

Aos Ilustríssimos Senhores Membros da Comissão Especial de Licitação do Conselho Federal de Administração – CFA

Processo nº 476900.001013/2024-88

Concorrência nº 01/2025 – Edital nº 2/2025

RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 04.958.758/0001-98, já devidamente qualificada nos autos do processo em epígrafe, vem, respeitosamente, à presença de Vossas Senhorias, com fundamento no item 13.3 do Edital, bem como nas disposições da Lei nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021, interpor o presente

DA TEMPESTIVIDADE

A presente manifestação é tempestiva. Conforme consignado em ata publicada em 11 de agosto de 2025, abriu-se o prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, nos termos do item 13.3 do Edital. Assim, o presente recurso é apresentado dentro do prazo legal, com respaldo no princípio do devido processo legal e na garantia do contraditório e da ampla defesa.

RECURSO ADMINISTRATIVO

em face da decisão que declarou vencedora a proposta de preços apresentada pela empresa KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, pelos fundamentos de fato e de direito a seguir expostos.

I. SÍNTESE FÁTICA

Em 11 de agosto de 2025, procedeu-se à abertura do Invólucro nº 4 – Proposta de Preços, no âmbito da Concorrência nº 01/2025/CFA. Na ocasião, foi declarada vencedora a proposta de preços apresentada pela empresa KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, decisão da qual a ora recorrente discorda, por vícios materiais e procedimentais que comprometem a lisura e legalidade do certame.

II. DOS FUNDAMENTOS DO RECURSO

1. Incongruência entre a Proposta Técnica e a Proposta de Preços da KLIMT

A proposta de preços apresentada pela empresa KLIMT no invólucro 4 diverge materialmente da planilha estratégica constante da proposta técnica (invólucros 1 e 2). Naquela, os custos internos foram zerados, amplificando artificialmente o alcance da mídia e a performance geral do plano de comunicação.

Senão vejamos, na página 5 da licitante:

4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- Verba de referência: R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais)
- Verba a ser executada: R\$ 1.449.482,98 (um milhão, quatrocentos e quarenta e nove mil, quatrocentos e oitenta e dois reais e noventa e oito centavos.)
- Custos Internos: a presente Estratégia de Mídia e Não Mídia optou por doar ao Anunciante os custos de honorários, permanecendo apenas remuneração relacionada ao desconto-padrão de 20% (vinte por cento), nos termos do artigo 19 da Lei nº 12.232/2010, aplicável exclusivamente sobre a veiculação de mídia, o qual já está previsto nos valores apresentados na simulação de mídia.

Como está demonstrado acima, a licitante se comprometeu em **"doar ao Anunciante os valores relativos aos custos internos, permanecendo apenas remuneração ao desconto-padrão de 20%..."** Enquanto isso na sua proposta de preços, vemos os seguinte:



PROPOSTA DE PREÇO

PROCESSO Nº 476900.001013/2024-88

NOME DA EMPRESA: KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA

CNPJ: 10.365.754/00001-07

INSCRIÇÃO ESTADUAL: 0751053200151

ENDEREÇO: Setor Comercial Sul Q. 6 Edifício Bandeirantes – 401 Salas 604 a 606 - CEP: 70306-000, na cidade de Brasília, Distrito Federal

TELEFONE: (61) 99951-1993

AValiação: PREÇO	DESCONTO
1 - Percentual de desconto sobre aos custos internos baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Distrito Federal	Desconto de 31% (trinta e um por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante
2 - Percentual de honorários referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados pelos fornecedores	Percentual de honorários de 3% (três por cento) referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os custos de serviços realizados por fornecedores;
3 - Percentual de honorários incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores	percentual de honorários de 3% (três por cento) incidente sobre os custos de outros serviços realizados por fornecedores, referentes a pesquisas de pré-teste e pós-teste vinculadas à concepção e criação e peças publicitárias.

"Desconto de 31% (trinta e um por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato de Agências de Propaganda a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria licitante."

Note-se que a proposta de preços sequer apresenta corretamente o CNPJ da proponente, o que demonstra displicência formal. Mas, mais grave que isso, é o fato de que a mesma licitante que, na fase técnica, renuncia a toda sua remuneração relativa à criação (zerando os custos internos), apresenta, ao final, uma proposta de preços com desconto inferior a um terço desse valor.

Esse artifício teve como claro objetivo ampliar artificialmente o alcance e a eficiência de seu plano de mídia, obtendo indevidamente vantagem competitiva. Com a renúncia integral aos custos internos, o volume de peças digitais produzidas se eleva artificialmente, maximizando a nota atribuída pela Subcomissão Técnica.

Para evidenciar o impacto dessa distorção, a ora recorrente realizou um exercício simples: multiplicou-se o número de peças propostas na ideia criativa (116 peças) pelo valor médio de criação de peças digitais, apurado com base na tabela Sinapro/DF vigente (R\$3.556,28). O resultado é expressivo:

- **Custo estimado de criação:** R\$ 412.528,48 (ou 27,5% da verba total da campanha)

Considerando apenas esse parâmetro, temos a seguinte e considerável diferença de remuneração para a agência:

Valor determinado pelo edital (0% de desconto): R\$ 412.528,48

Proposta Técnica (100% de desconto): R\$ 0,00

Proposta de Preços (31% de desconto): R\$ 284.644,65

Em resumo, uma diferença de quase trezentos mil reais entre o que a licitante propôs para maximizar sua proposta técnica e o que ela realmente praticará caso venha a vencer o certame. Um prejuízo relevante para o CFA.

Resumo Geral

Categoria	Peças	Média por Peça
Criação Digital	19	R\$ 3.252,07
Mobile (Web e Apps)	3	R\$ 2.783,67
Smartphones – Web e Apps	3	R\$ 4.211,10
Criação de Conteúdo	7	R\$ 4.435,31
Média Geral (32 peças)	32	R\$ 3.556,28

Quadro resumo com os valores médios das peças digitais constantes da tabela Sinapro/DF vigente.

CRIAÇÃO PARA MÍDIA ELETRÔNICA E DIGITAL (RTV, WEB, REDES SOCIAIS, ETC)

11.0 - CRIAÇÃO PARA MÍDIA ELETRÔNICA E DIGITAL (RTV, WEB, REDES SOCIAIS, ETC)

11.1 - ROTEIRO

	CRIAÇÃO
Roteiro / Croqui de Cartela para VT	R\$ 1.052,58
Roteiro / Texto para Merchandising (TV/ Rádio/Web/Redes)	R\$ 2.552,59
Roteiro de Podcast (por segundo)	R\$ 1.837,25
Roteiro para Assinatura / Vinheta Eletrônica (por segundo)	R\$ 1.245,87
Roteiro para Filme / VT (por segundo)	R\$ 390,71
Roteiro para Jingle / Trilha (por segundo)	R\$ 369,59
Roteiro para Spot (por segundo)	R\$ 115,78
Roteiro para Videos, Documentários, Audiovisual Promocional ou Institucional, acima de 1 minuto (por segundo)	R\$ 3.988,12
Story board (por quadro)	493,38

SINAPRODF.COM.BR

SISTEMA SINAPRO/FENAPRO

11.2 - CRIAÇÃO DIGITAL

	DIMENSÕES - PIXEL	CRIAÇÃO
Arranha-céu (Skyscraper) (por peça)	120 X 600	R\$ 3.081,62
Arranha-céu largo (Wide Skyscraper) (por peça)	160 X 600	R\$ 3.390,28
Banner (por peça)	468 X 60	R\$ 2.801,37
Banner vertical (por peça)	120 X 240	R\$ 2.801,37
Barra vertical (por peça)	200 X 446	R\$ 3.322,36
Dhtml / Floater (por peça)	variável, até 1.920x1080 pixels	R\$ 3.028,54
Full banner (por peça)	468 X 60	R\$ 2.801,37
Giga banner (cabeçalho grande) (por peça)	970 x 90	R\$ 3.852,04
Half banner (por peça)	234 X 60	R\$ 2.801,37
Meia-página (Half page) (por peça)	300 X 600	R\$ 4.715,04
Outdoor (Billboard) (por peça)	970 X 250	R\$ 4.715,04
Quadrado (por peça)	250 X 250	R\$ 3.028,54
Quadrado pequeno (por peça)	200 X 200	R\$ 2.801,37
Retângulo (por peça)	180 X 150	R\$ 2.521,11
Retângulo grande (por peça)	336 X 280	R\$ 3.322,36
Retângulo médio (por peça)	300 X 250	R\$ 3.028,54
Retângulo vertical (por peça)	240 X 400	R\$ 3.322,36
Super banner (cabeçalho) (por peça)	728 X 90	R\$ 3.081,62
Super banner expansível (por peça)	728 X 90 X 300	R\$ 4.715,04

11.3 - MOBILE

	CRIAÇÃO
Small banner	R\$ 2.521,11
Medium banner	R\$ 2.801,37
Large banner	R\$ 3.028,54

VIGÊNCIA: OUTUBRO/24 À SETEMBRO/25

REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2023, SINAPRO/DF

15

11.3 - SMARTPHONES - WEB E APPS

	CRIAÇÃO
Banner e banner expansível	300 X 50
Wide banner e wide banner expansível	320 X 50
Interstitial	300 X 250

11.3 - CRIAÇÃO DE CONTEÚDO

Peça de e-mail MKT (texto e design)	R\$ 5.864,49
Formulários (LAYOUT)	R\$ 4.595,91
Criação de Site / Hot site (LAYOUT)	R\$ 15.604,06
Texto para legenda de postagens/publicações de redes sociais / Blogs - (até uma lauda).	R\$ 2.089,41
Card/Post simples Redes Sociais (PGN)	R\$ 4.595,91
Post Carrossel (PNG), com até 10 cards	R\$ 9.191,82
Capa (Cover) para Redes	R\$ 6.794,45

Observação: custos de produção não inclusos

SINAPRODF.COM.BR

SISTEMA SINAPRO/FENAPRO

VIGÊNCIA: OUTUBRO/24 À SETEMBRO/25

REFERENCIAL DE CUSTOS INTERNOS 2023, SINAPRO/DF

16



Páginas 15 e 16 da tabela Sinapro/DF vigente com valores das peças digitais.

Radiola Propaganda e Publicidade Ltda. | CNPJ:04.958.758/0001-98
CLN 112 Bloco D Sala 209. CEP: 70762-540 Asa Norte - Brasília/DF

A disparidade de critérios evidencia a prática de manipulação de dados para indução da Subcomissão Técnica em erro. O plano técnico da KLIMT foi supervalorizado com base em premissas falsas e irrealizáveis.

Tais condutas afrontam diretamente os princípios da veracidade, da isonomia e do julgamento objetivo, além de violarem o art. 2º, §1º, da Lei nº 12.232/2010 e o art. 5º, III, da Lei nº 14.133/2021. É imperioso o reconhecimento da nulidade dessa avaliação técnica, bem como a reavaliação das propostas com base em premissas reais e coerentes com o conteúdo econômico da contratação.

2. Vício Técnico Grave: Spot com Tempo Irregular

Conforme já demonstrado em recurso anterior, o spot para rádio apresentado pela KLIMT ultrapassa o limite de 30 segundos estabelecido pelo Edital, falha que foi mascarada com uma inserção de introdução sonora. Trata-se de erro técnico objetivo, pois nenhuma emissora aceitaria material fora do padrão estabelecido — nenhuma rádio aceita veicular peça com tempo superior ao contratado, seja por razões técnicas, comerciais ou de grade.

A proposta técnica da KLIMT destinou R\$ 166.845,42 (11,51% da verba total) à mídia rádio. Assim, a peça viciada compromete parte relevante da campanha e deveria ter implicado desconto substancial na nota técnica — ou, no limite, desclassificação da proposta.

3. Erros Materiais Ignorados e Inexistência de Reavaliação Técnica

A proposta técnica da KLIMT contém ainda:

- Aplicação incorreta de identidade visual do CFA contrariando frontalmente o Edital
- Erros gramaticais, de pontuação e terminologia institucional inadequada (administradores cadastrados x administradores registrados)

Tais erros foram apontados em recurso anterior e demonstrados em detalhes. No entanto, não há comprovação nos autos de que a Comissão de Licitação tenha sequer

remetido os argumentos e pleitos à Subcomissão Técnica para reavaliação, como exige o art. 2º, §1º da Lei nº 12.232/2010.

A ausência de manifestação da autoridade técnica competente implica vício de competência e nulidade do julgamento, além de violação ao contraditório e à ampla defesa. Não é prerrogativa da Comissão de Licitação escolher o que deve, ou não, ser analisado pela Subcomissão Técnica no caso de um recurso versar sobre matéria técnica.

Ressalte-se, ainda, que o fato de questões técnicas terem sido alvo de recurso anterior não significa que tenham sido devidamente analisadas. Eventual alegação de preclusão deve ser rechaçada, pois não se trata de repetição de fundamentos, mas de demonstração objetiva da ausência de manifestação da instância técnica competente.

Além disso, a interposição do presente recurso decorre de fato novo e superveniente: a revelação da proposta de preços, que expôs a incoerência e inexecutabilidade da proposta técnica avaliada anteriormente. Trata-se, portanto, de matéria que pode e deve ser revista pela Administração, nos termos do princípio da autotutela.

Requer-se, portanto, expressamente, que a Comissão de Licitação apresente documentos datados e assinados — preferencialmente em formato eletrônico — que comprovem o efetivo encaminhamento dos argumentos técnicos à Subcomissão Técnica, bem como a decisão fundamentada desta quanto ao indeferimento das alegações, a fim de assegurar a transparência e a legalidade do procedimento.

4. Celeuma sobre a Celeridade Anormal do Certame

A convocação para a abertura do Envelope 4 foi publicada ao final da quinta-feira, dia 07/08/2025, com sessão marcada para a manhã da segunda-feira seguinte (11/08/2025), configurando restrição objetiva ao pleno exercício do direito de recurso.

Embora se reconheça a urgência institucional da campanha do Jubileu de Diamante, tal urgência não pode justificar prejuízo à isonomia nem ao devido processo administrativo. A rapidez incomum compromete a legitimidade e segurança jurídica do certame.

5. Risco Jurídico Institucional

A manutenção do certame nas condições atuais representa risco jurídico elevado ao CFA e aos membros da Comissão de Licitação. A continuidade do processo sem a apuração dos vícios apontados poderá ensejar judicialização inevitável, com prejuízos à imagem institucional do Conselho e à efetividade da campanha institucional planejada.

III. DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer-se:

1. O recebimento e provimento do presente recurso;
2. Que seja determinada a imediata reavaliação da proposta técnica e da proposta de preços da empresa KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, especialmente quanto à:
 - a) Incongruência entre a proposta técnica e a proposta de preços;
 - b) Irregularidade no spot de rádio;
 - c) Erros formais e materiais já apontados;
3. Que seja oficiada a Subcomissão Técnica para manifestação específica sobre os pontos técnicos suscitados neste e no recurso anterior (https://cfa.org.br/wp-content/uploads/2025/07/Recusro_Radiola_2025_07_29T084745.640.pdf);
4. Que a Comissão de Licitação apresente documentos datados e assinados, preferencialmente em formato eletrônico, que comprovem que a Subcomissão Técnica recebeu os argumentos técnicos do recurso anteriormente apresentado e deliberou pelo indeferimento fundamentado;
5. Caso confirmadas as irregularidades, requer-se a desclassificação imediata da proposta da empresa KLIMT;
6. Subsidiariamente, requer-se a suspensão do processo licitatório até o saneamento dos vícios ou reequilíbrio procedimental.



Nestes termos, pede deferimento.

Brasília, 14 de agosto de 2025.

RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA

Por seu representante legal

Peter Gabriel Sola

CPF 864.855.041-68