIMT: • Metas mensuráveis (alínea a). O documento lista verbos vagos – “consolidar imagem”, “incrementar reputação” – mas não associa qualquer indicador de performance (KPI). O próprio Avaliador 3 registrou que “a campanha carece de metas” (planilha, p. 4). Esse vício justifica a redução de pelo menos 2 pontos . • Cronograma (alínea c). A Estratégia de Comunicação da KLIMT contém a passagem “Quando dizer: a campanha será veiculada no período de 1.º/07 a 30/12/2025, com três principais momentos de destaque (flights)...”, enumerando as datas 23/8, 9/9, 5/10 e 10/10.

Todavia, essa referência se limita a listar marcos e não apresenta quadro ou tabela com: • início e término de cada fase; duração em semanas; • distribuição de verba/GRP por flight; • meios ou formatos atrelados a cada etapa. O item 11.3.1.2-c do Edital exige “cronograma da execução da estratégia”, isto é, um calendário estruturado que permita verificar cobertura, frequência e aderência à verba referencial. O único “calendário de ondas” detalhado (tabela em três colunas) aparece apenas no capítulo posterior, dentro da Estratégia de Mídia e Não Mídia (imagem a seguir), subquesito 11.3.1.4, e portanto não supre a exigência neste bloco.

A ausência de um quadro completo impede a aferição objetiva dos períodos de veiculação e da coerência orçamentária. Embora não configure nota zero (há menção genérica aos flights), a falha impõe redução de 1,0 ponto neste critério. • Segmentação (alínea d). O público-alvo é descrito como “sociedade em geral”, omitindo o recorte etário 60+ que o briefing do Jubileu exige. Falha que impõe nova redução de 1 ponto

Na página 3, a licitante aponta que "O partido temático da campanha publicitária, proposta para solucionar o problema de comunicação apresentado pelo CFA, foi idealizado para dar maior evidência e prestígio à comemoração do Jubileu de Diamante (60 anos) da profissão de Administração. " No entanto, as peças criadas trazer uma completa inversão de prioridades e descuido em questões fundamentais da narrativa publicitária.. Senão, vejamos: Diante desses descumprimentos, a nota não deve exceder 6,0 pts em 10,0 . 4.3 Ideia Criativa – 55 pts O subitem 10.4.3 avalia a adequação criativa das peças ao briefing do Jubileu, à identidade visual do CFA e às exigências técnicas de cada formato.

A análise das quatro peças apresentadas pela KLIMT revela falhas formais objetivas, reconhecidas pela própria Subcomissão Técnica, que exigem revisão da pontuação atribuída. a) Spot de rádio 30" (peso 10 pts) O primeiro ponto relevante é a inexistência de referência explícita ao “Jubileu de Diamante” no roteiro. Sem essa menção, todas as analogias propostas tornam-se ininteligíveis para o público-alvo. Ademais, o nome correto do anunciante (“Sistemas

Conselho Federal e Regionais de Administração”) aparece apenas no segundo final da locução, e ainda assim reduzido a “CFA”, o que não é compreendido pela maioria dos ouvintes. Independentemente da ideia criativa, a compreensão integral da mensagem é requisito básico em qualquer peça publicitária. Nesta, além de faltar a devida representatividade a todos os profissionais de Administração (tecnólogos, estudantes, doutores, bacharéis etc.), eles são genericamente chamados de “profissionais da administração”; e, em erro grave, o sistema é identificado apenas como “CFA”.

Também se ignora o contexto político-institucional inerente a uma campanha comemorativa do Sistema, algo que deveria permear a estratégia de mídia e o conteúdo das peças. Essa falta de percepção manifesta-se em toda a proposta da licitante, seja na seleção das praças (com base apenas no número absoluto de registrados em cada CRA) ou na omissão dos CRAs nas raras peças de divulgação nacional. Falha objetiva adicional. O Spot 3 possui duração aferida de 31,8 s (ffprobe + Audacity), excedendo o limite editalício de 30 s. Nota cabível: abatimento de 10 pts pelo desrespeito à especificação de tempo, pela ausência da menção correta ao anunciante, pela omissão do “Jubileu de Diamante” e pela inadequação institucional, resultando em 5,0 / 10,0 pts. b) Peças para Redes Sociais (peso 10 pts) Falha objetiva. Foram entregues apenas cards estáticos; não há Reels/Stories animados nem representação do público 60+. Reconhecimento da CEL. Todos os avaliadores citam “falta de 60+” (p. 2-4). Nota cabível. Corte de 6 pts, ficando 4,0 / 10,0. b.1) Peça Post Facebook: Mais uma vez, vemos um problema de conexão fundamental entre a não apresentação do “Jubileu de Diamante” e o uso de imagens que fazem analogia com a pedra preciosa.

Os mesmos erros se repetem, na parca exposição da Marca do Jubileu, na ausência de menção aos Sistema CRAs no texto e no uso de uma aplicação de marca dissonante da exigida pelo edital. Sobre esse ponto, é imperativo que o Edital seja observado, na sua página 55, Anexo II do Briefing, quando o mesmo menciona: "Assinatura da Campanha A Campanha deverá ser assinada pelo Sistema Conselhos Federal e Regionais de Administração (CFA/CRAs) e utilizado o símbolo da profissão: Os únicos arquivos

que podem ser utilizados estão em alta resolução no DRIVE a seguir e podem ser acessados no link: https://drive.google.com/drive/folders/1oEAGYhN5VjzBM793tImje-Jw_X1gTYtT?usp=sharing “Mais ainda, se insiste no uso da expressão “Profissionais da Administração” na legenda, o que é equivocado. Aos olhos do público-alvo, a leitura é absolutamente incompreensível de porque essa analogia “futuro brilhante” foi escolhida. b.2) Peça Carrossel Instagram: Ausência do conceito-chave. O título ignora qualquer referência ao Jubileu de Diamante ou ao elemento “brilho”; a aplicação “vítreo” sobre o mapa do Brasil, portanto, parece meramente decorativa e desconectada da mensagem.

1. Desvio de conteúdo temático. A peça reduz os profissionais de Administração a “influenciadores de transformações”, expressão vaga e inferior ao papel de agentes de transformação previsto no briefing. 2. Invisibilidade institucional. Não há citação ao Sistema CFA/CRAs, tampouco indicação de diversidade regional ou de áreas de atuação, contrariando a diretriz de nacionalização da campanha. 3. Marcas fora do padrão. As logomarcas continuam em desconformidade com o arquivo oficial do Edital. 4. Erro de revisão. Reincide a omissão da vírgula após “ética” na legenda, evidenciando falta de acabamento. Esses elementos reforçam a inadequação conceitual, formal e redacional da peça, justificando a manutenção da nota máxima de 1,0 / 5,0 pts . b.3) Stories para Instagram: A peça expõe problemas conceituais e de linguagem que comprometem totalmente sua publicação: 1. Termo técnico incorreto. O texto troca “profissionais de Administração registrados” por “profissionais de Administração cadastrados” .

Em se tratando de campanha institucional, a imprecisão afronta a terminologia há décadas promovida pelo Sistema CFA/CRAs e exige penalização proporcional. 2. Reforço de estereótipos. A arte retrata um perfil único de vestimenta, idade e área de atuação, ignorando a diversidade regional e acadêmica (tecnólogos, mestres, doutores). Isso colide com o critério 13.3.1.3.c (adequação ao público-alvo) e com o conteúdo já difundido no canal CFA Play .

3. Ausência de mensagem comemorativa. Não há referência ao Jubileu de Diamante ; fora a logomarca — que ocupa cerca de 20 % do rodapé —, a peça poderia pertencer a qualquer época. Considerada friamente, trata-se de material que não seria veiculado por risco de descrédito junto à comunidade da Administração, motivo pelo qual a nota deve refletir o erro grosseiro de terminologia, a inadequação ao público e a completa omissão do conceito comemorativo. c) Anúncio impresso (peso 5 pts)

A peça destinada à Revista RBA contém três falhas objetivas que impõem redução drástica da nota: 1. Desvio de identidade visual. A logomarca usada não corresponde ao arquivo oficial indicado no briefing, violando a diretriz: “A campanha deverá ser assinada pelo Sistema CFA/CRAs e utilizar o símbolo profissional disponibilizado no drive”. 2. Erro de revisão. No texto-chamada falta a vírgula que separa a quarta oração coordenada – “ética” – tornando a leitura truncada: “Porque administrar é transformar, é construir valor com cada decisão, é brilhar com atitudes sempre pautadas pela ética é símbolo de confiança...” A incorreção afronta o critério 11.3.1.3.f (clareza e precisão das mensagens). 3. Ausência de diversidade. A ilustração traz um único personagem, em desacordo com a orientação do briefing de representar a pluralidade dos profissionais de Administração. Diante desses vícios – de marca, linguagem e representação – a peça não deve ultrapassar 1,0 / 5,0 pts , pois o defeito é objetivo e irremediável na fase de julgamento. d) Storyboard VT 30” (peso 25 pts)

A peça repete as falhas estruturais já apontadas nos spots: 1. Identificação tardia do anunciante. O “Sistema CFA/CRAs” só é citado no segundo final da locução, reduzindo drasticamente o recall da campanha. 2. Ausência de vínculo com o conceito comemorativo. O roteiro gira em torno de um diamante em lapidação, mas nunca menciona o Jubileu de Diamante ; o mote, portanto, perde sentido. 3. Estereótipo limitado. Mostra apenas um executivo branco em escritório, sem diversidade regional, etária ou de áreas de atuação — contrário ao propósito de representar todo o universo da Administração.

4. Storyboard insuficiente. Seis quadros estáticos para um filme de 30 s impedem avaliar ritmo, montagem e estética; boas práticas recomendam ao menos um quadro a cada três segundos. 5. Logomarca fora do padrão. A aplicação difere do arquivo oficial do briefing. Nota cabível. Pelas falhas de conceito, representação, execução e identidade visual, propõe-se corte de 14 pts , fixando a pontuação em 11 / 25,0 pts .

Análise Geral da Ideia Criativa: A proposta da KLIMT parte de um equívoco central: adota o mote “Há 60 anos fazendo o Brasil brilhar” sem jamais explicitar que se trata do Jubileu de Diamante do Sistema CFA/CRAs. A omissão compromete a coerência de todo o conceito.

Além disso, a campanha: • Reforça estereótipos superados – limita-se a cenários corporativos e paisagens urbanas, retratando apenas o arquétipo do executivo de escritório e ignorando a diversidade de idade, gênero, etnia, regiões e áreas de atuação dos profissionais de Administração. • Marginaliza os Conselhos Regionais – o nome do Sistema CFA/CRAs tem menção tardia ou inexistente; capitais do Norte e Nordeste são excluídos de DDOH, sob a justificativa (p. 10 da Estratégia de Mídia) de concentrar-se nos estados com maior número absoluto de registrados. • Apresenta erros de linguagem e revisão – troca “profissionais registrados” por “profissionais cadastrados”, omite vírgulas essenciais e aplica a logomarca fora do padrão obrigatório do editorial. • Compromete potencial de desdobramento – o uso restrito de ambientes “corporativos” dificulta criar peças que dialoguem com a multiplicidade de perfis que o CFA vem valorizando em séries e conteúdos recentes. Diante desses vícios conceituais, formais e de representatividade, a ideia criativa não atinge o patamar mínimo de qualidade exigido pelo edital e, na prática, não teria condições de aprovação pela equipe de comunicação do Conselho Federal de Administração. Subtotal Ideia Criativa: 23 / 55 pts .

4.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 pts O Edital (item 1.4.2.2) determina que todos os tarifários ou orçamentos dos veículos sejam entregues simultaneamente em versão impressa e em pen-drive ; o A Planilha com esclarecimentos disponibilizada pela Comissão de Licitação (conforme transcrição colocada anteriormente neste recurso) confirma esse duplo suporte. No plano da KLIMT, entretanto, não há qualquer exemplar impresso e, mesmo na mídia digital (pen drive), faltam os preços de oito veículos (BandNews, Difusora, Gazeta FM, Massa FM, Nova Brasil, Rádio Folha, Jangadeiro 88,9 FM e CNN Brasil).

Além disso, na página 5 do documento a licitante declara que “doa ao Anunciante os custos de honorários” , suprimindo o desconto-padrão de 15 % previsto no art. 19 da Lei 12.232/2010 e contrariando o esclarecimento que impõe o uso da tabela cheia SINAPRO. • Consistência técnica (alínea c, valor 2 pts). As planilhas indicam três “ondas” (05/07-31/07, 01/08-30/09 e 01/10-30/12) e o número bruto de inserções, porém: • não detalham o valor investido nem o GRP por flight; • continuam faltando os tarifários de oito veículos (BandNews, Difusora, Gazeta FM, Massa FM, Nova Brasil, Rádio Folha, Jangadeiro FM e CNN Brasil); • nenhum documento impresso foi juntado, contrariando o item 1.4.2.2.

Por conter apenas datas genéricas, mas ainda carecer de valores de GRP/verba e de oito tarifários, a nota não supera 0,5 / 2,0 . • Conhecimento dos hábitos de mídia (alínea d, 2 pts). O briefing do Jubileu enfatiza engajamento digital e presença junto ao público 60 +. As próprias planilhas revelam que 86 % da verba permanece concentrada em TV aberta/fechada e OOH, enquanto apenas 11 % vai para meios on-line; não há qualquer racional que conecte formatos digitais a faixas etárias ou perfis de navegação. Esse descompasso justifica a perda de metade da pontuação: 1,0 pt em 2,0 .

• Uso de canais institucionais do CFA (alínea e, 2 pts). O texto menciona “apoio dos canais do Sistema CFA/CRAs”, mas não apresenta plano específico para rádios dos Conselhos Regionais, newsletters, nem detalha formatos proprietários. A simples citação, sem tática nem métricas, permite atribuir apenas 1,0 pt em 2,0 . • Eficiência econômico-financeira (alínea f, 4 pts). Existem ao menos três falhas objetivas que precisam ser destacadas nesta parte da proposta: • Nenhum tarifário foi entregue em versão impressa, em afronta ao item 1.4.2.2 e ao Esclarecimento “SIM. Impresso e digital”; • Oito veículos seguem sem ter tabela nem orçamento anexo, impossibilitando a conferência dos cálculos pela Sub-comissão técnica; • Na página 5 do plano a agência declara que “doa ao Anunciante os custos de honorários” , suprimindo o desconto-padrão de 15 % e os custos internos exigidos pelo item 10.4.7.

Esses vícios tornam a proposta inexequível , nos termos do art. 59, IV, da Lei 14.133/2021 e do Acórdão TCU 325/2022. Diante das falhas gravíssimas a pontuação desse critério deve ser zero . Com esses ajustes, a Estratégia de Mídia e Não Mídia não supera 1 ponto em 10 possíveis . Observação Final sobre o Desequilíbrio Competitivo Ao declarar que “opta por doar ao Anunciante os custos de honorários” e ao omitir integralmente os custos internos de criação e produção, a proposta da KLIMT gera um efeito ilusório de superalocação de verba em mídia.

Na prática, os valores que, em qualquer agência certificada, seriam destinados a planejamento, redação, direção de arte, gestão de tráfego e overhead são artificialmente transferidos para o quadro de investimentos veiculados, aparentando: • Maior alcance e frequência do que seria exequível com a verba referencial; • Impacto social inflado , pois os indicadores de cobertura são calculados sobre um montante de mídia “inchado” — construído às custas da supressão dos honorários mínimos de mercado (15 %) e da tabela SINAPRO de produção.

Esse expediente, além de violar o item 10.4.7 do Edital e o Esclarecimento que determina considerar a tabela cheia SINAPRO, induz a Subcomissão Técnica a erro : compara-se uma proposta "desonerada" de custos internos com concorrentes que apresentaram valores reais e completos, afrontando os princípios da isonomia e da avaliação objetiva (art. 11, I e II, Lei 14.133/2021). Por consequência, a nota conferida ao critério "Eficiência econômico-financeira" deve ser zerada e a proposta declarada inexequível , sob pena de premiar quem, em vez de otimizar recursos, apenas deslocou custos obrigatórios para fora da planilha. Resultado da Estratégia de Mídia e Não-Mídia: Consistência técnica 0,5 pt + Conhecimento de hábitos 1,0 pt + Canais CFA 1,0 pt + Eficiência 0 pt = 2,5 / 10,0 pts .

V. DA IMPOSSIBILIDADE DE AVALIAÇÃO DO INVÓLUCRO 3 (REPÓRTER E EQUIPE MÍNIMA) 1. Ausência de vistas aos arquivos digitais . Até a manhã do dia (25/07/2025), a CEL não havia franqueado o acesso ao conteúdo do pendrive entregue pela KLIMT no Invólucro 3, afrontando o art. 63, § 1.º da Lei 14.133/2021 e o item 10.8 do Edital, que impõem a apresentação concomitante em meios impresso e digital. Sem esse material não é possível aferir a duração dos VTs e spots nem a qualidade/resolução das peças, o que torna impossível a avaliação do quesito e macula o princípio da ampla defesa. 2. Repórter incompleto . Mesmo nos materiais impressos disponibilizados, verifica-se que (i) foram entregues apenas dois spots de 30 segundos e um spot de 60 segundos ; (ii) a "campanha digital" resumiu-se a um único card estático ; (iii) inexistem time-code ou qualquer comprovação de duração do VT de 30 s. Tais falhas implicam nota inferior a 50 % no subquesito, conforme matriz do item 10.8. 3. Equipe técnica não comprovada . A KLIMT juntou um único atestado genérico para todos os profissionais, limitando-se a mencionar cargos, sem discriminar as atividades desempenhadas ou apresentar documentos

individuais (CTPS, contratos, portfólio), em desacordo com o item 1.6.4 do Edital, que exige comprovação individual de tempo de experiência. A deficiência inviabiliza aferição objetiva da qualificação e da pluralidade exigidas. 4. Consequências . Diante da ausência de vistas e das falhas acima, requer-se (a) a atribuição de nota zero ao Invólucro 3, nos termos do item 12.5.1 (impossibilidade de avaliação); ou, subsidiariamente, (b) a suspensão do julgamento e abertura de diligência (art. 64, § 1.º, II) para que o CFA disponibilize integralmente o pendrive e documentação individual da equipe, com reabertura do prazo recursal. VI. ARGUMENTO PREVENTIVO Os apontamentos versam sobre falhas formais objetivas (documento inexistente, tempo excedido, logomarca fora do manual...). Não há invasão do mérito artístico, conforme TCU Ac. 992/2018-Plenário e Di Pietro, 2023, p. 347 .

3. DAS CONTRARRAZÕES

Indeferimento do recurso administrativo interposto pela empresa Radiola Propaganda e Publicidade LTDA, desclassificada no presente processo licitatório.. https://cfa.org.br/wp-content/uploads/2025/08/klmt_sJCs.pdf

4. DA ANÁLISE

dos fatos apresentados pela KLIMT 1Desse modo, verifica-se que o recurso interposto pela empresa Radiola Propaganda e Publicidade LTDA padece de vício insanável, pois não atende aos requisitos de admissibilidade expressamente previstos na Lei, configurando-se, portanto, a sua inadmissibilidade e essa falha impede, de forma incontornável, qualquer análise demérito dos referidos recursos.

Diz que o recurso interposto padece de vício insanável, pois não atende aos requisitos de admissibilidade previstos na Lei, sendo inadmissível, o que impede qualquer análise de mérito.

A Comissão CEL ratifica a admissibilidade do recurso da empresa Radiola, ainda que não haja registro formal em ata. Tal medida visa resguardar o princípio da ampla defesa e contraditório (CF, art. 5º, LV) e garantir a transparência do certame, em conformidade com os princípios do art. 5º da Lei nº 14.133/2021, especialmente a busca pela decisão mais justa e legal possível.

Recurso (Radiola):

Alega falta de vistas prévias. Os arquivos só foram disponibilizados no segundo dia do prazo recursal, ferindo o art. 63, §1º, da Lei 14.133/21.

Falta de vistas prévias. Os arquivos do pen drive constante no Envelope 1 somente foram disponibilizados em 25/07/2025, no segundo dia do prazo recursal, afrontando o art. 63, § 1.º, da Lei 14.133. (prazo conta-se em dobro quando os autos não estiverem com vista franqueada).

Contrarrazões (Klimt):

A Radiola não comprovou tentativa de obter vista presencial. Além disso, mesmo que houvesse alguma falha, isso não geraria nulidade processual, apenas impacto na contagem do prazo recursal.

Entendemos que não houve nulidade, pois não restou demonstrada restrição efetiva ao direito de acesso. A jurisprudência e a legislação indicam que vícios formais só anulam atos processuais quando há prejuízo comprovado. Sem tal comprovação, o questionamento restringe-se à tempestividade, matéria sob análise processual própria.

Recurso (Klimt):

A própria Radiola menciona a data de 28/07/2025 como data de protocolo do recurso, o que demonstra tentativa de gerar dúvida quanto à tempestividade. Ambas as empresas protocolaram no mesmo dia, sendo irrelevante a discussão.

O ponto foi esclarecido previamente no AVISO 4 – ESCLARECIMENTO DOS PRAZOS.

A Comissão ratifica que ambos os recursos foram protocolados de forma tempestiva, conforme esclarecido em comunicado oficial. Dessa forma, afasta-se qualquer alegação de irregularidade ou prejuízo processual, mantendo a regularidade dos atos.

Recurso (Radiola):

Alega descumprimento quanto à entrega de orçamentos dos veículos impressos, conforme item 1.4.2.2 do edital.

Descumprimento do item 1.4.2.2 e do Esclarecimento transcritos a seguir: “ 1.4.2.2. Praças de veiculação: todo o Brasil. Na apuração

destes valores deverão ser utilizados os preços de tabela cheia os veículos e considerados custos internos. Além disso, deverá ser anexado à proposta os orçamentos dos veículos de comunicação ou simplesmente as tabelas de preços timbradas.” Esclarecimento: “Todo o Plano de Comunicação deverá ser apresentado impresso e em formato digital (pen drive).” (Grifos da recorrente) Vale ressaltar que nenhum tarifário (tabelas e/ou propostas de veículos de comunicação) foi entregue impresso.

Contrarrazões (Klimt):

O edital permite a entrega por meio de orçamentos simples ou tabelas timbradas. A Klimt entregou planilhas impressas e, adicionalmente, arquivos digitais.

DECISÃO:

A Comissão reconhece que a exigência editalícia foi cumprida na forma prevista no subitem 10.4.7, que permite alternativas de entrega. A apresentação em mídia digital complementa o material impresso e atende integralmente ao edital, não configurando qualquer nulidade.

Recurso (Radiola):

Aponta documentação incompleta em diversas pastas digitais e solicita nulidade da avaliação do Envelope 1.

Documentação incompleta. Persistem vazias as pastas BandNews, Difusora, Gazeta FM, Massa FM, Nova Brasil, Rádio Folha, Jangadeiro FM 88,9 e CNN Brasil . (Prints da pasta disponibilizada a seguir) Pedido preliminar: declarar nula a avaliação do Envelope 1.

Contrarrazões (Klimt):

Reitera que as exigências do edital foram atendidas, com apresentação das tabelas de preços conforme permitido.

A Comissão entende que não há nulidade. A ausência de um ou outro item em pastas específicas não invalida a proposta como um todo, especialmente quando há outros documentos complementares que suprem a informação exigida. A exigência foi cumprida de forma substancial e suficiente, não havendo prejuízo à análise técnica, o que também foi comprovado pelos trabalhos da própria subcomissão.

Recurso (Radiola):

Alega inconsistências nas notas técnicas e insuficiência de fundamentação quanto aos critérios como Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação.

4 – ANÁLISE DETALHADA DOS SUBCRITÉRIOS DO ENVELOPE 1 Nos termos do Edital, o Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação formam o alicerce conceitual de toda a proposta técnica. Neles a licitante deve — antes de propor peças criativas ou plano de mídia — demonstrar domínio do briefing, diagnosticar necessidades reais do CFA, definir metas mensuráveis e estabelecer o caminho estratégico que norteará as demais entregas (itens 10.4.1, 10.4.2 e 11.3.1.1/11.3.1.2). A análise a seguir coteja, ponto a ponto, tais exigências com o material apresentado pela KLIMT e com as próprias justificativas dos avaliadores constantes da planilha **AVALIAÇÃO_ENVELOPE_1B** . Evidencia-se que, apesar de críticas expressas na ficha técnica, a pontuação atribuída permaneceu desproporcional aos vícios identificados.

Contrarrazões (Klimt):

Alega tentativa indevida de interferência na função da Subcomissão Técnica, composta por avaliadores qualificados e imparciais. As notas foram fundamentadas.

A Comissão defende a autonomia da Subcomissão Técnica, conforme previsto no edital e na Lei nº 12.232/2010. A interferência no mérito das notas só é possível diante de vícios graves e comprovados, o que não se evidenciou. Assim, mantém-se a avaliação conforme os critérios técnicos definidos.

Recurso (Radiola):

Contesta detalhadamente as notas recebidas em subcritérios como peças criativas e mídia digital, apontando supostas falhas conceituais, de linguagem e de briefing.

Contrarrazões (Klimt):

Argumenta que os apontamentos são especulativos e desprovidos de fundamentação técnica válida, representando tentativa de invalidar o julgamento técnico de forma subjetiva.

A Comissão reforça que o julgamento técnico deve ser respeitado quando realizado por profissionais habilitados e em conformidade com critérios objetivos. A avaliação seguiu os parâmetros do edital e os membros da Subcomissão justificaram devidamente suas pontuações. Críticas opinativas não têm o condão de invalidar decisões tecnicamente motivadas.

Recurso (Radiola):

Alega impossibilidade de avaliação do Invólucro 3 e requer nota zero ou suspensão para diligência complementar.

V. DA IMPOSSIBILIDADE DE AVALIAÇÃO DO INVÓLUCRO 3 (REPÓRTORE E EQUIPE MÍNIMA)

Consequências . Diante da ausência de vistas e das falhas acima, requer-se (a) a atribuição de nota zero ao Invólucro 3, nos termos do item 12.5.1 (impossibilidade de avaliação); ou, subsidiariamente, (b) a suspensão do julgamento e abertura de diligência (art. 64, § 1º, II) para que o CFA disponibilize integralmente o pendrive e documentação individual da equipe, com reabertura do prazo recursal.

Contrarrazões (Klimt):

Já houve análise anterior e comprovação da equipe técnica com atestados válidos. A matéria foi superada no primeiro recurso.

A Comissão entende que a documentação apresentada cumpre os requisitos do item 1.6.4 do edital. O atestado é meio idôneo de comprovação de

experiência. A reiteração do tema sem novos fatos configura tentativa de reabrir matéria já decidida, o que não se admite no rito processual.

Recurso (Radiola):

Aponta desequilíbrio competitivo e inconsistências financeiras na proposta da Klimt, sugerindo inexequibilidade.

Esse expediente, além de violar o item 10.4.7 do Edital e o Esclarecimento que determina considerar a tabela cheia SINAPRO, induz a Subcomissão Técnica a erro: compara-se uma proposta “desonerada” de custos internos com concorrentes que apresentaram valores reais e completos, afrontando os princípios da isonomia e da avaliação objetiva (art. 11, I e II, Lei 14.133/2021). Por consequência, a nota conferida ao critério “Eficiência econômico-financeira” deve ser zerada e a proposta declarada inexequível, sob pena de premiar quem, em vez de otimizar recursos, apenas deslocou custos obrigatórios para fora da planilha. Resultado da Estratégia de Mídia e Não-Mídia: Consistência técnica 0,5 pt + Conhecimento de hábitos 1,0 pt + Canais CFA 1,0 pt + Eficiência 0 pt = 2,5 / 10,0 pts.

Contrarrazões (Klimt):

Alega tentativa de distorção jurídica para forçar a desclassificação da empresa classificada, com intuito de frustrar a licitação.

A Comissão não identificou inexequibilidade material da proposta da empresa Klimt, tampouco fraude ou vício insanável. A acusação carece de provas e consiste em alegações especulativas. Diante disso, mantém-se a classificação da empresa, com base nos princípios da legalidade, boa-fé e isonomia (art. 5º, art. 11 da Lei nº 14.133/2021).

5. DA DECISÃO

Pelo exposto, esta Comissão Especial de Licitação, com base no poder-dever de zelar pela legalidade, isonomia e vinculação ao edital, decide:

CONHECER o recurso administrativo interposto pela empresa Radiola Propaganda e Publicidade LTDA, por ser tempestivo.

No mérito, **NEGAR-LHE PROVIMENTO**, mantendo integralmente a pontuação dos Envelopes 1 e 3 da licitante KLIMT Agência de Publicidade, pelos fundamentos aqui expostos, em conjunto com os expostos no Despacho Decisório 1 Subcomissão (3468213).

INDEFERIR o pedido subsidiário de suspensão integral do certame, uma vez que as alegações contra a licitante KLIMT Agência de Publicidade LTDA são manifestamente improcedentes.

Encaminhamos à Autoridade Competente para conhecimento e decisão do mérito, conforme seu juízo de convencimento, a partir das razões recursais, das contrarrazões, da manifestação da Comissão Especial de Licitação e em cumprimento ao pedido exarado pela licitante.

Brasília-DF, 06 de agosto de 2025



Documento assinado eletronicamente por **Ana Carolina de Luna, Assessor(a) Técnico**, em 06/08/2025, às 18:50, conforme horário oficial de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Herson Tiago Vale de Freitas, Coordenador(a) Administrativo(a)**, em 06/08/2025, às 19:06, conforme horário oficial de Brasília.



Documento assinado eletronicamente por **Wanessa Alves Ribeiro, Assessor(a) Técnico**, em 07/08/2025, às 16:24, conforme horário oficial de Brasília.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site sei.cfa.org.br/conferir, informando o código verificador **3473119** e o código CRC **88B4831B**.

Referência: Processo nº 476900.001013/2024-88

SEI nº 3473119