
Concorrência 90001/2026 - CONFEA - Notificação para apresentação de impugnação aos recursos administrativos

De Cx. Postal - Licitação <licitacao@confea.org.br>

Data Ter, 23/06/2026 14:45

Cco fabio.santos@omc.com <fabio.santos@omc.com>; durand@durandconsultoria.com.br <durand@durandconsultoria.com.br>; licitacoes@gbr.com.br <licitacoes@gbr.com.br>; Patrícia Santiago <patricia.santiago@gbr.com.br>; octavio.muniz@cdicom.com.br <octavio.muniz@cdicom.com.br>; Sergio Moreira <sergiom@tramaweb.com.br>; Gilson Guilhermino <gilson.guilhermino@agenciafr.com.br>; alcides.ferreira@agenciafr.com.br <alcides.ferreira@agenciafr.com.br>; licitacaoapex@gmail.com <licitacaoapex@gmail.com>; operacoes.publicas@fsb.com.br <operacoes.publicas@fsb.com.br>; marcio.louseiro@fsbcomunicacao.com.br <marcio.louseiro@fsbcomunicacao.com.br>

 6 anexos (8 MB)

Recurso_GBR_22_06_2026.pdf; Recurso_CDI_22_06_2026.pdf; Recurso_CDN_22_06_2026.pdf; Recurso_Apex_23_06_2026.pdf; Recurso_Apex_22_06_2026.pdf; Recursos_Apex_22_06_2026.pdf;

Prezados(as) Senhores(as),

Informamos que foram interpostos recursos administrativos em face do resultado do julgamento das Propostas Técnicas divulgado na 2ª Sessão Pública da Concorrência nº 90001/2026.

Nos termos do item 19.2 do Edital e da legislação aplicável, fica aberto o prazo para apresentação de impugnação (contrarrazões) aos recursos interpostos.

Para tanto, **seguem anexos os recursos apresentados pelas licitantes, no total de 6 arquivos.**

Nos termos do Edital, o prazo para impugnação é de 3 dias úteis, cujo término ocorrerá em 26/06/2026, sexta-feira. As impugnações deverão ser encaminhadas via e-mail licitacao@confea.org.br.

Permanecem disponíveis para consulta os documentos relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, anteriormente encaminhados às licitantes.

Em caso de dúvidas, a Comissão está à disposição pelo e-mail licitacao@confea.org.br ou pelo telefone (61) 2105-2218.

Atenciosamente,

João de Carvalho Leite Neto
Presidente da Comissão de Contratação
Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea

Concorrência 90001/2026 - Contrarrazões - CDI Comunicação Corporativa Ltda

De Luis Felipe Pereira <luisfelipereira75@gmail.com>

Data Qui, 25/06/2026 16:41

Para Cx. Postal - Licitação <licitacao@confea.org.br>

Cc Octávio Muniz <octavio.muniz@cdicom.com.br>

 1 anexo (287 KB)

contrarrazoes_tecnica CONFEA CDI (2) - assinado.pdf;

Prezada Comissão, boa tarde,

Segue, em anexo, Impugnação da CDI Comunicação Corporativa Ltda.

Atenciosamente,

Luis Felipe Pereira

**ILMO. SR. PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE
CONTRATAÇÃO DO CONFEA.**

Ref.: Concorrência 90001/2026

CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA., “CDI” já qualificada nos autos da Concorrência em epígrafe, vem, tempestivamente, apresentar **IMPUGNAÇÃO AO RECURSO ADMINISTRATIVO INTERPOSTO PELA APEX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA EM FACE DO RESULTADO DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS PROFERIDO POR ESTA I. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO**, com fundamento nas razões de fato e de direito a seguir aduzidas.

I – DA NECESSÁRIA IMPROCEDÊNCIA DO RECURSO DA APEX EM RELAÇÃO À DIMINUIÇÃO DE NOTA DA CDI.

No tocante à parte que tange à valoração de sua própria nota e a diminuição da nota da CDI, o recurso interposto pela Apex merece ser improcedente pelos motivos que serão expostos a seguir:

QUESITO 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

Subquesito 1 – Raciocínio Básico

A Apex comete lamentáveis inverdades ao comentar aspectos do Subquesito 1 da proposta técnica da CDI. A Apex desenvolve um raciocínio insidioso marcado por afirmações enganosas e dissimuladas,

pois reputa à CDI a afirmação de “quanto maior for o conhecimento dos profissionais sobre as realizações da atual gestão, maiores serão as possibilidades de uma escolha adequada no pleito”. E agrava as falsas imputações ao afirmar que, na proposta técnica da CDI, “A eleição [...] é utilizada como fundamento para a necessidade de comunicação e orienta a própria construção da campanha”.

Não há uma gota de verdade nas palavras da Apex. No Subquesto 1, a CDI afirma que: “Quanto maior for o grau de informação que os profissionais registrados tiverem a respeito das realizações da atual gestão, melhores serão as possibilidades de uma escolha adequada no pleito de 3 de julho – e em todos os demais.” A observação final da frase – “e em todos os demais”, omitida pela Apex – faz toda a diferença na argumentação. A CDI não estava falando deste pleito em particular, mas de todas as eleições. E o estava fazendo para realçar a importância da comunicação na gestão do Confea, abordagem esta que se utiliza de um exemplo circunstancial – as eleições de 3 de julho – como mera referência temporal, dada a proximidade do pleito. O exemplo é tomado como mero gancho para se frisar o que é dito no parágrafo seguinte:

Enquanto entidade que zela pelos interesses de toda a sociedade, e para isso regulamenta o exercício profissional e a fiscalização das atividades das profissões que estão sob sua jurisdição, o Confea não prescinde um só momento da comunicação para exercer suas atividades. A comunicação é fundamental para levar informação não apenas aos profissionais registrados, mas para todos os demais públicos do Conselho, que são diversos em qualidade, numerosos em quantidade e dispersos em sua localização geográfica.

Este sim é o ponto fulcral no desenvolvimento do raciocínio básico: a comunicação é um elemento estratégico na gestão do Confea, sobretudo porque o órgão opera de modo articulado com os 27 Creas e conta com um leque extenso e complexo de públicos. Este aspecto está longe de ser meramente promocional ou eleitoreiro, como quer fazer crer a Apex, mas guarda estreita relação com a missão institucional do Confea, dada a importância que a comunicação exerce neste contexto.

A Apex prossegue em sua argumentação capciosa ao afirmar que a campanha proposta pela CDI teria o mero objetivo de “fortalecer a imagem dos atuais dirigentes”, o que, segundo a recorrente, teria o efeito de “deslocar a premissa do plano para o contexto eleitoral e para a divulgação da gestão”.

Não este o propósito das ações propostas pela CDI. Como fica claro no Raciocínio Básico, as ações de divulgação das realizações têm como motivação uma pesquisa realizada pelo Confea no final de 2024, junto a profissionais registrados, que identifica um descompasso entre a expectativa de ação do Confea (representada pelo reconhecimento de sua importância institucional) e a percepção das ações efetivamente implementadas. Como fica claro na proposta, todos os estudos de diagnóstico realizados pela CDI apontaram que os públicos estratégicos do Confea não percebem a relevância e a envergadura dos serviços que o órgão presta ao país, posto que “a comunicação, excessivamente técnica, está voltada para dentro do próprio Sistema, não tem apelos nem é acessível à sociedade.” A proposta afirma que “o caminho para reversão da insatisfação com a instituição passa pelo fortalecimento da comunicação com os profissionais registrados, tendo como objeto as realizações mais significativas da gestão.”

Ou seja, a divulgação das realizações mais significativas da gestão é sugerida para criarem-se as condições necessárias para o sucesso da campanha de comunicação proposta, cujo mote é “O Brasil é a nossa maior obra”. A premissa é que, para que os públicos do Confea possam perceber o mote como verdadeiro, é preciso, antes, assegurar visibilidade às ações do órgão, não com finalidade eleitoral ou promocional, mas como premissa para a superação dos problemas identificados, como descrito na proposta: “Esperamos, com isso, desconstruir a imagem de órgão burocrático e voltado somente para regulamentos e processos.”

A Apex prossegue seu raciocínio falacioso ao afirmar que a CDI “não aprofunda os obstáculos decorrentes da autonomia administrativa e política dos Conselhos Regionais, nem esclarece como seria obtida a adesão efetiva dessas entidades a uma política nacional e uniforme de comunicação”.

A CDI propôs a criação de duas políticas nacionais e unificadas para todo o Sistema Confea/Crea: uma política de comunicação institucional e uma política de comunicação interna. E, aos descrever essas ações, na Solução de Comunicação, esclarece que serão feitas entrevistas em profundidade com gestores, diretores e presidentes do Sistema. Tal procedimento terá o objetivo de identificar as práticas em curso e as expectativas desses agentes, o que, obviamente, tem o sentido de identificar entendimentos comuns, possibilidades de consenso e

caminhos capazes de evitar dissensões ao longo do processo.

A retórica baseada em meias-verdades da Apex afirma ainda que “as pesquisas mencionadas pela licitante [...] não foram acompanhadas de informações metodológicas suficientes”. E prossegue sentenciando que “Os links externos indicados na proposta não podem ser utilizados para complementar informações que deveriam constar do próprio plano”.

A recorrente certamente refere-se às duas pesquisas feitas pela CDI como parte dos estudos de diagnóstico de comunicação. Ao mencionar resultados dessas pesquisas na proposta, a CDI apresenta, sim, informações metodológicas. Explica que realizou duas pesquisas de opinião online no mês de fevereiro: uma junto a jornalistas dos estados de SP, RJ e DF, outra com foco em 30 parlamentares da Frente Parlamentar Mista da Engenharia, Infraestrutura e Desenvolvimento Nacional e da Frente Parlamentar Mista das Profissões do Sistema Confea/Crea e Mútua. Informações metodológicas complementares não foram ofertadas porque as pesquisas online, de menor complexidade operacional, prescindem de maior detalhamento metodológico. Como se sabe, elas são feitas em ambientes digitais preparados para demonstrar os resultados de forma simples e clara: quais perguntas foram feitas e quais respostas foram obtidas. Por certo não houve intenção da CDI de apresentar os resultados das pesquisas de modo exaustivo, nem poderia ter sido este o caminho. O importante era pinçar as conclusões mais relevantes e apresentar os links externos não para complementar informações (com faz crer a recorrente), mas simplesmente para demonstrar a veracidade dos estudos.

Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Institucional

O recurso apresentado pela Apex usa e abusa do discurso ardiloso ao provocar um atrito conceitual e distorcer o julgamento da Subcomissão Técnica acerca da proposta técnica da CDI. Depois de tecer elogios à estratégia proposta, a Subcomissão apontou a existência de uma “fragilidade relativa: certa dispersão estratégica e elevado número de iniciativas paralelas”. Porém, em seu recurso, a Apex forçou uma interpretação diferente das palavras da Subcomissão. O que foi apontado como “fragilidade relativa” transformou-se em pena capital: “atinge o próprio núcleo de uma estratégia de comunicação”. O exagero é evidente, assim como a tentativa de imputar à proposta da CDI uma falha que não foi indicada pela Subcomissão Técnica.

O desespero de causa da licitante recorrente prossegue causa espécie ao afirmar que, ao invés de apresentar e defender as recomendações destinadas aos porta-vozes, a CDI preferiu “descrever o desempenho do Confea na imprensa e nas redes sociais”. A recorrente ignorou o fato de a CDI ter mencionado a performance do Conselho na imprensa e nas redes exatamente para, no momento seguinte, alinhar diversas recomendações aos porta-vozes, todas elas derivadas, em relação direta de causa e efeito, das análises apresentadas.

Seguem-se dois exemplos de recomendações feitas pela CDI, ambos extraídos desse contexto:

É fundamental que os porta-vozes do Confea percebam o valor desse tipo de exposição e passem a colaborar de forma efetiva com a Gerência de Comunicação (GCO) para que ações dessa natureza sejam implementadas com maior frequência.

Os números permitem recomendar que gestores e porta-vozes valorizem menos a quantidade de posts e que o foco seja voltado para qualidade e estratégia, já que o algoritmo das redes sociais valoriza o tempo de visualização e a interação genuína (curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos).

O rosário de afirmações descabidas da prossegue quando ela acusa a proposta da CDI de não apresentar: matriz de porta-vozes por áreas temáticas, mensagens prioritárias, temas sensíveis, fluxos de aprovação, diretrizes de atuação coordenada entre o Confea e os Creas, protocolos de crise, orientações para entrevistas adversas, critérios para correção ou retratação, regras para utilização das redes sociais pessoais dos dirigentes e mecanismos para diferenciar a manifestação institucional da opinião pessoal individual.

Este elenco de pseudofalhas constitui, na verdade, um conjunto de conteúdos eletivos de natureza discricionária que, como tal, permitem a cada licitante desenvolvê-los ou não, dependendo da conveniência e oportunidade de sua proposta técnica. Não há regras obrigatórias quanto a isso, nem exigências expressas nesse sentido constam do edital. Portanto, não é imprescindível que tais conteúdos apareçam na proposta de qualquer licitante.

Por último, porém não menos importante, é refutar algumas das mais absurdas alegações contidas no recurso Apex, conforme o

quadro a seguir:

APEX	CDI
“O conceito O Brasil é a nossa maior obra [...] não demonstra com precisão qual percepção negativa pretende modificar”	As respostas estão na página 9 da proposta técnica, onde a CDI afirma que “o foco de utilidade pública terá o objetivo de desfazer estereótipos e reposicionar a imagem do Confea. As mensagens irão demonstrar as valiosas contribuições que os profissionais registrados podem aportar em questões como mudanças climáticas, resiliência das cidades e transição energética. [...] O resultado esperado é o reforço à percepção de que o Sistema está atento a questões sociais e ambientais que afetam os brasileiros, tem uma agenda para o País, pode propor políticas públicas e contribuir com soluções relevantes.”
“A CDI não informa qual atributo institucional pretende consolidar, nem quais mensagens centrais sustentarão este posicionamento”	A resposta está na página 10. Duas mensagens centrais são elencadas: a) “O Confea não se prende à burocracia nem à hierarquia, busca agilidade, eficiência e conexão com as pessoas e as novas tecnologias. Prova disso são as muitas realizações que tantos benefícios estão trazendo para os profissionais registrados e a sociedade em geral.” b) “O Confea não cuida só de processos e regulamentos. Ele também contribui para a

	segurança e o bem-estar da sociedade e o desenvolvimento sustentável do Brasil. As questões corporativas e a burocracia fazem parte das nossas obrigações, mas o que gente gosta mesmo de fazer é cuidar dos brasileiros.”
“A CDI não informa como o conceito será adaptado aos diferentes públicos.”	A campanha criada pela CDI lista um conjunto de 22 ações ou serviços de comunicação, 14 das quais estão diretamente relacionadas à campanha de comunicação recomendada. Todos os públicos estão contemplados, como se pode observar no cronograma. Na descrição das 14 ações diretamente relacionadas à campanha, feita na Solução de Comunicação a partir da página 11, também é feita a discriminação dos públicos-alvo. Esses conteúdos não fazem outra coisa senão informar como o conceito será adaptado aos diferentes públicos.

Subquesito 3 – Solução de Comunicação Institucional

A Apex não tem limites! Ao tratar deste Subquesito 3, a recorrente duplica a aposta em críticas rasas e interpretação míope das ideias criativas. Para começar, aponta “sobreposição significativa” entre as minicampanhas “Profissionais de Sucesso” e “Heróis da Inovação”. Diz a Apex: “A diferenciação entre profissionais de sucesso e profissionais inovadores não é suficiente para justificar duas estruturas independentes. A duplicidade amplia a carga de produção, fragmenta a mensagem e reduz a eficiência da solução”.

Nada disso é verdadeiro, porquanto ambas são

minicampanhas, isto é, apresentam uma carga de produção reduzida e um tempo de exposição reduzido: apenas um mês cada, entre o 5º e o 6º mês da campanha. Elas não fragmentam a mensagem nem reduzem a eficiência da solução; ao contrário, ambas somam esforços na mesma direção – ampliar a atratividade e evitar o apagão das carreiras tecnológicas. Foram criadas deliberadamente para atuarem de modo sinérgico e complementar, para demonstrar à sociedade, aos jovens estudantes e à comunidade universitária que o Confea tem responsabilidade social e possui uma agenda de soluções para o país.

A Apex mira sua metralhadora giratória também contra a ideia do Confea NextGen, mais uma iniciativa proposta pela CDI para promover a conexão de jovens universitários com soluções criativas para transformação da realidade brasileira. A recorrente crítica o fato de a CDI não apresentar o regulamento, os critérios de elegibilidade, a forma de inscrição, a composição da comissão avaliadora, os custos de deslocamento, as condições das mentorias ou os critérios para participação em projetos do Sistema.

Ou seja, a Apex volta sua atenção para o acessório e esquece o essencial. A CDI apresenta o Confea NextGen em 20 linhas de texto entre as páginas 12 e 13 de sua proposta. O programa é apresentado em linhas gerais, como não poderia deixar de ser, em se tratando de uma proposta técnica com limite predeterminado de número de páginas. Obviamente, detalhes como os demandados pela Apex não fizeram parte da descrição, exatamente por constituírem detalhes e minudências técnicas que não alteram a substância da ação. Ao olhar muito para detalhes, a Apex perde **a visão do todo e incorre em impropriedades**. Ao focar em minúcias e buscar a perfeição, perde a capacidade de análise e apreciação de boas ideias.

Subquesto 4 – Plano de Implementação

A Apex argumenta que, no Orçamento, a CDI não teria apresentado os percentuais correspondentes a cada ação, em descumprimento à exigência feita pela alínea “b” do item 1.3.4 do Anexo III. A acusação, porém, não corresponde à verdade. Os percentuais de cada ação estão demonstrados na última coluna da planilha de Orçamento, como exemplifica o recorte de tela abaixo.

Ação	Item	Produtos e/ou serviços essenciais - Complexidade	Quant.	Obs.	Valor unitário	Valor total	%
Infográfico Dinâmico Cidades Inteligentes	64	8.5 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo - Alta	1		10.147,18	10.147,18	0,29%
	65	5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Baixa	4		2.000,00	8.000,00	0,23%
	66	2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação - Alta	1		28.229,15	28.229,15	0,81%
	67	7.2 Conteúdo Multimídia para Ambientes Digitais - Alta	1		55.023,90	55.023,90	1,59%

Mais adiante, a recorrente põe em dúvida a validade de duas ações propostas pela CDI: a cartilha “O Brasil é a nossa maior obra” e a história em quadrinhos sobre as profissões tecnológicas. Ambas as publicações seriam impressas e distribuídas nacionalmente a seus públicos-alvo, o que demanda custos de impressão e distribuição não previstos no orçamento, em razão de o financiamento previsto ser oriundo de patrocínios a serem negociados. A Apex questiona que “não há patrocinadores identificados, valores garantidos, cronograma de captação ou compromisso forma de financiamento”.

A crítica da Apex, porém, não faz sentido quando direcionada a um plano de comunicação institucional. Os pontos mencionados pela recorrente são típicos de um projeto executivo específico para cada ação. No plano de comunicação institucional, cumpre apresentar a ideia em linhas gerais, explicar sua conexão com a estratégia de comunicação e demonstrar o potencial benefício que a ação apresenta para superação do desafio de comunicação. O resto são detalhes certamente importantes, mas apropriados para um projeto de detalhamento, não para um plano básico.

Outro aspecto questionado pela Apex diz respeito ao fato de o Orçamento total proposto pela CDI estar comprometendo 99,15% da verba referencial de R\$ 3,5 milhões, restando “apenas” R\$ 29.771,39. “Essa margem é insuficiente para absorver todos os custos não demonstrados, as contingências, os ajustes de produção e as despesas logísticas decorrentes de uma distribuição nacional”, alega a recorrente.

Ora, não há no edital de licitação uma palavra que obrigue os licitantes a reservarem um percentual para despesas não previstas ou contingências, o que faz prever que, em tese, até 100% da verba possa estar comprometida com as ações. Além disso, orçamento elaborado pela Apex compromete 99,60% da verba total disponível, percentual até maior que o da CDI. Pode a recorrente cobrar de outro licitante algo que ela mesma não pratica?

Por fim, a Apex considera “questionável” dois enquadramentos orçamentários feitos pela CDI. São elas: live interativa, associada ao produto vídeo-depoimento; e vídeo-manifesto, enquadrado

como reportagem em vídeo ou vídeo-release. “Essas entregas possuem naturezas e processos distintos”, argumenta a recorrente.

A CDI entende que uma ação de comunicação institucional não deva deixar de ser proposta pelo simples fato de não estar rigorosamente prevista no elenco de produtos e serviços descritos no edital. Se ação proposta faz sentido e apresenta potencial de impacto positivo, o licitante deve associá-la ao produto/serviço cuja descrição mais se aproxime do que se propõe, inclusive considerando o aspecto da complexidade operacional.

Foi o que fez a CDI em relação às duas ações acima mencionadas, ressaltando que o fez, em ambos os casos, considerando grau médio de complexidade, que prevê uma carga de produção mais do que suficiente para compensar atividades não coincidentes na composição técnica de cada ação. Tal expediente – promover o enquadramento das ações por proximidade – é prática recorrente em licitações dessa natureza, não havendo jurisprudência administrativa que a desaconselhe. Aliás, a recorrente adotou esta mesma prática em sua proposta técnica, ao propor pelo menos três ações que não estão rigorosamente previstas edital: newsletter eletrônica, release interativo e hotsite da campanha.

QUESITO 3 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

No que tange ao Quesito 3, a Apex apresenta uma retórica completamente dissociada da realidade e faz parecer que não é habituada a participar de Licitações e não tem o mínimo de conhecimento da Lei de Licitações e tampouco leu o Edital desta Concorrência.

No que se refere aos argumentos relacionados aos conteúdos dos 2 Relatos apresentados pela CDI, não nem que se gastar sequer uma linha desta peça para contra-argumentar, já que absurdas e fantasiosas as alegações.

A Apex, desconhecadora do Edital, da Lei, de forma juvenil, alega que algumas folhas das peças dos Relatos não estavam numeradas e em um dos Relatos a data da assinatura do cliente era diversa da data de assinatura do responsável pela CDI.

Ora, como numerar páginas de um livro em pdf??? A Apex queria que a CDI manipulasse a peça apresentada????

Ainda, o Edital exige a assinatura do cliente atestando o Relato e assinatura do responsável da CDI. Em nenhuma linha, nenhuma frase há a exigência que as datas das assinaturas sejam a mesma ou a contemporâneas. Se a Apex tem dúvidas em relação ao contrato da CDI com o CREA/SP (contrato finalizado em 2026, ano em que a CDI ganhou nova Concorrência e continua atendendo o CREA/SP), fosse ao site do CREA/SP e pesquisasse, já que como ente que responde ao TCU, é obrigado a disponibilizar seus contratos no site e/ou via requerimento.

II – PEDIDOS.

Com base em todos os argumentos acima expostos, requer-se:

a) A improcedência do recurso da APEX no tocante ao aumento de suas próprias notas e no que tange à minoração da nota da CDI; e

b) Caso o entendimento seja contrário, o que se admite apenas a título de argumentação, requer-se que a presente Impugnação seja encaminhada para análise da Autoridade Superior.

Nestes termos,
pede deferimento.

São Paulo, 26 de junho de 2026.



Leandro Bruno Filho (25 de junho de 2026 15:54:39 ADT)

Nome: Leandro Bruno Filho
Procurador – Diretor de Políticas Públicas

contrarrazoes_tecnica CONFEA CDI (2)

Relatório de auditoria final

2026-06-25

Criado em:	2026-06-25
Por:	CDI COMUNICAÇÃO (suporte@cdicom.com.br)
Status:	Assinado
ID da transação:	CBJCHBCAABAAM0_HSkWrK0EaHw7Tugja3WGYI0krJOg6

Histórico de "contrarrazoes_tecnica CONFEA CDI (2)"

-  Documento criado por CDI COMUNICAÇÃO (suporte@cdicom.com.br)
2026-06-25 - 18:38:20 GMT
-  Documento enviado por email para Octávio Muniz (octavio.muniz@cdicom.com.br) para assinatura
2026-06-25 - 18:38:25 GMT
-  Email visualizado por Octávio Muniz (octavio.muniz@cdicom.com.br)
2026-06-25 - 18:53:36 GMT
-  O signatário Octávio Muniz (octavio.muniz@cdicom.com.br) inseriu o nome Leandro Bruno Filho ao assinar
2026-06-25 - 18:54:37 GMT
-  Documento assinado eletronicamente por Leandro Bruno Filho (octavio.muniz@cdicom.com.br)
Data da assinatura: 2026-06-25 - 18:54:39 GMT - Fonte da hora: servidor - Aparência da assinatura selecionada: DESENHAR
-  Contrato finalizado.
2026-06-25 - 18:54:39 GMT

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS - CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026

De Marcio Reis Louseiro <marcio.louseiro@fsbcomunicacao.com.br>

Data Sex, 26/06/2026 15:56

Para Cx. Postal - Licitação <licitacao@confea.org.br>

Cc Operações Públicas <operacoes.publicas@fsb.com.br>

 1 anexo (1 MB)

Contrarrrazões - Vertex - CONFEA - Clicksign.pdf;

AO

CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 90001/2026

Processo: 00.001214/2026-41

A **VERTEX COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO LTDA.**, já qualificada nos autos do processo licitatório retromencionado, vem, respeitosa e tempestivamente, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no item 19.2 do Edital, apresentar **CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS** interpostos pelas licitantes *CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA*, *CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA* e *APEX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA*, em razão do resultado do julgamento das propostas técnicas, pelas razões em anexo delineadas.

Desde já agradecemos.

Favor confirmar o recebimento.

--

Márcio Reis Louseiro

Licitações e Operações Públicas_

Cel. 61 99358-0354

fsb.



À ILUSTRE COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

Referência: Concorrência nº 90001/2026

Processo nº 00.001214/2026-41

VERTEX COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO LTDA, já qualificada nos autos do processo licitatório retromencionado, vem, respeitosa e tempestivamente¹, à presença de Vossa Senhoria, com fundamento no item 19.2 do Edital, apresentar

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interpostos pelas licitantes **CDI COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA**, **CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA** e **APEX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA**, em razão do resultado do julgamento das propostas técnicas, pelas razões a seguir delineadas.

I. SÍNTESE DO PROCEDIMENTO LICITATÓRIO

01. O Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - CONFEA publicou o Edital da Concorrência nº 90001/2026, Processo nº 00.001214/2026-41, do tipo melhor técnica, objetivando a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional.

02. Restou designada a data de 13 de maio de 2026 para realização da Primeira Sessão Pública, oportunidade em que seriam recebidos e rubricados os envelopes contendo o Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada (Arquivo nº 1), o Plano de Comunicação Institucional - Via Identificada (Arquivo nº 2), a Capacidade de Atendimento

¹ Considerando-se que, em 23 de junho de 2026, os recursos interpostos pelas licitantes foram disponibilizados, e que o item 19.2 do Edital assegura às demais licitantes prazo de 3 (três) dias úteis para apresentação de impugnação, o prazo teve início em 24 de junho de 2026 e encerra-se, por conseguinte, em **26 de junho de 2026**. Afiguram-se, portanto, plenamente tempestivas as presentes contrarrazões, eis que submetidas nesta data.

e os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional (Arquivo nº 3), a Proposta de Preços (Arquivo nº 4) e os Documentos de Habilitação (Arquivo nº 5).

03. Na oportunidade, constatou-se a participação das seguintes licitantes: CDN Comunicação Corporativa; GBR Comunicação Ltda; CDI Comunicação Corporativa Ltda; Reputale Comunicação Ltda; Agência FR de Comunicação Ltda; Apex Comunicação Estratégica Ltda e Vertex Comunicação e Planejamento Ltda.

04. Nesse contexto, houve o upload dos Arquivos de nº 1 a 5. Após esse procedimento, os Arquivos nº 1 foram encaminhados à Subcomissão Técnica para análise e julgamento das propostas técnicas.

05. Ato seguinte, foi designada, para o dia 16 de junho de 2026, nova sessão pública para divulgação do resultado do julgamento das propostas técnicas e prosseguimento do certame.

06. Analisadas as propostas técnicas pela Subcomissão Técnica, foi divulgado o relatório de julgamento contendo a nota final, obtendo-se a classificação das licitantes, ocasião em que a Vertex Comunicação e Planejamento Ltda. restou classificada em primeiro lugar, seguida da CDN Comunicação Corporativa Ltda e CDI Comunicação Corporativa Ltda, com a seguinte classificação:

1º	Vertex Comunicação e Planejamento Ltda	94,5
2º	CDN Comunicação Corporativa Ltda	94,1
3º	CDI Comunicação Corporativa Ltda	93,8
4º	Apex Comunicação Estratégica Ltda	92,4
5º	GBR Comunicação Ltda	91,8
-	Reputale Comunicação Ltda	Desclassificada
-	Agência FR de Comunicação Ltda	Desclassificada

07. Após a divulgação do resultado de julgamento das propostas técnicas, houve manifestação de intenção recursal pelas diversas licitantes e, posteriormente, divulgados os documentos pertinentes, foi aberto o prazo recursal.

08. Insatisfeitas com o resultado, as licitantes CDI, CDN e APEX interpuseram recursos contra a classificação da Vertex, pleiteando, em síntese, a revisão e a redução da nota atribuída à ora Recorrida, além da reclassificação final do certame. Ocorre que, como se

demonstrará a seguir, as insurgências dirigidas à proposta e à pontuação da Vertex não merecem provimento.

II. PRELIMINARMENTE: LIMITES OBJETIVOS DA REVISÃO DA PONTUAÇÃO EM SEDE RECURSAL

09. Antes do enfrentamento individualizado dos recursos interpostos, impõe-se rememorar que, consoante expressamente consignado no preâmbulo do instrumento convocatório, todos os procedimentos de avaliação e pontuação dos invólucros foram conduzidos em conformidade com as premissas legais estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232/2010.

10. Nesse sentido, a Subcomissão Técnica foi concebida pelo legislador com propósito de garantir isonomia e imparcialidade na avaliação das propostas técnicas por meio de um mecanismo que impossibilite, durante todo o processo de julgamento, a identificação da agência autora de cada proposta.

11. Isso significa que os membros da Subcomissão, quando da análise dos invólucros, não podem ter conhecimento da autoria das peças que avaliam, sob pena de acarretar a desclassificação da agência identificada ou, a depender das circunstâncias que cercam a violação, a anulação integral do certame.

12. A *ratio* dessa exigência reside no propósito inequívoco do legislador de extirpar do processo seletivo qualquer possibilidade de favorecimento ou discriminação fundados no conhecimento prévio de quem elaborou determinada proposta.

13. O julgamento apócrifo visa a assegurar que a avaliação recaia exclusivamente sobre o conteúdo técnico das propostas, à margem de qualquer informação pessoal, reputacional ou comercial que pudesse influenciar, ainda que inconscientemente, o juízo dos avaliadores.

14. A mesma lógica que preside o julgamento das propostas técnicas projeta seus efeitos sobre a fase recursal do certame, impondo, nessa etapa, **limitação ao âmbito de cognição dos recursos administrativos interpostos.**

15. Com efeito, uma vez proferido o julgamento técnico pela Subcomissão, a pontuação atribuída a cada agência se consolida e não comporta revisão livre, eis que a reabertura do mérito avaliativo implicaria a realização de novo julgamento técnico sobre propostas cujas

autorias, agora reveladas, são de pleno conhecimento de todos os envolvidos, comprometendo de forma irreparável a higidez do processo.

16. Destarte, a revisão da pontuação originalmente atribuída pela Subcomissão somente se afigura possível nas hipóteses em que o recurso demonstre, de forma concreta, a existência de **irregularidade objetiva** à luz dos critérios previamente fixados no instrumento convocatório.

17. Vícios de natureza objetiva, erros materiais apuráveis mediante confronto com a norma editalícia, por exemplo, são as circunstâncias **excepcionais** que autorizam intervenção corretiva sobre o resultado do julgamento técnico.

18. O que não se admite, por força do próprio princípio do julgamento apócrifo, é a rediscussão do mérito da avaliação fundada em preferências de estilo ou metodologia, as quais pertencem ao universo do juízo reservado por lei à Subcomissão, e não à fase recursal.

19. A vinculação ao instrumento convocatório reforça esse entendimento. O edital, como ato administrativo formal que cristaliza as regras do certame, atribui juridicidade a todos os atos praticados no curso da licitação e pauta o controle interno e externo a que esses atos se submetem.

20. Na precisa lição do Professor Marçal Justen Filho, o instrumento convocatório "*cristaliza a competência discricionária da Administração, que se vincula a seus termos*", sendo o edital o próprio fundamento de validade dos atos praticados no curso da licitação, de modo que a desconformidade entre o que nele se previu e o que se pratica resolve-se pela invalidade destes últimos (Marçal Justen Filho, Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos, 10ª ed., Dialética, 2004, p. 395).

21. A Administração não pode, portanto, desprender-se dos critérios de julgamento fixados no edital para acolher, em sede recursal, avaliações substitutivas construídas pelas próprias licitantes Recorrentes.

22. É nesse contexto que devem ser examinados os recursos ora respondidos. A Apex, em sua insurgência, procurou requalificar ressalvas pontuais já ponderadas pela Subcomissão como fundamento bastante para a revisão ampla da pontuação da Vertex, ao mesmo tempo em que minimizou fragilidades de sua própria proposta, pretendendo substituir, por tabela de notas de sua própria lavra, o juízo regularmente proferido.

23. A CDN, por sua vez, concentrou sua impugnação no Plano de Implementação da Vertex, sustentando suposta inconsistência entre a Solução de Comunicação Institucional, o cronograma e o orçamento, além de alegada divergência orçamentária que apurou mediante memória de cálculo unilateral e que decorre, em verdade, da substituição da metodologia da proposta vencedora por critério particular da própria Recorrente.

24. A CDI, por fim, opôs ao plano da Vertex preferências analíticas, narrativas e criativas próprias quanto ao Raciocínio Básico, ao conceito "Tudo começa aqui" e à utilização do Infra-BR como ativo de comunicação institucional, sem demonstrar qualquer violação objetiva aos critérios editalícios ou erro material da Subcomissão, não passando, portanto, de sua mera opinião.

25. O que se verifica, portanto, é que os três recursos orbitam em torno de alegações de fundo essencialmente **subjetivo**, em que as Recorrentes pretendem ver prevalecida sua própria leitura das propostas sobre o julgamento regularmente realizado por uma Subcomissão Técnica composta por especialistas a partir de um julgamento às cegas.

26. Algumas dessas alegações sequer disfarçam esse caráter subjetivo enquanto outras se apresentam com verniz de suposto vício objetivo, mas, quando examinadas com atenção, revelam-se mera discordância valorativa revestida de roupagem formal.

27. Em nenhuma das três hipóteses se demonstrou qualquer irregularidade, erro material, quebra de isonomia, vício de motivação ou descumprimento objetivo do instrumento convocatório.

28. Esses recursos, por sua própria natureza, já não mereceriam acolhimento, porquanto as alegações que os sustentam se situam fora do perímetro de cognição recursal admitido pelo regime do julgamento apócrifo.

29. A despeito disso, para que não parem dúvidas sobre a higidez do resultado proclamado e sobre a consistência da proposta da Vertex em cada um dos pontos questionados, passa-se a demonstrar, nos tópicos subsequentes, as razões pelas quais os recursos respondidos não merecem, em nenhuma das alegações tracejadas, qualquer acolhimento.

III. RAZÕES PARA O IMPROVIMENTO DO RECURSO INTERPOSTO PELA APEX

30. O recurso interposto pela Apex deve ser integralmente desprovido. Embora a Recorrente qualifique sua insurgência como fundada em "interpretação objetiva dos fatos do procedimento licitatório", o que efetivamente postula é a reavaliação das propostas técnicas, com majoração das notas que lhe foram atribuídas, redução das notas conferidas à Vertex, CDI, CDN e GBR e, ao fim, reclassificação do certame.

31.

32. De um lado, a Apex procura reduzir a pontuação atribuída à Vertex, sobretudo no Quesito 1, transformando divergências quanto ao Raciocínio Básico, à Estratégia de Comunicação Institucional, à Solução de Comunicação Institucional e ao Plano de Implementação em supostos vícios de julgamento. De outro, pugna pela majoração da própria nota, valendo-se de comparações com a Vertex para sustentar suposta assimetria na avaliação.

33. Esse percurso argumentativo revela, com nitidez, que o recurso ora respondido não passa de mero inconformismo com a sua colocação obtida no certame. A Apex não aponta qualquer falha formal no procedimento, tampouco demonstra que a proposta da Vertex descumpriu exigência prevista no instrumento convocatório. Toma, isso sim, discordâncias de mérito quanto ao conteúdo da proposta vencedora e as reconstrói com roupagem de irregularidade, ao mesmo tempo em que sustenta ter sido subavaliada pela Subcomissão.

34. Conforme assentado preliminarmente, insurgências dessa natureza, por si sós, não comportam acolhimento. Ainda assim, para que não parem dúvidas, passa-se a demonstrar, ponto a ponto, que à Apex não assiste razão em nenhuma das alegações por ela aventadas.

A) SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO

35. No que concerne ao Subquesito I - Raciocínio Básico, a Apex formula uma série de críticas metodológicas à proposta da Vertex, relacionadas, em síntese, à referência ao Google Trends, à identificação de campanha institucional do Confea, à descrição do Sistema Confea/Crea, à análise de mídia, ao recorte temporal das redes sociais, ao uso do Reclame Aqui, à ausência de pesquisa de percepção e à segmentação dos públicos.

36. O primeiro ponto a ser observado é que a Recorrente fragmenta o Raciocínio Básico da Vertex em múltiplos recortes isolados e trata cada escolha metodológica como se correspondesse a exigência autônoma do instrumento convocatório.

37. O Edital, contudo, não impôs método único de diagnóstico, não exigiu pesquisa de percepção, não determinou período mínimo de monitoramento de redes sociais, não vinculou a análise a ferramenta específica e não estabeleceu que a proposta deveria apresentar matriz exaustiva de influência, resistência, canal, mensagem e comportamento esperado para cada público. O padrão com o qual a Apex avalia a Vertex é um padrão que ela mesma criou, sem qualquer respaldo no edital.

38. Na contramão do que tenta fazer crer, a proposta da Vertex apresentou diagnóstico suficiente, coerente e multimetodológico, com análise de mídia, redes sociais proprietárias e Reclame Aqui, leitura institucional do Sistema Confea/Crea e mapeamento dos principais públicos de relacionamento:

“O diagnóstico baseou-se em análises de mídia, de redes sociais proprietárias e da plataforma Reclame Aqui. Para compreender a visibilidade da imprensa, foram monitorados conteúdos que citaram a entidade nos veículos de comunicação nacionais, impressos e online, no período de 1º de agosto a 31 de dezembro de 2025. Utilizou-se metodologia qualitativa e a observação de termos vinculados à agenda de interesse da entidade.”

39. Note-se que o monitoramento de cobertura jornalística abrangeu o período de 1º de agosto a 31 de dezembro de 2025, com metodologia qualitativa e observação de termos vinculados à agenda de interesse da entidade.

40. Nesse contexto, a crítica relativa ao Google Trends perde consistência. A nota atribuída ao Raciocínio Básico não se apoiou em elemento metodológico isolado, mas na compreensão global de que a Vertex apresentou diagnóstico aprofundado e apto a contextualizar os desafios de comunicação do Confea. A eventual ausência de capítulo autônomo sobre determinada ferramenta não autoriza a redução pretendida quando o diagnóstico foi construído a partir de outros insumos concretamente apresentados na proposta.

41. O mesmo raciocínio se aplica à referência à campanha institucional do Confea. A própria Subcomissão Técnica identificou que a Vertex se referiu à campanha como “Brasil não conhece o Brasil”, quando o título correto seria “O Brasil que o Brasil não conhece”.

Essa imprecisão pontual foi percebida, registrada e ponderada pela Subcomissão. Não houve omissão da banca, nem erro oculto de julgamento. O que a Apex pretende é atribuir a uma imprecisão nominal consequência desproporcional, como se ela fosse suficiente para desconstituir todo o Raciocínio Básico da proposta vencedora.

42. A alegação de imprecisão na descrição da estrutura institucional do Sistema também não prospera. A Vertex reconheceu expressamente a existência do Confea e dos 27 Creas, a atuação integrada do Sistema, a presença institucional em todas as unidades da Federação e a personalidade jurídica própria de cada instância.

43. Veja que, novamente, a Apex tenta transformar uma formulação sintética em erro grave, mas não demonstra que a Vertex tenha confundido competências, apagado a autonomia dos Regionais ou deixado de compreender a articulação entre a instância federal normativa e as instâncias regionais de fiscalização e atendimento.

44. A crítica de que a análise seria "descritiva" tampouco convence. Em proposta técnica dessa natureza, a descrição das características do contratante, das profissões abrangidas, do papel institucional do Sistema e de sua capilaridade nacional é etapa necessária para demonstrar compreensão do ambiente em que a comunicação se dará. A Vertex não se limitou a reproduzir dados, a partir deles, identificou desafios de organicidade, relacionamento, percepção, presença digital, reputação e comunicação de serviço.

45. Quanto à análise de mídia, a Apex procura transformar um levantamento qualitativo em pesquisa estatística longitudinal. A proposta da Vertex analisou conteúdos que mencionaram o Confea entre agosto e dezembro de 2025, identificando eixos de visibilidade, oportunidades de posicionamento e temas reputacionais relevantes. O valor do levantamento, nesse contexto, está na pertinência da leitura e na conversão dos achados em estratégia, não na pretensão de esgotar todo o universo possível de cobertura jornalística nacional, televisiva, radiofônica ou digital.

46. A crítica ao recorte temporal das redes sociais também não demonstra vício. A análise feita pela Vertex serviu como fotografia diagnóstica da presença digital do Confea, indicando comportamento, linguagem, engajamento, replicação de conteúdos, diferenças entre plataformas e oportunidades de aprimoramento. A Apex discorda do período utilizado, mas não aponta exigência editalícia de prazo mínimo de coleta, nem demonstra que o recorte tenha produzido conclusão incompatível com os dados observados.

47. A alegação relativa ao TikTok tampouco autoriza redução de nota. A Vertex identificou discrepância entre vídeos de alto alcance e conteúdos de baixo desempenho, interpretando esse comportamento como indício de dependência de mídia paga ou de campanhas pontuais. Trata-se de leitura técnica plausível em comunicação digital. Ainda que pudesse ser redigida com maior cautela, não há erro material capaz de comprometer o conjunto do Raciocínio Básico.

48. Também é improcedente a tentativa de desqualificar o uso do Reclame Aqui. A plataforma foi utilizada como insumo complementar de reputação e relacionamento, não como índice absoluto de imagem institucional. Reclamações sobre cobranças, anuidades, registros, atendimento e comunicação prévia são relevantes para um Conselho que se relaciona diretamente com profissionais e empresas. O fato de a plataforma reunir manifestações negativas não a inutiliza; ao contrário, permite identificar fricções, riscos de percepção e oportunidades de melhoria da comunicação de serviço.

49. A ausência de pesquisa direta de percepção igualmente não compromete a proposta, pois tal exigência não consta do Edital. Além disso, a previsão orçamentária de Avaliação da Percepção de Imagem na execução demonstra método e responsabilidade, ao reconhecer a necessidade de mensuração qualificada durante o contrato, sem apresentar como obrigatória, já na fase de proposta técnica, uma pesquisa ampla não exigida pelo instrumento convocatório.

50. Quanto à segmentação dos públicos, a Vertex identificou funcionários, conselheiros, profissionais, empresas, sociedade, entidades de classe, estudantes, instituições de ensino, imprensa, formadores de opinião e Poder Público, descrevendo o papel de cada grupo na relação com o Confea. A Apex critica a ausência de hierarquização em múltiplas dimensões, mas cria requisito não previsto no Edital. Uma matriz exaustiva de influência, resistência, canal, mensagem e comportamento esperado seria sofisticação possível, não obrigação editalícia.

51. Há, portanto, inversão no recurso. A Apex acusa a Vertex de amplitude, falta de priorização e inconsistências, mas sua própria proposta é marcada por roadshow, expedição, websérie, municípios-modelo, forte carga operacional, seleção territorial sensível e relacionamento massivo com influenciadores e jornalistas sem detalhamento proporcional. A crítica dirigida à Vertex retorna contra a própria Recorrente com maior

intensidade, pois revela que o rigor pretendido no recurso não foi aplicado à própria construção técnica da Apex.

52. Ao selecionar alguns municípios como modelos e deixar outros de fora, a Apex criou potencial de comparação política, exposição desigual de territórios e questionamentos sobre critérios de escolha, fragilidade expressamente percebida pela Subcomissão. Também incorreu em superdimensionamento operacional ao propor relacionamento com até mil jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, sem detalhamento proporcional de priorização, efetividade, capacidade de operação e governança.

53. Deve ser afastado, portanto, o pedido de revisão da nota da Vertex no Subquestito I. O diagnóstico apresentado foi suficiente, coerente e aderente ao briefing, com ressalvas já ponderadas pela Subcomissão na pontuação atribuída. A manutenção da nota da Apex em patamar inferior ao da Vertex, por sua vez, é plenamente justificada pelo conjunto da avaliação, cujos fundamentos resistem, com folga, ao escrutínio que a própria Recorrente pretende impor.

B) SUBQUESTITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

54. Em relação ao Subquestito II - Estratégia de Comunicação Institucional, a Apex sustenta, em síntese, que a proposta da Vertex teria incorrido em contradição entre diagnóstico e premissa estratégica, priorização excessiva do Poder Público, generalidade do conceito "Tudo começa aqui", centralidade institucional excessiva do Confea, recomendações insuficientes aos porta-vozes, ausência de detalhamento do modo de execução, ruptura entre problema diagnosticado e resposta estratégica, fragilidade de indicadores e dependência da articulação com os Creas.

55. A tese não procede. A Apex parte de leitura seletiva da justificativa da Subcomissão Técnica. Isola a ressalva relativa à maior ênfase conferida ao Poder Público e tenta convertê-la em erro estrutural, ignorando que a mesma justificativa reconheceu a consistência da proposta da Vertex, a boa articulação entre comunicação institucional, imprensa, mídias digitais e relacionamento com públicos estratégicos, bem como a capacidade do conceito central de traduzir a atuação do Sistema em benefícios concretos percebidos pela sociedade.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

LICITANTE 7

Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	5,0	4,8	4,9	4,9	O licitante apresenta diagnóstico aprofundado e bem fundamentado, utilizando análise de mídia, redes sociais, Google Trends e Reclame Aqui para contextualizar os desafios de comunicação do Confea. Há boa compreensão da estrutura do Sistema Confea/Crea e da necessidade de ampliar a percepção pública sobre sua relevância social. Citou errada campanha do Confea, se referindo a ela como "Brasil não conhece o Brasil", quando seria "O Brasil que o Brasil não conhece".
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,0	18,2	18,1	Estratégia é consistente e demonstra boa articulação entre comunicação institucional, imprensa, mídias digitais e relacionamento com públicos estratégicos. Contudo, subdimensiona a atenção necessária para os públicos "Profissionais" e "Sociedade", priorizando demais o público "Poder Público". O conceito central consegue traduzir a atuação do Sistema para benefícios concretos percebidos pela sociedade, especialmente nas áreas de infraestrutura, segurança e qualidade de vida.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,5	23,0	22,8	22,8	Solução de Comunicação Institucional e Plano de Implementação bem integrados. Há continuidade à estratégia que prioriza o diálogo com o Poder Público e descarta a atenção à Sociedade e Profissionais. A solução é ampla e bem estruturada, contemplando assessoria de imprensa, media training, monitoramento, gestão de crise, relacionamento institucional, conteúdos digitais, podcasts, vídeos, newsletters e campanhas temáticas.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	13,5	14,0	14,0	13,8	O plano apresenta cronograma detalhado, divisão por etapas e boa distribuição das atividades ao longo da execução contratual. Há integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, campanhas temáticas e monitoramento.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESITO 1 =			59,6	

56. A Subcomissão não ignorou o ponto de atenção indicado pela Apex. Ao contrário, identificou-o, ponderou-o e atribuiu a pontuação que entendeu compatível com o conjunto da proposta. A Recorrente pode discordar do peso conferido à ressalva, mas não pode substituir o julgamento técnico por sua própria régua, especialmente quando o recurso pretende definir, avaliador por avaliador, qual seria a "nota tecnicamente adequada".

57. A alegação de contradição entre o diagnóstico da Vertex e a premissa de que o Sistema Confea/Crea é conhecido pela sociedade também deve ser afastada. A Vertex não afirmou que o Confea fosse plenamente compreendido, valorizado ou percebido em toda a sua complexidade. O que afirmou foi que se trata de instituição histórica e reconhecível, cuja relação com seus públicos precisa ser qualificada, tornada mais orgânica, sistemática e próxima.

58. Há diferença evidente entre notoriedade institucional e compreensão qualificada do papel público do Sistema. Uma instituição pode ser conhecida enquanto entidade reguladora e, ainda assim, demandar esforço de comunicação para explicar melhor sua função social, sua atuação fiscalizatória, sua relevância para a segurança, sua contribuição para a infraestrutura e sua conexão com a vida cotidiana da sociedade. Não há, portanto, contradição lógica na premissa estratégica da Vertex.

59. Também não procede a afirmação de que a estratégia da Vertex teria abandonado profissionais e sociedade. O Poder Público foi tratado como público estratégico porque o próprio contexto do briefing e a agenda recente do Confea envolvem infraestrutura, desenvolvimento das cidades, parcerias institucionais, Infra-BR e edital de fomento como ativos centrais de comunicação. Dialogar com gestores públicos, municípios e administrações estaduais não exclui profissionais e sociedade; ao contrário, permite

posicionar o Confea em temas de interesse público que repercutem diretamente sobre esses públicos.

60. A proposta da Vertex também previu conteúdos, abordagens e frentes voltadas a profissionais, recém-formados, estudantes, entidades, imprensa, canais digitais e sociedade. Portanto, a crítica da Apex transforma uma opção legítima de priorização estratégica em suposta omissão, sem demonstrar que a proposta da Vertex tenha deixado de contemplar os públicos centrais do desafio.

61. A crítica ao conceito "Tudo começa aqui" igualmente não se sustenta. A Apex tenta reduzi-lo a expressão genérica, mas ignora sua fundamentação. O conceito traduz, em linguagem simples, o papel do Confea como referência de responsabilidade técnica, segurança, compromisso profissional e proteção da sociedade. Seus desdobramentos, como "A responsabilidade técnica começa aqui", "A proteção da sociedade começa aqui" e "O compromisso profissional começa aqui", evidenciam vínculo direto com as competências institucionais do Sistema Confea/Crea.

62. A Recorrente erra ao exigir que o conceito carregue, sozinho, toda a explicação normativa sobre Confea, Creas, Mútua, fiscalização, registro, ART e responsabilidade profissional. Um conceito de comunicação não é manual jurídico-administrativo. Sua função é organizar narrativa, criar unidade, facilitar memorização e abrir caminho para mensagens, peças, conteúdos e ações. A explicação técnica aparece nos desdobramentos editoriais, nos materiais de imprensa, nos conteúdos digitais, na atuação dos porta-vozes, nas campanhas temáticas e nas ações de relacionamento. A assinatura não elimina o conteúdo; dá unidade a ele.

63. A acusação de centralidade excessiva atribuída ao Confea também é forçada. A Vertex não nega a atuação dos Creas, dos profissionais, da Mútua ou das demais instâncias do Sistema. Ao contrário, trabalha a ideia de sistema articulado, com capilaridade regional, atuação técnica e coordenação institucional. "Tudo começa aqui" não afirma que todos os resultados sociais decorram exclusivamente do Conselho Federal, mas posiciona o Confea como referência institucional para organização, normatização, responsabilidade técnica e defesa do interesse público no âmbito do Sistema.

64. Quanto às recomendações aos porta-vozes, a Apex novamente tenta impor exigência não prevista no Edital. A Vertex apresentou temas, diretrizes, enfoques narrativos,

ambientes de atuação, pautas prioritárias e orientação discursiva. O Subquesto II não exigia manual completo de porta-vozes, com matriz individual de competências, expressões vedadas, níveis de autonomia, temas submetidos ao jurídico e fluxos de crise detalhados. Esses elementos pertencem à fase executiva, ao media training, ao manual de crise e aos planos operacionais. A proposta técnica deveria demonstrar direção estratégica, e isso foi feito.

65. O mesmo vale para a crítica ao “como fazer”. A Vertex apresentou estratégia integrada entre imprensa, canais digitais, conteúdos multimídia, porta-vozes, parcerias, Creas, entidades, instituições de ensino, especialistas e públicos influenciadores. A Apex tenta exigir, no campo da estratégia, detalhamento típico de plano operacional diário, com equipe por frente, fluxos de aprovação, rotinas editoriais, matriz de resposta e indicadores de atendimento. A ausência desse nível de granularidade no Subquesto II não configura deficiência técnica, especialmente porque o Edital distribui a avaliação entre Estratégia, Solução e Plano de Implementação.

66. A crítica relacionada ao Social SAC também exagera o alcance da exigência. A Vertex identificou problemas de diálogo digital e propôs presença mais ativa, segmentada e adequada às plataformas, concebendo os canais digitais como espaços de escuta, aprofundamento, diálogo e demonstração prática do valor público da instituição. A definição de equipe, prazos de resposta, matriz de assuntos e protocolo de escalonamento é matéria de operação, não requisito indispensável para validar a Estratégia de Comunicação Institucional.

67. Quanto às metas e indicadores, a Apex confunde efeitos esperados com plano de mensuração definitivo. A estratégia da Vertex prevê resultados coerentes com o desafio: aumento da presença no debate público, maior recorrência como fonte técnica, fortalecimento da presença digital, ampliação do relacionamento institucional e reconhecimento do Confea como autoridade técnica. A definição final de indicadores, linhas de base e metas quantitativas depende da Avaliação de Percepção de Imagem, do monitoramento e dos instrumentos previstos para a execução contratual. O Edital não exigiu, no Subquesto II, percentuais, metas numéricas e séries históricas completas.

68. A crítica à dependência dos Creas tampouco procede. Qualquer estratégia nacional do Sistema Confea/Crea pressupõe articulação com os Conselhos Regionais. A capilaridade territorial é ativo institucional e sua mobilização é pertinente ao desafio. A

Apex tenta tratar essa articulação como risco na proposta da Vertex, mas sua própria proposta depende intensamente dos Creas para expedição, roadshow, workshops híbridos, gravações regionais, comitês de crise, porta-vozes locais, parcerias e mobilização de públicos em cinco estados. Não pode apresentar a articulação regional como fragilidade da Vertex e, simultaneamente, como virtude de sua própria estratégia.

69. Em sentido inverso, a proposta da Apex apresenta fragilidades substanciais justamente no Subquesto II. Sua estratégia concentra-se em campanha guarda-chuva extensa, ancorada no conceito “Confea 2026: mais Engenharia, Agronomia e Geociências para o Brasil do Futuro acontecer”, tendo como fio condutor nova expedição, roadshow e segunda temporada de websérie. Trata-se de solução de forte apelo promocional, dependente de eventos, deslocamentos, gravações, workshops, parceiros regionais e seleção prévia de municípios-modelo.

70. Essa opção reduz a robustez institucional da estratégia da Apex. Ao estruturar o plano em torno de cinco cidades escolhidas como referência, a Recorrente assume risco político, territorial e reputacional. A escolha de Paragominas, Sobral, Rio Verde, Sorocaba e Joinville como exemplos de “cidades inteligentes” pode gerar questionamentos sobre critérios, exclusões, comparações indevidas e disputas entre localidades. A própria Subcomissão apontou que “lembrar de uns e deixar de lado outros” poderia ser problemático, especialmente em municípios grandes.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA					
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA					
LICITANTE 2					
Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquesto I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	4,0	4,8	4,8	4,5	Não se limitou a compreender as características e desafios de comunicação do Confea apenas pelo briefing, indo além e pesquisando as redes sociais e site do Confea, bem como a presença do conselho na mídia. A partir disso, demonstrou boa precisão na análise das características e especificidades do Confea. Identificou bem as necessidades de comunicação da Instituição.
Subquesto II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	17,0	18,3	17,8	17,7	Recomendações foram adequadas e pertinentes. Embora tenha identificado bem as necessidades de comunicação da Instituição, não foi capaz de enxergar que alguns impactos políticos indesejáveis poderiam advir da estratégia proposta de selecionar “municípios-modelo” para uma nova websérie. Lembrar de uns e deixar de lado outros seria problemático, ainda mais se tratando de municípios grandes. A estratégia apresenta forte apelo criativo e integração entre canais, porém demonstra concentração excessiva em ações como roadshow, expedições e websérie, aproximando a proposta de uma lógica de campanha promocional em detrimento de um raciocínio voltado a comunicação institucional pública.
Subquesto III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	21,0	24,0	22,6	22,5	A solução é ampla e criativa, mas apresenta pontos de possível superdimensionamento operacional. Destaca-se a proposta de relacionamento com até mil jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, sem detalhamento suficiente sobre critérios de priorização, exequibilidade e efetividade estratégica dessa atuação. Isso pode indicar excesso de amplitude e dispersão de esforços. Essa solução desdobra a Estratégia de Comunicação Institucional mantendo o foco numa proposta com potencial de gerar problemas.
Subquesto IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	12,0	14,0	14,6	13,5	Cronograma adequado, bem pensado dentro do que já foi proposto na Solução de Comunicação Institucional. Considera um período já passado, mas entendemos ser isso irrelevante. A escolha dos itens é coerente, mas a distribuição dos investimentos está mal priorizada, nos termos já expostos nos conceitos dos subquestos anteriores.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESTO 1 =			58,3	

71. Além disso, a estratégia da Apex padece de dispersão. Reúne expedição, roadshow, websérie, workshops híbridos, experiências imersivas, realidade estendida, reativação de podcast, canal de WhatsApp, newsletters, collabs, influenciadores, imprensa,

universidades, Creas, comitês, grupos locais e produção transmídia. A quantidade de frentes não garante consistência estratégica; pode comprometer foco, priorização, governança e efetividade, como registrado pela própria Subcomissão.

72. O conceito da Apex também apresenta fragilidades. “Confea 2026: mais Engenharia, Agronomia e Geociências para o Brasil do Futuro acontecer” é formulação longa, pouco sintética e de baixa fluidez como assinatura pública. Além disso, ancora-se na ideia do “Brasil do Futuro”, expressão ampla e Recorrente no imaginário nacional, menos direta e menos apropriável institucionalmente do que a Recorrente sustenta. A Apex critica “Tudo começa aqui” por suposta generalidade, mas apresenta conceito igualmente amplo, mais extenso e dependente de explicações adicionais.

73. A estratégia da Apex também concentra o desafio comunicacional no déficit de profissionais e na formação de mais engenheiros, agrônomos e geocientistas. Embora o tema seja relevante, ele não esgota as necessidades do Confea. O briefing demanda comunicação institucional ampla, com defesa da sociedade, fiscalização do exercício profissional, relacionamento com públicos, reputação, imprensa, utilidade pública e valorização do Sistema. Ao eleger o déficit de profissionais como eixo quase totalizante, a Apex estreita o objeto e subordina a comunicação institucional a uma campanha temática.

74. Diante disso, não há fundamento para reduzir a nota da Vertex no Subquesto II – Estratégia de Comunicação Institucional. A proposta vencedora apresentou conceito coerente, diretrizes de porta-vozes, articulação entre imprensa e canais digitais, leitura dos públicos estratégicos e correspondência com o diagnóstico. As ressalvas apontadas pela Subcomissão já foram consideradas na nota, ao passo que as fragilidades da Apex justificam a manutenção de sua pontuação em patamar inferior à da Vertex, afastando qualquer pretensão de reclassificação fundada nesse subquesto.

C) SUBQUESTO 3 - SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

75. Já em relação ao Subquesto III – Solução de Comunicação Institucional, a Apex alega, em síntese, que a solução da Vertex reproduziria desequilíbrio estratégico, concentraria esforços no Poder Público e no Infra-BR, não apresentaria abordagem diferenciada por público, não estruturaria Social SAC, traria inconsistências entre peças e produtos, indefinição de volume de conteúdo digital, fragilidade no podcast, insuficiência na newsletter e uso inadequado de itens já orçados.

76. A tese não procede. A própria Subcomissão Técnica reconheceu que a Solução de Comunicação Institucional da Vertex é ampla, bem estruturada e integrada ao Plano de Implementação, contemplando assessoria de imprensa, media training, monitoramento, gestão de crise, relacionamento institucional, conteúdos digitais, podcasts, vídeos, newsletters e campanhas temáticas. A ressalva sobre a maior ênfase no Poder Público foi identificada, ponderada e refletida na pontuação atribuída. Não houve omissão de análise, mas valoração técnica proporcional.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA					
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA					
LICITANTE 7					
Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	5,0	4,8	4,9	4,9	O licitante apresenta diagnóstico aprofundado e bem fundamentado, utilizando análise de mídia, redes sociais, Google Trends e Reclame Aqui para contextualizar os desafios de comunicação do Confea. Há boa compreensão da estrutura do Sistema Confea/Crea e da necessidade de ampliar a percepção pública sobre sua relevância social. Citou errada campanha do Confea, se referindo a ela como "Brasil não conhece o Brasil", quando seria "O Brasil que o Brasil não conhece".
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,0	18,2	18,1	Estratégia é consistente e demonstra boa articulação entre comunicação institucional, imprensa, mídias digitais e relacionamento com públicos estratégicos. Contudo, subdimensiona a atenção necessária para os públicos "Profissionais" e "Sociedade", priorizando demais o público "Poder Público". O conceito central consegue traduzir a atuação do Sistema para benefícios concretos percebidos pela sociedade, especialmente nas áreas de infraestrutura, segurança e qualidade de vida.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,5	23,0	22,8	22,8	Solução de Comunicação Institucional e Plano de Implementação bem integrados. Da continuidade a estratégia que prioriza o diálogo com o Poder Público e descarta a atenção à Sociedade e Profissionais. A solução é ampla e bem estruturada, contemplando assessoria de imprensa, media training, monitoramento, gestão de crise, relacionamento institucional, conteúdos digitais, podcasts, vídeos, newsletters e campanhas temáticas.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	13,5	14,0	14,0	13,8	O plano apresenta cronograma detalhado, divisão por etapas e boa distribuição das atividades ao longo da execução contratual. Há integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, campanhas temáticas e monitoramento.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESITO 1 =			59,6	

77. A Apex tenta transformar essa ressalva em fundamento para redução substancial da nota, como se a Solução da Vertex tivesse ignorado profissionais e sociedade. Isso não corresponde ao conteúdo da proposta.

78. Isto porque, ao contrário do que tenta fazer crer a Recorrente, a Vertex previu ações voltadas a profissionais, recém-formados, estudantes, entidades de classe, imprensa, influenciadores, gestores públicos, empresas e sociedade, com diferentes finalidades táticas e diferentes canais de comunicação.

79. As ações ligadas ao Infra-BR, às cidades, ao edital de fomento e ao Poder Público não excluem os demais públicos. Pelo contrário, conectam-se à sociedade e aos profissionais sob a ótica da segurança, da responsabilidade técnica, da infraestrutura, da qualidade de vida, da defesa do interesse público e do desenvolvimento. A Apex trata o diálogo com gestores como se fosse desvio de foco, mas o briefing e o próprio contexto institucional do Confea autorizavam, e até recomendavam, a conexão entre comunicação institucional, políticas públicas, infraestrutura e territórios.

80. A crítica à ação “Tudo começa aqui para os bons profissionais” também não demonstra fragilidade. Anuidade, regularização, Programa Valoriza, atribuições profissionais, editais, boas práticas e newsletter pertencem ao mesmo campo de relacionamento: valorização, orientação e engajamento dos profissionais registrados e em formação. Agrupar assuntos correlatos em uma frente editorial comum é método legítimo de organização, não erro de planejamento.

“10. Tudo começa aqui para os bons profissionais. Dinâmica: comunicação de iniciativas de valorização profissional, incluindo regularização de recém-formados, stories sobre anuidade (Peça 9), Programa Valoriza na Newsletter Tudo Começa Aqui (Peça 10), 1 projeto editorial, organizado como projeto da Newsletter Tudo Começa Aqui e séries de conteúdo sobre Programa Valoriza, anuidade, regularização, atribuições profissionais, editais e boas práticas. Finalidade: fortalecer a relação do Confea com os profissionais. Público-alvo: interno, profissionais, entidades, estudantes e instituições de ensino. Funções táticas: ampliar engajamento, orientar sobre anuidade e obrigações, valorizar o exercício profissional e sustentar presença digital contínua.”

81. Também não procede a alegação de ausência de abordagem diferenciada por público. A Solução da Vertex organiza ações com públicos-alvo, finalidades e funções táticas próprias. Algumas ações alcançam mais de um público porque o objeto é institucional e sistêmico. Em comunicação pública, uma mesma ação pode dialogar simultaneamente com sociedade, imprensa, gestores, profissionais, estudantes e entidades, desde que a peça ou o material tenha função comunicacional coerente, como ocorre na proposta da Vertex.

82. A exigência de segmentação não pode ser convertida em obrigação de criar uma ação autônoma, exclusiva e estanque para cada público. O Anexo III do Termo de Referência exigiu alinhamento das ações e materiais com a estratégia proposta, pertinência com a natureza do contratante e com o desafio do briefing, adequação ao perfil dos públicos, funcionalidade e exequibilidade. Não exigiu compartimentalização absoluta dos públicos, nem vedou ações transversais.

83. A crítica relativa ao Social SAC também é insuficiente. A Vertex identificou, no diagnóstico, problemas de diálogo digital, moderação, resposta e prestação de serviço nas redes. Na Solução, propôs relacionamento com públicos digitais, produção de conteúdos adaptados às plataformas, desdobramentos digitais das principais ações, organização de bancos de mídia, conteúdos verticais, cards, stories e pílulas informativas. A Apex pode

entender que seria desejável um protocolo operacional específico de Social SAC, mas isso não significa que a Solução tenha deixado de responder ao problema de presença digital e relacionamento.

84. Quanto ao podcast, a Apex parte de leitura excessivamente literal e restritiva. A Peça 7, "Podcast Start Confea", foi apresentada como exemplo de ação em áudio para tratar de inovação, carreira, engenharia, agronomia e geociências, aproximando o Confea de jovens profissionais, estudantes e especialistas. O fato de o orçamento indicar uma unidade não descaracteriza, por si só, a pertinência da peça exemplificativa, sobretudo porque a proposta articula o podcast com a ação territorial, o Infra-BR, os conteúdos digitais e a estratégia de aproximação com públicos técnicos e formadores de opinião.

85. A Apex também não tem razão ao alegar indefinição do volume de conteúdo digital. A proposta indica que o relacionamento com públicos digitais contempla seis conteúdos multimídia para relacionamento em ambientes digitais, organizados como carrosséis, cortes de vídeo, pílulas informativas, cards animados, stories, conteúdos verticais e desdobramentos digitais das principais ações, conforme pautas do dia. A expressão não revela omissão, mas descreve pacote de produção digital integrado, adaptável às plataformas e às oportunidades de agenda.

"6. Relacionamento com públicos digitais. Dinâmica: planejamento e produção de conteúdos para ambientes digitais, com 1 planejamento de relacionamento com públicos influenciadores, o convite de imprensa para lançar o Infra-BR (peça 2), 6 conteúdos multimídia para relacionamento em ambientes digitais (pois estamos tratando de seis meses de campanha), organizados como carrosséis, cortes de vídeo a partir dos vídeos release, pílulas informativas diárias, cards animados por semana, stories diários, conteúdos verticais e desdobramentos digitais das principais ações conforme pautas do dia, e 6 bancos de mídias."

86. A alegação ao relacionamento com gestores públicos também deve ser afastada. Produzir conteúdo para gestores, divulgar o Infra-BR, apoiar o debate técnico nos territórios e estruturar materiais de imprensa e de comunicação digital são formas legítimas de relacionamento institucional. A Apex tenta reduzir a ação a "produção de conteúdo", mas a proposta da Vertex articula conteúdo, imprensa, dados, territórios, Creas, gestores, entidades, estudantes e profissionais, com finalidade de ampliar a conexão do Confea com públicos nos territórios.

87. Quanto às supostas inconsistências entre peças e produtos, o recurso novamente tenta converter escolhas de enquadramento orçamentário em vício técnico. A correspondência entre peça, ação e produto não precisa ser nominalmente idêntica em todos os pontos, desde que seja possível compreender a função da entrega e sua vinculação à solução proposta. Em planos integrados, textos, conteúdos digitais, vídeos, infográficos, bancos de mídia, atendimento à imprensa e contatos proativos podem sustentar mais de uma ação.

88. A indicação de que determinado produto já foi orçado não revela omissão. Revela racionalidade orçamentária. Se uma entrega ou produto técnico já foi contemplado em rubrica anterior, a repetição da cobrança em outra ação poderia gerar duplicidade de custos. A Apex, ao tratar a ausência de dupla contagem como se fosse ausência de orçamento, inverte a lógica da economicidade e da otimização de recursos.

89. A crítica à newsletter também não procede. A Vertex previu a Newsletter Tudo Começa Aqui como canal editorial de relacionamento com profissionais e públicos do Sistema, vinculada ao projeto editorial e às séries de conteúdo sobre Programa Valoriza, anuidade, regularização, atribuições profissionais, editais e boas práticas. A Recorrente desconsidera que a publicação integra estratégia mais ampla de conteúdo digital e relacionamento, não entrega isolada.

90. Além disso, deve ser repelida a tentativa da Apex de apresentar, ao final do item, uma “nota tecnicamente adequada”, reduzindo a média da Vertex de 22,8 para 17,0. Esse expediente não tem respaldo no Edital. A licitante Recorrente não é instância avaliadora da proposta vencedora, nem pode substituir, por tabela própria, o juízo técnico da Subcomissão. O recurso pode apontar vício, erro material ou descumprimento editalício, mas não autoriza a Recorrente a refazer a pontuação de cada avaliador como se sua leitura interessada tivesse autoridade superior à avaliação colegiada.

91. A expressão “nota tecnicamente adequada” tenta revestir de objetividade uma avaliação unilateral. A Apex não demonstra critério editalício que justifique a redução proposta. Apenas recalcula a nota conforme sua conveniência recursal, criando um julgamento paralelo sem base objetiva nos documentos do certame.

92. Em sentido inverso, a própria Solução da Apex apresenta fragilidades relevantes. Sua execução concentra-se em expedição, roadshow, websérie, workshops híbridos,

experiências imersivas, realidade estendida, releases interativos, infográficos interativos, vídeos-reportagens, podcasts, newsletters, página exclusiva no site, canal de WhatsApp, collabs e relacionamento com influenciadores. A amplitude é muito maior e operacionalmente mais onerosa do que aquela que a Apex critica na Vertex.

93. A própria Subcomissão registrou que a solução da Apex apresenta possível superdimensionamento operacional, especialmente pelo relacionamento com até mil jornalistas, influenciadores e formadores de opinião sem detalhamento suficiente de priorização, exequibilidade e efetividade estratégica. Também apontou que a solução mantém foco em proposta com potencial de gerar problemas, em razão da lógica de municípios-modelo, roadshow, expedição e websérie.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA					
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA					
LICITANTE 2					
Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	4,0	4,8	4,8	4,5	Não se limitou a compreender as características e desafios de comunicação do Confea apenas pelo briefing. Indo além e pesquisando as redes sociais e site do Confea, bem como a presença do conselho na mídia. A partir disso, demonstrou boa precisão na análise das características e especificidades do Confea. Identificou bem as necessidades de comunicação da instituição.
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	17,0	18,3	17,8	17,7	Recomendações foram adequadas e pertinentes. Embora tenha identificado bem as necessidades de comunicação da instituição, não foi capaz de enxergar que alguns impactos políticos indesejáveis poderiam advir da estratégia proposta de selecionar "municípios-modelo" para uma nova websérie. Lembrar de uns e deixar de lado outros seria problemático, ainda mais se tratando de municípios grandes. A estratégia apresenta forte apelo criativo e integração entre canais, porém demonstra concentração excessiva em ações como roadshow, expedições e websérie, aproximando a proposta de uma lógica de campanha promocional em detrimento de um raciocínio voltado a comunicação institucional pública.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	21,0	24,0	22,6	22,5	A solução é ampla e criativa, mas apresenta pontos de possível superdimensionamento operacional. Destaca-se a proposta de relacionamento com até mil jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, sem detalhamento suficiente sobre critérios de priorização, exequibilidade e efetividade estratégica dessa atuação. Isso pode indicar excesso de amplitude e dispersão de esforços. Essa solução desdobra a Estratégia de Comunicação Institucional mantendo o foco numa proposta com potencial de gerar problemas.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	12,0	14,0	14,6	13,5	Cronograma adequado, bem pensado dentro do que já foi proposto na Solução de Comunicação Institucional. Considera um período já passado, mas entendemos ser isso irrelevante. A escolha dos itens é coerente, mas a distribuição dos investimentos está mal priorizada, nos termos já expostos nos conceitos dos subquestões anteriores.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESITO 1 =			58,3	

94. Há, ainda, excesso de dependência de terceiros e circunstâncias externas. A Solução da Apex depende de adesão de Creas, municípios, gestores, universidades, especialistas, influenciadores, jornalistas, participantes dos workshops, personagens das cidades-modelo e atores locais. Essa engrenagem amplia a complexidade de execução e torna contraditória a tentativa da Recorrente de apontar, na Vertex, suposta dispersão ou falta de especificidade.

95. Diante disso, deve ser rejeitado o pedido de redução da nota da Vertex no Subquestão III - Solução de Comunicação Institucional. A proposta vencedora apresentou solução ampla, estruturada, integrada ao Plano de Implementação e compatível com a estratégia proposta, com ações, materiais, públicos-alvo e funções táticas suficientemente definidos. As ressalvas identificadas pela Subcomissão já foram consideradas na

pontuação, e as críticas da Apex não demonstram vício objetivo, omissão essencial ou violação ao Edital.

D) SUBQUESTO 4 - PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO

96. Também deve ser rejeitado o pedido da Apex de redução da nota da Vertex no Subquesto IV - Plano de Implementação. A Recorrente sustenta que a justificativa da Subcomissão teria se limitado à organização formal do cronograma e que a proposta da Vertex apresentaria prazos incompatíveis, dependências lógicas ignoradas, insuficiência nos treinamentos, inconsistências de correspondência entre peças e produtos e comprometimento excessivo da verba referencial.

97. A alegação não procede. A própria Subcomissão Técnica registrou que o Plano de Implementação da Vertex apresenta cronograma detalhado, divisão por etapas, boa distribuição das atividades ao longo da execução contratual e integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, campanhas temáticas e monitoramento. Portanto, não se trata de avaliação meramente formal, mas de reconhecimento da coerência entre Solução de Comunicação Institucional, cronograma e orçamento.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA					
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA					
LICITANTE 7					
Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquesto I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	5,0	4,8	4,9	4,9	O licitante apresenta diagnóstico aprofundado e bem fundamentado, utilizando análise de mídia, redes sociais, Google Trends e Reclame Aqui para contextualizar os desafios de comunicação do Confea. Há boa compreensão da estrutura do Sistema Confea/Crea e da necessidade de ampliar a percepção pública sobre sua relevância social. Citou errada campanha do Confea, se referindo a ela como "Brasil não conhece o Brasil", quando seria "O Brasil que o Brasil não conhece".
Subquesto II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,0	18,2	18,1	Estratégia é consistente e demonstra boa articulação entre comunicação institucional, imprensa, mídias digitais e relacionamento com públicos estratégicos. Contudo, subdimensiona a atenção necessária para os públicos "Profissionais" e "Sociedade", priorizando demais o público "Poder Público". O conceito central consegue traduzir a atuação do Sistema para benefícios concretos percebidos pela sociedade, especialmente nas áreas de infraestrutura, segurança e qualidade de vida.
Subquesto III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,5	23,0	22,8	22,8	Solução de Comunicação Institucional e Plano de Implementação bem integrados. Da continuidade a estratégia que prioriza o diálogo com o Poder Público e devida da atenção à Sociedade e Profissionais. A solução é ampla e bem estruturada, contemplando assessoria de imprensa, media training, monitoramento, gestão de crise, relacionamento institucional, conteúdos digitais, podcasts, vídeos, newsletters e campanhas temáticas.
Subquesto IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	13,5	14,0	14,0	13,8	O plano apresenta cronograma detalhado, divisão por etapas e boa distribuição das atividades ao longo da execução contratual. Há integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, campanhas temáticas e monitoramento.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESTO 1 =				59,6

98. A Apex procura converter a organização do cronograma da Vertex em suposta inexecutabilidade, mas parte de premissa equivocada. O Plano de Implementação foi estruturado por fases, com produção, implementação, manutenção e conclusão, justamente para demonstrar a sequência lógica das ações, sua integração com a Solução de Comunicação e sua correspondência com o orçamento. A existência de atividades iniciais concentradas no primeiro mês não significa execução integral e simultânea de todas

as entregas, mas estruturação do ciclo de trabalho que será mantido, ajustado e desdobrado ao longo da execução.

99. Em projetos de comunicação institucional, é natural que o início da execução concentre providências de organização, alinhamento, definição de identidade, estruturação de fluxos, preparação de materiais, ativação de rotinas, levantamento de insumos e implementação das primeiras frentes. Essa dinâmica não compromete a exequibilidade do plano. Ao contrário, demonstra planejamento prévio para que as ações posteriores tenham base organizada e continuidade operacional.

100. A Apex sustenta que determinadas entregas de alta complexidade não poderiam ser previstas no primeiro mês. Contudo, os prazos constantes do catálogo não impedem planejamento integrado, desenvolvimento concomitante de insumos, aproveitamento de informações já levantadas no Raciocínio Básico e consolidação progressiva das entregas ao longo da execução. A Recorrente trata prazos referenciais e níveis de complexidade como barreiras automáticas, sem demonstrar incompatibilidade concreta, ausência de equipe, impossibilidade técnica ou violação expressa ao Edital.

101. A mesma lógica se aplica aos treinamentos e aos instrumentos de crise. A proposta da Vertex não se comprometeu a treinar todo o Sistema Confea/Crea, mas a preparar porta-vozes estratégicos, em níveis distintos de complexidade, com apoio de media training, treinamento em situação de crise, manual, comitê e fluxogramas. A Apex amplia artificialmente o universo de participantes para, depois, afirmar que o quantitativo seria insuficiente. Essa construção não evidencia vício da proposta; apenas revela discordância sobre a forma de dimensionamento adotada.

102. Também não há irregularidade na indicação de itens já orçados. A Apex tenta tratar como omissão aquilo que, na verdade, corresponde à racionalidade orçamentária e à prevenção de dupla contagem. O Edital exige que as ações estejam contempladas no cronograma e no orçamento, mas não obriga que cada desdobramento tático tenha linha exclusiva, estanque e nominalmente idêntica. Em comunicação institucional integrada, o mesmo produto pode sustentar mais de uma ação, desde que sua função esteja clara e sua alocação orçamentária seja identificável.

103. A alegação ao uso quase integral da verba referencial também é contraditória. Não há irregularidade em estruturar solução compatível com a verba disponibilizada, desde que

haja coerência entre escopo, ações, cronograma e orçamento, como reconhecido pela Subcomissão. A Recorrente tenta converter o uso eficiente do orçamento em fragilidade, mas não demonstra que a Vertex tenha previsto entrega sem cobertura financeira, subdimensionado etapa essencial ou criado obrigação inexecutável.

104. A pretensão da Apex fica ainda mais frágil quando se observa seu próprio Plano de Implementação. A proposta da Recorrente foi estruturada para execução entre janeiro e junho de 2026, com ações, datas, lançamentos, workshops, gravações e deslocamentos em período anterior ao julgamento e à futura contratação. Além disso, depende de expedição, roadshow, cinco workshops híbridos, participação de Creas, universidades, influenciadores, parceiros regionais, equipamentos de realidade virtual, gravações em cidades-modelo e intensa produção transmídia.

105. Trata-se de operação mais carregada, mais dependente de fatores externos e sujeita a riscos de agenda, logística, autorização, adesão e governança. Assim, a Apex acusa a Vertex de inexecutabilidade, mas apresenta plano de execução mais complexo e temporalmente mais problemático. Se aplicado o rigor pretendido pela Recorrente, sua própria proposta enfrentaria questionamentos mais severos, especialmente em razão do superdimensionamento operacional, da concentração em roadshow e websérie, da escolha sensível de municípios-modelo e da execução prevista em período já ultrapassado.

106. Mais uma vez, chama atenção o expediente utilizado pela Apex ao final do tópico. A Recorrente não apenas pede revisão da nota, mas refaz a pontuação da Subcomissão, atribuindo a si mesma a autoridade de indicar a suposta "nota tecnicamente adequada" para cada avaliador. Esse procedimento é inadequado. O recurso administrativo não autoriza a licitante derrotada a substituir o juízo técnico da Subcomissão por uma tabela própria, construída segundo seus interesses recursais.

107. A expressão "nota tecnicamente adequada" tenta revestir de objetividade uma avaliação unilateral. A Apex não demonstra critério editalício que justifique a redução proposta; apenas recalcula a nota conforme sua conveniência recursal. A Comissão deve rejeitar essa tentativa de transformar o recurso em julgamento paralelo, sem respaldo no Edital e sem autoridade técnica superior à avaliação colegiada regularmente realizada.

108. Diante disso, deve ser rejeitado o pedido de redução da nota da Vertex no Subquestito IV – Plano de Implementação, mantendo-se hígida a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica.

E) QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

109. No que concerne ao Quesito 3, Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, a Apex propõe comparação seletiva com a proposta da Vertex. A Recorrente isola a ressalva feita pela Subcomissão quanto ao primeiro relato da Vertex, no sentido de que os impactos da empreitada se limitaram ao curto prazo, e tenta transformar esse registro em fundamento suficiente para equiparar sua própria nota à pontuação da proposta vencedora.

110. A ressalva, porém, não foi ignorada pela banca; foi expressamente considerada e ponderada no conjunto dos dois relatos apresentados, resultando em avaliação global amplamente positiva.

111. A Subcomissão reconheceu que o primeiro relato demonstrou planejamento estratégico prévio e acertado em desafio complexo e permeado por questões políticas, com ações executadas com qualidade e resultados exitosos, e que o segundo relato tratou de demanda igualmente complexa de transformação da comunicação interna da Caixa Econômica Federal, a partir de diagnóstico acurado, ações consistentes e encadeamento lógico bem construído.

112. A Apex parte de raciocínio equivocado ao sugerir que impacto de curto prazo equivaleria a baixa relevância ou insuficiência técnica. O primeiro relato da Vertex tratou do lançamento do programa Gás do Povo em ambiente político sensível, com histórico de resistência, questionamentos ao modelo de financiamento, necessidade de articulação interinstitucional e preparação de autoridades para o esclarecimento público de uma política social de grande alcance.

113. A atuação descrita não se resumiu à execução ordinária de assessoria de imprensa; compreendeu antecipação de dúvidas, prevenção de ruídos, construção de perguntas e respostas, articulação com veículos e influenciadores e sustentação de mensagens sobre combate à pobreza energética e segurança no uso do GLP.

114. A afirmação de que o cenário político já estaria estabilizado não afasta essa complexidade, pois o próprio relato demonstra que a estabilização foi precedida por ruídos e entraves que demandaram atuação comunicacional planejada.

115. Tampouco procede o argumento de que a presença de autoridades e a relevância do programa garantiriam visibilidade de qualquer forma, porquanto visibilidade não se confunde com narrativa controlada, clareza pública, aderência das mensagens ou prevenção de ruídos, que são precisamente os atributos que o relato buscou evidenciar.

116. Quanto ao segundo relato, a Apex novamente reduz resultados consistentes a alegações sobre ausência de indicadores anteriores, pesquisa com empregados e detalhamento metodológico. A proposta da Vertex demonstrou diagnóstico qualitativo claro sobre um modelo de comunicação interna verticalizado, burocrático e pouco dialógico, e apresentou resultados mensuráveis e expressivos: 282 conteúdos publicados, alcance de 95% do público da rede, mais de 11 milhões de visualizações, 43 mil interações e cerca de 4 mil comentários em uma instituição com aproximadamente 87 mil empregados.

117. A Recorrente adota raciocínio aritmético inadequado ao comparar interações com visualizações como se medissem o mesmo comportamento, quando visualização mede alcance acumulado e interação exige ação ativa do usuário, sendo que em rede corporativa historicamente formal, alcançar esse volume de engajamento é sinal inequívoco de adesão e participação.

118. A alegação de que as peças apresentadas teriam mera disponibilidade potencial igualmente não procede, pois integravam ecossistema editorial de 282 conteúdos com regularidade, linguagem acessível e formatos variados, devendo seu desempenho ser apreciado dentro desse conjunto.

119. Deve ser preservada, portanto, a nota de 14,9 atribuída à Vertex no Quesito 3.

F) NECESSÁRIA MANUTENÇÃO DA NOTA ATRIBUÍDA À APEX

120. O mesmo déficit argumentativo aparece quando a Apex pleiteia a majoração de sua própria pontuação no Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional. A Recorrente pretende elevar sua nota total de 58,3 para 63,5 pontos, mediante majoração do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Institucional, da Solução de Comunicação Institucional e do Plano de Implementação.

121. A pretensão parte da mesma premissa artificial já enfrentada no tópico anterior: a Apex seleciona expressões positivas constantes das justificativas da Subcomissão, aproxima-as das justificativas atribuídas a outras licitantes e conclui, a partir dessa comparação parcial, que deveria receber pontuação superior. Esse raciocínio, contudo, ignora que o julgamento técnico não se dá por equivalência vocabular, mas pelo grau de adequação global da proposta aos critérios editalícios.

122. O fato de determinada justificativa conter expressões como “adequado”, “bem pensado”, “coerente” ou “pertinente” não conduz, automaticamente, à nota máxima ou à equiparação com propostas mais bem avaliadas. As justificativas da Subcomissão devem ser lidas em conjunto com a proposta apresentada, com as ressalvas registradas, com os critérios de cada subquesto e com a comparação direta entre as licitantes. A Apex tenta isolar elogios e neutralizar ressalvas, mas essa leitura não corresponde à lógica do julgamento.

123. No Raciocínio Básico, a Recorrente pretende transformar a ausência de ressalva expressa na justificativa em direito automático à nota máxima. Ocorre que a pontuação técnica não exige que cada desconto seja acompanhado de uma lista exaustiva de defeitos. Basta que a nota reflita o grau de adequação reconhecido pela Subcomissão, dentro da margem técnica própria do certame. A Apex não demonstra erro material, contradição objetiva ou descumprimento do Edital; apenas sustenta que merecia avaliação superior.

124. Na Estratégia de Comunicação Institucional e na Solução de Comunicação Institucional, a tentativa de majoração é ainda menos consistente. Como já demonstrado, a proposta da Apex apresentava fragilidades relevantes: concentração em roadshow, expedição e websérie, seleção sensível de municípios-modelo, risco de superdimensionamento operacional, dependência de Creas, universidades, gestores, influenciadores, jornalistas e atores locais, além de multiplicidade de frentes sem detalhamento proporcional de governança, priorização e exequibilidade.

125. Essas fragilidades foram percebidas pela Subcomissão e justificam a pontuação atribuída. A Recorrente pode discordar da intensidade dos descontos, mas não demonstra que sua proposta tenha alcançado grau de adequação superior ao reconhecido pela banca. A mera alegação de que sua estratégia seria regionalizada, integrada ou tecnicamente robusta não basta para substituir o juízo comparativo da Subcomissão.

126. No Plano de Implementação, a Apex novamente pretende majorar sua nota com base em leitura isolada de expressões positivas da avaliação. Contudo, sua própria proposta apresentava carga operacional elevada, múltiplas entregas simultâneas, dependência de terceiros, ações em diferentes localidades, workshops, gravações, deslocamentos, realidade estendida, conteúdos transmídia e cronograma com fragilidades temporais. A nota atribuída reflete essa ponderação técnica e não pode ser revista apenas porque a Recorrente reputa seu próprio plano mais adequado.

127. Também deve ser repelida a tentativa da Apex de refazer a pontuação individual de cada integrante da Subcomissão. O recurso administrativo não transforma a licitante Recorrente em instância revisora da banca técnica, nem autoriza a substituição do julgamento colegiado por tabelas particulares de “nota requerida”. A Recorrente não demonstra critério editalício objetivo que imponha as majorações pretendidas; apenas apresenta uma nova grade de pontuação construída segundo seu interesse recursal.

128. A expressão “nota requerida”, nesse contexto, não revela vício do julgamento, mas inconformismo com o resultado. Para que a majoração fosse possível, seria necessário demonstrar que a nota atribuída à Apex é incompatível com o conteúdo efetivamente apresentado, com os critérios editalícios e com a comparação direta entre as propostas. O recurso não faz essa demonstração.

129. Assim, deve ser rejeitado o pedido de majoração da nota da Apex no Quesito 1. A Recorrente não comprovou erro material, omissão relevante, contradição objetiva ou violação ao Edital. Limitou-se a sustentar que sua proposta mereceria pontuação mais elevada, com base em leitura própria e autointeressada do julgamento técnico, o que não autoriza a revisão pretendida.

130. Também não merece acolhimento o pedido da Apex de majoração de sua nota no Quesito 3 - Relatos de Soluções de Comunicação Institucional. A Recorrente pretende elevar sua média de 14,2 para 14,9 pontos, valendo-se, entre outros fundamentos, de comparação direta com a nota atribuída à Vertex, que recebeu média 14,9 no mesmo quesito.

131. O pedido, contudo, não encontra respaldo na avaliação técnica realizada pela Subcomissão. A nota atribuída à Apex no Quesito 3 encontra suporte na própria justificativa

de julgamento, que registrou que seus dois relatos abordavam desafios triviais ou de complexidade moderada; apontou, no primeiro relato, uma empreitada elementar, com planejamento e ações elementares; e, no segundo, identificou erros introdutórios relevantes sobre o Crea-BA, inclusive referência equivocada à criação do Conselho, à fiscalização de técnicos e à denominação do Confea.

CONCORRÊNCIA Nº 90061/2026 - CONFEA
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - IDENTIFICADA

Apex Comunicação Estratégica Ltda.

Questão 3: Relatos de Soluções de Comunicação Institucional (máximo 16 pontos)				Pontos	Justificativa
Notas da Subcomissão Técnica	Fernanda	Claudia	João	Média	
Total Questão 3 =	14,8	14,5	13,4	14,2	Dois relatos abordando desafios triviais. No primeiro, uma empreitada elementar que demandou um planejamento estratégico elementar e ações elementares. Os resultados foram expressivos e daí entende-se que as ações foram bem executadas, mas poderiam ter sido melhor demonstradas. O segundo relato é sobre o Crea-BA, logo, tratou de desafios de comunicação conhecidos pelos membros da Subcomissão. Começa apresentando um contexto. Em um parágrafo, três erros que demonstram grande desconhecimento ou desatenção. Diz-se que o Crea-BA foi criado em 1934 por uma Lei de 1966. Afirma-se que o Crea-BA fiscaliza o exercício profissional de técnicos das áreas de engenharia, agronomia e geociências, quando já há algum tempo apenas os técnicos em segurança do trabalho são regulados pelo Sistema Confea/Crea. Por último, o Confea é citado como "Conselho Nacional de Engenharia e Agronomia". O desafio relatado é de moderada complexidade. O planejamento estratégico e ações dele derivadas são de pouca criatividade. O problema foi bem enfrentado, com resultados relevantes. Mas a explanação narra um desafio singular e uma atuação que não precisou ser brilhante para trazer os resultados almejados.

132. Portanto, a pontuação atribuída à Apex não decorre de tratamento desigual, mas da avaliação comparativa dos relatos efetivamente apresentados. A Recorrente teve seus casos reconhecidos como menos complexos e com impropriedades objetivas relevantes, especialmente no relato do Crea-BA, circunstância que justifica a manutenção da média atribuída pela Subcomissão.

133. Não cabe à Recorrente transformar sua discordância com a nota em direito à equiparação. Para majorar sua pontuação, seria necessário demonstrar que os relatos da Apex alcançaram grau de adequação superior ao reconhecido pela Subcomissão e que a nota atribuída se tornou objetivamente incompatível com os critérios de julgamento. O recurso não faz essa demonstração. Limita-se a destacar indicadores próprios, relativizar as impropriedades apontadas pela Subcomissão e usar a nota da Vertex como argumento de comparação.

134. Diante disso, deve ser rejeitado o pedido de majoração da nota da Apex no Quesito 3, mantendo-se a pontuação de 14,2 atribuída pela Subcomissão Técnica. A comparação com a Vertex, por sua vez, também não autoriza qualquer revisão, pois a nota atribuída à proposta vencedora possui fundamento próprio, coerente e proporcional, como se demonstrará a seguir.

IV. RAZÕES PARA O IMPROVIMENTO DO RECURSO INTERPOSTO PELA CDN

135. O recurso interposto pela CDN tampouco merece provimento. Diferentemente da Apex, a CDN concentra sua insurgência no Subquesito IV - Plano de Implementação, sustentando que a proposta da Vertex apresentaria inconsistência entre as ações previstas na Solução de Comunicação Institucional, o cronograma de execução e a respectiva composição orçamentária.

136. Em síntese, a Recorrente afirma que a proposta da Vertex não permitiria comprovar a efetiva correspondência entre todas as ações indicadas na Solução de Comunicação Institucional e os produtos, quantitativos e valores lançados no orçamento. A partir de memória de cálculo própria, sustenta haver divergência de R\$ 962.560,30 entre o valor global do Plano de Implementação e os itens que entendeu como "efetivamente identificáveis".

137. A CDN também alega que haveria concentração excessiva das atividades de desenvolvimento, produção e implementação das principais ações estratégicas no mês inicial de execução, especialmente em junho de 2026, o que, segundo sua leitura, comprometeria a consistência do Plano de Implementação.

138. Nenhuma dessas teses procede. O recurso parte de premissa equivocada sobre a forma de apresentação do Plano de Implementação, confunde orçamento por blocos funcionais com ausência de rastreabilidade, ignora a lógica integrada dos produtos e serviços essenciais de comunicação institucional e pretende impor à proposta da Vertex um nível de fragmentação orçamentária que não foi exigido pelo Edital.

A) NECESSÁRIA MANUTENÇÃO DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA À VERTEX

139. A alegação central da CDN é a de que haveria inconsistência estrutural entre a Solução de Comunicação Institucional da Vertex e o respectivo Plano de Implementação. Segundo a Recorrente, não seria possível comprovar, a partir dos elementos apresentados, que todas as ações integrantes da solução estariam efetivamente refletidas no cronograma e no orçamento.

140. A tese não procede. O Anexo III do Termo de Referência exige que as ações e/ou materiais de comunicação institucional estejam contemplados no Plano de Implementação,

tanto no cronograma quanto no orçamento. Essa exigência, contudo, não impõe que cada ação estratégica, cada frente narrativa, cada desdobramento editorial ou cada reaproveitamento tático receba linha orçamentária própria, isolada e nominalmente idêntica à denominação utilizada na Solução de Comunicação Institucional.

“1.3.4.2 Todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.”

141. Como se vê, o comando editalício exige correspondência, cronograma e orçamento. Não exige duplicação formal de rubricas, decomposição individualizada de todo reaproveitamento de conteúdo, nem fragmentação artificial de custos por cada aplicação tática. A leitura proposta pela CDN acrescenta ao Edital obrigação que não foi prevista no instrumento convocatório.

142. A proposta da Vertex adotou estrutura coerente com a natureza integrada da comunicação institucional. As ações funcionam como agrupadores estratégicos da execução, enquanto os produtos e serviços previstos no orçamento correspondem aos instrumentos técnicos necessários à realização dessas ações. Essa arquitetura permite identificar as frentes de atuação, os públicos, os períodos de execução e os produtos que sustentarão a implementação técnica.

143. O orçamento da Vertex evidencia essa lógica. No bloco “Monitoramento e Análise”, por exemplo, uma mesma ação estruturante reúne diferentes produtos técnicos correlatos, cada qual com métrica, quantidade e valor próprios. Isso demonstra que a correspondência entre ação e orçamento pode ocorrer por blocos funcionais, sem exigir rubrica isolada para cada desdobramento da estratégia.

Item		Descrição	Unidade	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)	% do Total
2. Monitoramento e Análise	4.1	Auditoria de Imagem	N/A	1	R\$ 33.654,09	R\$ 33.654,09	5,78%
	4.2	Análise de imprensa em seus canais (Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias)	Baixa, Nacional e Regional	182	R\$ 1.182,70	R\$ 215.251,40	6,16%
	4.3	Clipeing Nacional, Jornais, Revistas e Portais de Notícias	N/A	182	R\$ 334,89	R\$ 60.849,98	1,74%
	4.4	Clipeing Nacional - TV	N/A	182	R\$ 541,30	R\$ 98.516,60	2,82%
	4.5	Clipeing Nacional - Rádio	N/A	182	R\$ 390,30	R\$ 71.045,52	2,03%

144. Em comunicação institucional integrada, uma mesma apuração pode gerar texto, pauta para imprensa, conteúdo digital, vídeo, material de apoio, publicação em rede social e insumo para porta-voz. Do mesmo modo, uma mesma frente de relacionamento pode atender simultaneamente imprensa, influenciadores, públicos profissionais, gestores

públicos e sociedade. Essa transversalidade não reduz a rastreabilidade; ao contrário, reflete a forma técnica adequada de execução de planos de comunicação integrados.

145. Exigir orçamento autônomo para cada reaproveitamento tático de produtos já contemplados significaria induzir dupla contagem, inflar artificialmente o valor da proposta e punir justamente a eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos, critérios diretamente relacionados à avaliação do Plano de Implementação.

146. Também não se sustenta a alegada divergência orçamentária de R\$ 962.560,30. A memória de cálculo apresentada pela CDN é unilateral e parte de premissa metodológica própria: desconsidera itens agrupados, produtos transversais, rubricas já alocadas e entregas que servem simultaneamente a mais de uma ação. A diferença indicada no recurso não decorre de omissão da proposta da Vertex, mas da forma como a própria CDN decidiu recalcular a proposta concorrente.

147. A título exemplificativo, o orçamento da Vertex demonstra de forma clara a lógica adotada para evitar duplicidade de custos. No item 6, foi orçado o produto 7.2, "Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais", com seis unidades, valor unitário definido e valor total de R\$ 330.143,40. Esse é o bloco orçamentário destinado a custear a produção de conteúdos multimídia da estratégia.

6. Relacionamento com públicos digitais	7.2	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais. Inclui o conteúdo de imprensa para lançar o Infra-DR (peça 2).	Alta	6	R\$ 55.023,90	R\$ 330.143,40	9,44%
---	-----	---	------	---	---------------	----------------	-------

148. Na sequência, ao tratar do item 7, "Lançamento do conceito Tudo começa aqui", a planilha volta a mencionar o produto 7.2, mas registra expressamente que esse conteúdo multimídia já estava "orçado no item 6". Ou seja, a proposta não deixou de prever orçamento para a entrega. Apenas indicou que o custo correspondente já havia sido alocado anteriormente, no bloco funcional adequado.

7. Lançamento do conceito "Tudo começa aqui"	8.1	Projeto Gráfico	Alta	1	R\$ 16.049,66	R\$ 16.049,66	0,46%
	5.4	Reportagem em Vídeo (Video Release)	Média	1	R\$ 17.672,31	R\$ 17.672,31	0,51%
	7.2	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais. Inclui o carrossel (Peça 5)	Já orçado no item 6				0,00%

149. A mesma lógica aparece em outros pontos da planilha, como no item 10, em que determinados desdobramentos também são identificados como já contemplados em item

anterior. Isso comprova que a Vertex adotou metodologia de orçamento por agrupamento funcional, na qual produtos transversais sustentam mais de uma ação estratégica.

10. Tudo começa aqui para os bons profissionais	6,7	Projeto Editorial (Peça 10)	N/A	1	R\$ 26.062,68	R\$ 26.062,68	0,76%
	7,2	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais. Inclui a peça 9 (Stories sobre anuidade)	Já orçado no item 6				0,00%

150. Portanto, não há ausência de orçamento, falta de rastreabilidade ou omissão de custo. Há indicação objetiva de onde o produto foi originalmente orçado e de como ele sustenta desdobramentos posteriores da estratégia. Exigir que o mesmo conteúdo multimídia fosse novamente precificado em cada ação em que aparece como aplicação tática significaria cobrar duas vezes pelo mesmo produto e distorcer artificialmente a composição financeira da proposta.

151. A suposta diferença de R\$ 962.560,30 apontada pela CDN resulta, portanto, de recálculo interessado, elaborado a partir de critérios não previstos no Edital. A Recorrente substitui a lógica da proposta da Vertex por modelo próprio de decomposição orçamentária e, a partir dessa substituição, afirma existir divergência. Esse raciocínio não comprova violação editalícia; apenas revela discordância metodológica com a forma legítima de organização do Plano de Implementação.

152. A própria Subcomissão Técnica avaliou o Plano de Implementação da Vertex e reconheceu sua organização, seu detalhamento, sua divisão por etapas e sua integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, campanhas temáticas e monitoramento. Não há, no recurso da CDN, demonstração de erro material, omissão objetiva ou violação direta ao Edital que justifique a redução da nota ou a desclassificação pretendida.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA					
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA					
LICITANTE 7					
Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MEDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	5,0	4,8	4,9	4,9	O licitante apresenta diagnóstico aprofundado e bem fundamentado, utilizando análise de mídia, redes sociais, Google Trends e Reclame Aqui para contextualizar os desafios de comunicação do Confea. Há boa compreensão da estrutura do Sistema Confea/Crea e da necessidade de ampliar a percepção pública sobre sua relevância social. Citou errada campanha do Confea, se referindo a ela como "Brasil não conhece o Brasil", quando seria "O Brasil que o Brasil não conhece".
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 29 pontos)	18,0	18,0	18,2	18,1	Estratégia é consistente e demonstra boa articulação entre comunicação institucional, imprensa, mídias digitais e relacionamento com públicos estratégicos. Contudo, subdimensiona a atenção necessária para os públicos "Profissionais" e "Sociedade", priorizando demais o público "Poder Público". O conceito central consegue traduzir a atuação do Sistema para benefícios concretos percebidos pela sociedade, especialmente nas áreas de infraestrutura, segurança e qualidade de vida.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,5	23,0	22,8	22,8	Solução de Comunicação Institucional e Plano de Implementação bem integrados. Dá continuidade à estratégia que prioriza o diálogo com o Poder Público e destaca da atenção à Sociedade e Profissionais. A solução é ampla e bem estruturada, contemplando assessoria de imprensa, media training, monitoramento, gestão de crise, relacionamento institucional, conteúdos digitais, podcasts, vídeos, newsletters e campanhas temáticas.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	13,5	14,0	14,0	13,8	O plano apresenta cronograma detalhado, divisão por etapas e boa distribuição das atividades ao longo da execução contratual. Há integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, campanhas temáticas e monitoramento.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESTÃO 1 =			59,6	

153. Também deve ser afastada a alegação de concentração excessiva das ações no mês inicial de execução. A CDN sustenta que a Ação Institucional de Lançamento, a campanha "Tudo Começa Aqui" e a campanha "Novas Fronteiras da Engenharia" teriam etapas de desenvolvimento, produção e implementação concentradas simultaneamente em junho de 2026, o que comprometeria a consistência do cronograma.

154. A crítica parte de compreensão equivocada da dinâmica de implementação de planos de comunicação institucional. É natural que o início da execução concentre atividades de organização, alinhamento, estruturação de identidade, preparação de fluxos, levantamento de insumos, desenvolvimento de primeiras peças, ativação de rotinas e planejamento de frentes de comunicação. Isso não significa execução integral e simultânea de todas as entregas, mas implantação organizada do ciclo de trabalho.

155. O cronograma da Vertex foi estruturado por fases, com produção, implementação, manutenção e conclusão. A existência de atividades iniciais não torna o plano inexecutável; ao contrário, demonstra que a licitante previu etapa de arranque capaz de sustentar os desdobramentos posteriores da estratégia. A CDN tenta converter coordenação inicial em vício de execução, sem demonstrar impossibilidade técnica concreta.

156. Além disso, a proposta da Vertex não concentra toda a entrega em um único momento. O Plano de Implementação distribui ações ao longo do período de execução, com manutenção, monitoramento, relacionamento com públicos, produção de conteúdos e campanhas temáticas articuladas no tempo. A leitura da CDN seleciona o mês inicial e o apresenta como se ele esgotasse a execução do plano, o que não corresponde à estrutura efetiva da proposta.

157. Para que a alegação da CDN pudesse justificar revisão de nota, seria necessário demonstrar incompatibilidade objetiva entre prazo, produto, quantidade, equipe, complexidade e execução. O recurso não faz essa demonstração. Limita-se a afirmar que há concentração de ações e, a partir disso, presume risco de inexecutabilidade. Presunção, contudo, não basta para desconstituir avaliação técnica regularmente realizada.

158. O Plano de Implementação da Vertex foi considerado coerente pela Subcomissão exatamente porque apresentou cronograma detalhado, divisão por etapas e integração entre as frentes de execução. A CDN discorda da valoração, mas não comprova que o cronograma descumpra exigência objetiva do Edital.

159. Há, ainda, um ponto de coerência que deve ser registrado. A CDN exige da Vertex rastreabilidade quase milimétrica entre ação, peça, produto, cronograma e orçamento, mas os recortes de sua própria proposta indicam utilização de remissões genéricas, agrupamentos amplos e referências a ações sem demonstração autônoma e exaustiva da composição de cada rubrica.

160. Nos insumos analisados, a coluna "Composição da Proposta" da CDN aparece com referências genéricas a ações e períodos, sem detalhamento integral de como cada produto foi escolhido, como cada quantitativo foi calculado e de que modo os valores dialogam, individualmente, com cada entrega prometida. A Recorrente, portanto, tenta impor à Vertex padrão de decomposição que ela própria não adota com a mesma rigidez.

ANEXO II				VALORES ESTIMADOS PARA A PROPOSTA			Composição da Proposta (ações e peças)
ESTIMATIVA DE QUANTIDADES PARA CONTRATAÇÃO				Quantidade proposta	Total da proposta R\$	%	
nº	Produto/Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)				
1. Estratégia de Comunicação							
1.1	Avaliação da Percepção de Imagem						
	Complexidade	Alta	1	R\$ 80.053,76	1	R\$ 80.053,76	2,29% Ação 1.3
1.2	Mapa de Mídia e Influenciadores						
	Complexidade	Alta	3	R\$ 41.000,00	1	R\$ 41.000,00	1,17% Ação 1.5
1.3	Diagnóstico e Matriz Estratégica						
	Complexidade	Alta	1	R\$ 43.094,14	1	R\$ 43.094,14	1,23% Ação 1.4
1.4	Plano Estratégico de Comunicação Institucional	1	R\$ 53.000,00	1	R\$ 53.000,00	1,51%	Ação 1.1
1.5	Plano de Ação de Comunicação Interna	1	R\$ 65.000,00	1	R\$ 65.000,00	1,86%	Ação 1.2
2. Assessoria de Imprensa							
2.1	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação						
	Complexidade	Alta	12	R\$ 35.500,00	12	R\$ 426.000,00	12,17% Ação 3.1 (12 meses)
2.2	Contatos Proativos com Veículos de Comunicação						
	Complexidade	Alta	12	R\$ 28.229,15	8	R\$ 225.833,20	6,45% Ação 3.2 (8 meses)
3. Treinamento							

161. Esse ponto não é apresentado como pedido autônomo de revisão da nota da CDN, mas como demonstração da improcedência do critério recursal que ela pretende impor apenas à proposta vencedora. Se a lógica de agrupamento, remissão e aproveitamento transversal é incompatível com o Edital, então o rigor deveria ser aplicado de forma

isonômica. Se, ao contrário, tal lógica é compatível com planos integrados de comunicação, como efetivamente é, não há fundamento para reduzir a nota da Vertex.

162. A crítica da CDN, portanto, perde força por ausência de coerência metodológica. A Recorrente adota para si a lógica de produção integrada, mas tenta negá-la à Vertex. Usa agrupamentos e remissões em sua própria proposta, mas pretende tratar agrupamentos funcionais da Vertex como ausência de rastreabilidade. Essa assimetria confirma que o recurso não aponta vício objetivo, mas uma leitura interessada do orçamento da concorrente classificada em primeiro lugar.

163. O recurso administrativo é instrumento legítimo de controle, mas não pode ser utilizado como mecanismo de reinterpretação artificial da proposta concorrente nem como tentativa de reduzir, por via oblíqua, a nota de licitante cuja solução foi validada pela Subcomissão Técnica. A inconformidade da CDN com a diferença de pontuação não autoriza a criação de vícios inexistentes, muito menos a desconstituição de julgamento técnico regularmente realizado.

164. Assim, ante o exposto, resta demonstrado que o recurso da CDN não demonstra vício objetivo apto a justificar redução da nota ou desclassificação da proposta vencedora. O que há é tentativa de substituir a avaliação da Subcomissão por memória de cálculo unilateral, construída a partir de premissas próprias e não exigidas pelo Edital, razão pela qual deve

165. Por essas razões, deve ser mantida integralmente a pontuação atribuída à Vertex no Subquestito IV – Plano de Implementação.

B) INCONSISTÊNCIAS DA PROPOSTA APRESENTADA PELA CDN

166. A análise atenta da proposta da CDN revela, com clareza, que a Recorrente não está em posição de exigir da Vertex o rigor metodológico que ela própria não observou. Ao tentar impugnar a proposta vencedora com base em suposta falta de correspondência entre solução, cronograma e orçamento, a CDN ignora deliberada e convenientemente que sua própria proposta padece de inconsistências mais graves do que as que tenta imputar à concorrente. Passa-se a demonstrá-las.

167. A **primeira inconsistência** está na ausência de tratamento adequado para prevenção e gerenciamento de crises. O objeto da contratação envolve comunicação institucional em ambiente de exposição pública, relacionamento com imprensa, monitoramento e proteção reputacional, contexto em que a gestão de crises não é acessório, mas componente essencial de qualquer plano de comunicação consistente. A Subcomissão apontou que a CDN desprezou prevenção e gerenciamento de crises e deu pouca atenção a media training.

168. A constatação encontra respaldo no próprio orçamento da Recorrente, em que os itens relativos a Manual de Crises, Formação de Comitês de Crises, Fluxogramas, Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise e Gerenciamento de Crise aparecem sem alocação de valor. Essa é uma lacuna que compromete a robustez do Plano de Implementação e demonstra que a CDN não converteu parte relevante do catálogo técnico em resposta efetiva aos riscos comunicacionais do Confea.

6. Prevenção e Gerenciamento de Crises						
6.1 Manual de Crises						
Complexidade	Média	1	45.264,82		R\$ 0,00	0,00%
6.2 Formação de Comitês de Crises						
Complexidade	Média	3	16.000,00		R\$ 0,00	0,00%
6.3 Fluxogramas de Processo para Atuação em Crises						
Complexidade	Baixa	5	8.000,00		R\$ 0,00	0,00%
6.4 Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise						
Complexidade	Baixa	1	19.218,91		R\$ 0,00	0,00%
6.5 Gerenciamento de Crise						
Complexidade	Alta	1	86.605,96		R\$ 0,00	0,00%

169. A **segunda inconsistência** está na Peça 10, Newsletter para Profissionais Registrados e Funcionários. A CDN descreve a entrega como publicação mensal, com distribuição por e-mail e no site do Confea, configurando produto essencialmente digital. No orçamento, porém, a peça aparece vinculada ao item "Diagramação/Editoração de Publicações Impressas", com doze unidades previstas.

170. O desalinhamento entre a natureza digital da entrega anunciada e a rubrica orçamentária escolhida para custeá-la é patente, tornando-se ainda mais grave por se tratar de entrega Recorrente, prevista mensalmente ao longo de todo o contrato.

8.2	Diagramação/Editoração de Publicações Impressas						
Complexidade	Baixa	12	6.472,94	12	R\$ 77.675,28	2,22%	Peça 10 (12)

171. A **terceira inconsistência**, também relacionada à Peça 10, está na divergência de públicos entre a Solução e o cronograma. Na descrição da peça, a CDN indica como público-alvo profissionais registrados e público interno. No cronograma, a mesma newsletter passa a ter como destinatários profissionais registrados e entidades de classe. A alteração revela imprecisão de planejamento entre os documentos que compõem a proposta, exatamente o tipo de compatibilidade que a Recorrente afirma ser indispensável para o julgamento do Subquesto IV.

172. A **quarta inconsistência** está na Peça 08, descrita como "Vídeo em motion 'O que o Confea faz?'" , com linguagem audiovisual e distribuição para YouTube, TikTok e Reels. No orçamento, a peça aparece vinculada ao item "Infográfico Dinâmico e/ou Interativo". Vídeo em motion e infográfico dinâmico são produtos distintos, com processos de produção, equipe, tempo e custo diferentes.

8.5	Infográfico Dinâmico e/ou Interativo						
Complexidade	Alta	5	10.147,18	1	R\$ 10.147,18	0,29%	Peça 08

173. A **quinta inconsistência** está na distribuição de peças entre eixos estratégicos e rubricas orçamentárias. A CDN aloca determinadas entregas em um eixo na Solução e as vincula a ações ou itens de outro eixo no Plano de Implementação. Entregas de áudio e conteúdo multimídia, por exemplo, transitam entre eixo de conteúdo, eixo de intensificação e produtos de podcast sem correspondência linear ou nominal. A lógica de transversalidade que a CDN adota para si mesma é precisamente aquela que tenta desqualificar quando utilizada pela Vertex.

174. A **sexta inconsistência** decorre da relação entre ação trimestral e quantidade orçada. A CDN descreve o "Planejamento para Relacionamento com Influenciadores Digitais" como elaboração trimestral. Em um ciclo de doze meses, a lógica trimestral naturalmente remeteria a quatro entregas.

175. No orçamento, contudo, o item "Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais" aparece com cinco

unidades, distribuídas entre "Ação 4.1 (3)" e "Ação 7.2 (2)". A decomposição não é intuitiva e não corresponde de forma simples à periodicidade descrita na Solução.

176. A **sétima inconsistência** está no próprio critério de agregação adotado pela CDN. Em algumas linhas, a licitante informa que uma rubrica incorpora determinada peça; em outras, divide uma mesma peça entre rubricas distintas; em outras, vincula ações e peças de eixos diferentes a um único produto.

177. Essa forma de apresentação confirma que a CDN também trabalha com lógica transversal, compartilhada e multicanal. Portanto, não pode sustentar que a proposta da Vertex seria irregular por adotar estrutura integrada de orçamento, quando a própria CDN usa o mesmo tipo de racionalidade, porém com menor clareza e com inconsistências de enquadramento.

178. Somam-se a isso as fragilidades do cronograma. A CDN organiza operação de alta densidade, com múltiplas linhas de conteúdo, imprensa, monitoramento, influenciadores, vídeos, podcasts, newsletters, banco de conteúdos, banco de imagens e ativações operando simultaneamente.

179. A própria Subcomissão apontou elevada densidade operacional e dependência de produção contínua, com aumento da complexidade de execução. O cronograma, apresentado de forma gráfica e condensada, não demonstra, de modo proporcional, como a CDN executaria, controlaria e validaria todas essas entregas paralelas, lacuna que a Recorrente não endereça em lugar algum de sua proposta.

180. Diante do exposto, o recurso da CDN deve ser integralmente desprovido. A Recorrente não demonstra erro concreto e objetivo no julgamento técnico da Vertex, tampouco incompatibilidade entre a proposta vencedora e o instrumento convocatório.

181. Com efeito, o que apresenta é planilha unilateral de cálculo e discordância metodológica com a forma de organização orçamentária adotada pela Vertex, insurgência que, como assentado, situa-se fora do perímetro de revisão admitido pelo regime do julgamento apócrifo.

182. Importa registrar, por fim, que se houvesse espaço para revisão de pontuação neste certame, as sete inconsistências aqui demonstradas, que recaem sobre a própria proposta da CDN, seriam fundamento muito mais robusto para essa reavaliação do que qualquer das alegações dirigidas à Vertex. O critério que a Recorrente pretende impor à concorrente

vencedora, aplicado com o mesmo rigor à sua própria proposta, conduz a conclusão inversa à que o recurso postula.

V. RAZÕES PARA O IMPROVIMENTO DO RECURSO INTERPOSTO PELA CDI

183. O recurso interposto pela CDI também deve ser integralmente desprovido. A Recorrente estrutura sua insurgência, em síntese, a partir de dois eixos: de um lado, procura suscitar questionamentos procedimentais quanto ao julgamento técnico; de outro, busca reduzir a nota atribuída à Vertex no Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional, especialmente nos Subquesitos I, II e III.

184. A despeito da densidade aparente do recurso, nenhum desses fundamentos justifica a reforma do resultado final do certame. No plano procedimental, a CDI não demonstra vício concreto capaz de invalidar o julgamento, tampouco prejuízo objetivo apto a desconstituir a classificação proclamada. No plano material, limita-se a opor ao plano da Vertex preferências metodológicas, narrativas e criativas próprias, sem comprovar ofensa objetiva aos critérios editalícios.

185. Assim como ocorre nos demais recursos, a CDI tenta converter discordância técnica em vício de julgamento. A mera preferência da Recorrente por outro recorte diagnóstico, por outro conceito criativo, por outra leitura do Infra-BR ou por outro grau de detalhamento não autoriza a redução da nota da Vertex, especialmente quando a proposta vencedora foi expressamente reconhecida pela Subcomissão como consistente, bem estruturada e tecnicamente integrada.

A) SUBQUESITO I - RACIOCÍNIO BÁSICO

186. No Subquesito I - Raciocínio Básico, a CDI procura desqualificar o diagnóstico apresentado pela Vertex a partir de discordância metodológica. Questiona o recorte de cinco meses da análise de mídia, a quantidade de 51 notícias, a ausência de diferenciação mais detalhada entre veículos de expressão nacional e local, o período de análise das redes sociais e a utilização do Reclame Aqui como insumo reputacional.

187. A crítica não procede. O Edital não estabeleceu período mínimo de análise de mídia, quantidade mínima de publicações, janela temporal obrigatória para redes sociais, modelo único de classificação de veículos, exigência de pesquisa direta de percepção ou

vedação ao uso de plataformas de reclamação como insumo reputacional. O que se exigiu foi a demonstração de compreensão das características do Confea, diagnóstico das necessidades de comunicação institucional, leitura da relação com seus públicos e entendimento do desafio e dos objetivos do briefing.

188. A Vertex cumpriu essa exigência. Seu Raciocínio Básico não se limitou a reproduzir o briefing, nem se baseou em percepção genérica sobre o Confea. A proposta articulou leitura institucional, análise de mídia, observação das redes sociais, avaliação da presença digital, leitura de relacionamento com públicos e identificação de pontos de atrito reputacional. A partir desse conjunto, extraiu conclusões úteis para a comunicação institucional: necessidade de ampliar presença orgânica e sistemática na imprensa, qualificar a linguagem por canal, superar o espelhamento de conteúdos, fortalecer a escuta e aproximar o Confea de públicos estratégicos.

189. A crítica ao recorte de cinco meses da análise de mídia confunde diagnóstico estratégico com auditoria histórica exaustiva. O objetivo do Raciocínio Básico era identificar padrões relevantes para orientar a estratégia de comunicação proposta, e não esgotar todo o universo possível de cobertura jornalística. A pertinência do diagnóstico não decorre da extensão temporal isolada, mas da capacidade de transformar dados em leitura estratégica aderente ao desafio do Confea.

190. Também não procede a alegação de que a análise de mídia seria insuficiente por não classificar, em maior detalhe, o impacto potencial de cada veículo. A proposta da Vertex identificou temas, padrões de visibilidade, presença institucional, lacunas de posicionamento e oportunidades editoriais. A CDI pode preferir outro método de classificação, mas não demonstra que o método adotado pela Vertex tenha violado o Edital ou impedido a compreensão das necessidades de comunicação do Confea.

191. O mesmo se aplica ao uso do Reclame Aqui. A plataforma não foi utilizada pela Vertex como medidor absoluto da reputação institucional do Confea, mas como instrumento complementar para identificar pontos de atrito na relação com profissionais e empresas, especialmente em temas como cobranças, anuidades, registros, atendimento e falhas de comunicação prévia. Em uma licitação cujo briefing exige aproximação com públicos estratégicos e fortalecimento da comunicação institucional, mapear reclamações públicas é medida pertinente.

192. A tese da CDI confunde diagnóstico reputacional com pesquisa de favorabilidade. Nem todo instrumento precisa medir aprovação. Alguns instrumentos servem para identificar dor, conflito, fricção e risco. Reclamações públicas, quando analisadas com critério, são insumo legítimo para compreender a experiência dos públicos com a instituição. Desconsiderá-las seria ignorar um campo relevante de percepção pública, sobretudo em um Sistema que mantém relação direta com profissionais, empresas e usuários de serviços regulados.

193. A pontuação da Vertex no Raciocínio Básico, portanto, encontra pleno respaldo técnico. A proposta apresentou diagnóstico consistente, multimetodológico, objetivo e diretamente conectado às necessidades de comunicação do Confea. A discordância da CDI quanto ao recorte temporal ou às ferramentas utilizadas não autoriza redução de nota, porque não houve violação ao Edital, ausência de diagnóstico ou utilização de elementos irrelevantes.

B) SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

194. No Subquesto II – Estratégia de Comunicação Institucional, a CDI sustenta que o conceito “Tudo começa aqui” seria um “significante sem significado”, sem nexos suficientes entre diagnóstico e estratégia. A crítica, porém, revela mais retórica recursal do que análise técnica.

195. A assinatura “Tudo começa aqui” não surgiu de forma aleatória, nem se encerra em si mesma. Na proposta da Vertex, o conceito decorre da leitura segundo a qual o Confea ocupa posição institucional relevante na organização do exercício profissional, na responsabilidade técnica, na segurança das atividades reguladas e na proteção da sociedade. A estratégia não apresenta o Confea como “começo de tudo” em sentido genérico ou vazio, mas como ponto institucional de origem da habilitação, da regulação, da responsabilidade, da fiscalização e da confiança pública em áreas técnicas que impactam a vida cotidiana.

196. A própria formulação dos desdobramentos do conceito evidencia sua densidade: “A responsabilidade técnica começa aqui”, “A proteção da sociedade começa aqui” e “O compromisso profissional começa aqui” não são frases soltas. São traduções diretas do papel legal, técnico e institucional do Sistema Confea/Crea, comunicadas em linguagem simples, acessível e adequada a públicos diversos.

197. Portanto, há significado, há organicidade e há coerência com o diagnóstico. A Vertex identificou a necessidade de aproximar o Confea dos problemas concretos das cidades, da segurança das obras e serviços, da responsabilidade profissional, do desenvolvimento nacional e do cotidiano da sociedade. A assinatura proposta organiza essas frentes em síntese simples, replicável e institucionalmente segura.

198. O mesmo rigor pretendido pela CDI, se aplicado à própria Recorrente, conduziria a conclusão diversa daquela sustentada no recurso. O conceito “O Brasil é a nossa maior obra” possui fluência verbal, mas também apresenta caráter amplo e genérico. A expressão poderia ser utilizada por empresas de engenharia, construtoras, entidades setoriais, programas de infraestrutura ou campanhas governamentais voltadas a obras públicas. Sua força imagética não elimina o risco de baixa especificidade institucional para o Confea.

199. Além disso, a própria Subcomissão Técnica reconheceu que a estratégia da CDI apresentava certa dispersão estratégica e elevado número de iniciativas paralelas, com risco de comprometimento de foco e priorização. Logo, não há fundamento para que a CDI pretenda reduzir a nota da Vertex a partir de preferência subjetiva por outra assinatura conceitual, sobretudo quando sua própria estratégia recebeu ressalvas relevantes de foco e organização.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA					
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA					
LICITANTE 4					
Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	4,0	4,7	4,9	4,5	Apresenta um bom entendimento das características e especificidades do Confea, fazendo uma exposição objetiva e direta a respeito do contexto da instituição. Foi bem além do briefing e diz que fez pesquisas de opinião, por conta própria, sendo uma com parlamentares e outra com jornalistas e formadores de opinião. Conseguiu expor com propriedade aspectos relevantes e significativos das necessidades de comunicação do Confea, demonstrando boa compreensão dos desafios a serem superados. Incorreu em pequenas impropriedades, como dizer que Coordenadorias de Câmaras Especializadas eram entidades da classe. Como ponto de atenção, parte do diagnóstico apresenta forte associação às realizações de gestão e ao contexto eleitoral, aproximando-se em alguns momentos de uma lógica mais promocional do que estritamente institucional.
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,7	20,0	18,9	Demonstra já ter feito um levantamento sobre a presença do Confea na mídia nos últimos anos. Percebe-se que pesquisou bastante sobre o conceito. A estratégia proposta é consistente e adequada à realidade da instituição. As ponderações feitas são altamente pertinentes à realidade do Confea. Como fragilidade relativa, observa-se certa dispersão estratégica e elevado número de iniciativas paralelas, o que pode comprometer foco e priorização das ações.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,0	24,0	22,8	22,9	As soluções propostas não inovam muito em relação ao que o Confea já fez em termos de comunicação e que pode ser verificado na internet. Propor a produção e distribuição de material impresso (Cartilha "O Brasil é a nossa maior obra") e vídeo sobre as profissões tecnológicas e que seria patrocinado por empresas, além de não se encaixar bem na atual filosofia de comunicação do Confea, poderia gerar conflitos de interesses e dificuldades operacionais relativas à distribuição. Como ponto de atenção, vale dizer que algumas propostas apresentam caráter mais conceitual do que operacional, com menor detalhamento sobre métricas, priorização e efetividade prática das ações. De resto, é uma proposta razoável.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	11,0	14,0	13,5	12,8	Plano de implementação bem pensado. Contudo, deveria ter previsto mais tempo para o treinamento de porta-vozes, porque pretende fazer isso em muito pouco tempo com autoridades do Sistema que têm uma agenda apertada. Fora isso, vê-se que o cronograma foi bem elaborado. O orçamento deveria trazer os percentuais que cada ação representa dentro do orçamento total, conforme dispõe a letra "b" do item 1.3.4 do Anexo III - Apresentação e julgamento das propostas técnicas. Como fragilidade relativa, o plano demonstra elevada carga operacional, especialmente nos primeiros meses, com múltiplas entregas simultâneas, o que pode representar risco de superdimensionamento e comprometer a exequibilidade integral da proposta.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESITO 1 =				59,2

200. Logo, não há fundamento para que a CDI pretenda reduzir a nota da Vertex a partir de preferência subjetiva por outra assinatura conceitual, sobretudo quando sua própria estratégia recebeu ressalvas relevantes de foco e organização.

C) SUBQUESITO 3 - SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

201. No Subquesto III - Solução de Comunicação Institucional, a CDI procura construir irregularidade a partir da expressão "lançamento" vinculada ao Infra-BR, como se a proposta da Vertex tivesse necessariamente afirmado que o índice jamais havia sido apresentado ao público.

202. A alegação não procede. Em comunicação institucional, o lançamento de uma pauta, de uma frente editorial, de um recorte temático, de uma nova etapa de divulgação ou de uma estratégia de imprensa não se confunde obrigatoriamente com o lançamento original de uma plataforma. O fato de o Infra-BR já existir não retira sua relevância como ativo de comunicação, nem impede sua reativação, divulgação qualificada, regionalização, apresentação a novos públicos ou inserção em novas agendas jornalísticas.

203. Ao contrário, a existência prévia do Infra-BR reforça a pertinência da ação. Um indicador institucional não se esgota no dia de sua apresentação formal. Dados, rankings, recortes territoriais, leituras setoriais, usos por gestores públicos e desdobramentos jornalísticos podem e devem ser trabalhados de forma continuada. A proposta da Vertex utiliza o Infra-BR como instrumento de posicionamento técnico, relacionamento com imprensa e aproximação com gestores públicos, dentro da lógica de comunicação institucional prevista no briefing.

204. A CDI tenta transformar uma escolha narrativa e operacional legítima em vício da proposta. Contudo, não demonstra que a utilização do Infra-BR seja incompatível com o Edital, irrelevante para o Confea ou desconectada do desafio de comunicação. A crítica se limita a uma leitura literal da palavra "lançamento", sem enfrentar a função comunicacional do ativo dentro da estratégia proposta pela Vertex.

205. Também deve ser repelida eventual acusação de "apropriação intelectual indevida" pelo uso de identidade visual associada ao Confea. Trata-se de afirmação grave, sem sustentação objetiva. O briefing remete às referências institucionais do próprio Confea, inclusive canais, manual de marca e publicações. Em proposta técnica elaborada para o

próprio Confea, a utilização de referências visuais institucionais ou a preservação de coerência com a identidade do contratante não configura apropriação indevida. Ao contrário, revela zelo com aderência visual, unidade institucional e compatibilidade com os ativos de comunicação já existentes.

206. A CDI, nesse ponto, tenta transformar aderência institucional em plágio. Não há, no Edital, proibição de uso de referências da identidade visual do contratante em peças exemplificadas. Tampouco há demonstração de que a Vertex tenha reivindicado autoria de identidade preexistente ou se apropriado de ativo alheio. As peças exemplificadas são referências de execução, não materiais finais veiculados comercialmente. A crítica, portanto, carece de base técnica e jurídica.

207. Diante da gravidade da imputação, a acusação deve ser expressamente afastada. A utilização de expressão dessa natureza, sem lastro técnico ou documental, extrapola o campo da crítica técnica legítima e atribui à Vertex conduta indevida sem demonstração objetiva, o que reforça a improcedência do recurso.

D) DAS FRAGILIDADES DA PRÓPRIA PROPOSTA DA CDI

208. As fragilidades materiais da proposta da CDI também confirmam a improcedência do critério que a Recorrente pretende impor à Vertex. A própria Subcomissão registrou, no Raciocínio Básico da CDI, pequenas impropriedades institucionais, inclusive a referência a Coordenadorias de Câmaras Especializadas como se fossem entidades de classe, além de forte associação do diagnóstico às realizações de gestão e ao contexto eleitoral, aproximando-se de lógica mais promocional do que estritamente institucional.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

LICITANTE 4

Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	4,0	4,7	4,9	4,5	Apresenta um bom entendimento das características e especificidades do Confea, fazendo uma exposição objetiva e direta a respeito do contexto da instituição. Foi bem além do briefing e diz que fez pesquisas de opinião, por conta própria, sendo uma com parlamentares e outra com jornalistas e formadores de opinião. Conseguiu expor com propriedade aspectos relevantes e significativos das necessidades de comunicação do Confea, demonstrando boa compreensão dos desafios a serem superados. Incorreu em pequenas impropriedades, como dizer que Coordenadorias de Câmaras Especializadas eram entidades de classe. Como ponto de atenção, parte do diagnóstico apresenta forte associação às realizações de gestão e ao contexto eleitoral, aproximando-se em alguns momentos de uma lógica mais promocional do que estritamente institucional.
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,7	20,0	18,9	Demonstra já ter feito um levantamento sobre a presença do Confea na mídia nos últimos anos. Percebe-se que pesquisou bastante sobre o conselho. A estratégia proposta é consistente e adequada à realidade da instituição. As ponderações feitas são altamente pertinentes à realidade do Confea. Como fragilidade relativa, observa-se certa displicência estratégica e elevado número de iniciativas parciais, o que pode comprometer foco e priorização das ações.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,0	24,0	22,8	22,9	As soluções propostas não inovam muito em relação ao que o Confea já fez em termos de comunicação e que pode ser verificado na internet. Propõe a produção e distribuição de material impresso (Cartilha "O Brasil é a nossa maior obra" e gibis sobre as profissões tecnológicas) e que seria patrocinado por empresas, além de não se encaixar bem na atual filosofia de comunicação do Confea, poderia gerar conflitos de interesses e dificuldades operacionais relativas à distribuição. Como ponto de atenção, vale dizer que algumas propostas apresentam caráter mais conceitual do que operacional, com menor detalhamento sobre métricas, priorização e efetividade prática das ações. De resto, é uma proposta razoável.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	11,0	14,0	13,5	12,8	Plano de implementação bem pensado. Contudo, deveria ter previsto mais tempo para o treinamento de porta-vozes, porque pretende fazer isso em muito pouco tempo com autoridades do Sistema que têm uma agenda apertada. Fora isso, vê-se que o cronograma foi bem elaborado. O orçamento deveria trazer os percentuais que cada ação representa dentro do orçamento total, conforme dispõe a letra "b" do item 1.3.4 do Anexo III - Apresentação e julgamento das propostas técnicas. Como fragilidade relativa, o plano demonstra elevada carga operacional, especialmente nos primeiros meses, com múltiplas entregas simultâneas, o que pode representar risco de superdimensionamento e comprometer a exequibilidade integral da proposta.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESTÃO 1 =			59,2	

209. Esse ponto é relevante porque o desafio do Confea é estrutural, nacional, institucional e de longo prazo. Ao associar parte relevante do diagnóstico às realizações de gestão e ao contexto eleitoral, a proposta da CDI aproxima a comunicação institucional de uma lógica sensível, vinculada a ciclo de gestão e a pleito específico, em tensão com a impessoalidade que deve orientar a comunicação de uma autarquia federal.

210. A proposta da CDI também apresenta fragilidades no Subquestão III. A Subcomissão registrou que as soluções propostas não inovam muito em relação ao que o Confea já faz, que a produção e distribuição de cartilhas e gibis impressos patrocinados por empresas não se encaixa bem na atual filosofia de comunicação do Conselho, que tal solução poderia gerar conflitos de interesses e dificuldades operacionais de distribuição, e que algumas propostas apresentam caráter mais conceitual do que operacional, com menor detalhamento sobre métricas, priorização e efetividade prática das ações.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

LICITANTE 4

Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	4,0	4,7	4,9	4,5	Apresenta um bom entendimento das características e especificidades do Confea, fazendo uma exposição objetiva e direta a respeito do contexto da instituição. Foi bem além do briefing e diz que fez pesquisas de opinião, por conta própria, sendo uma com parlamentares e outra com jornalistas e formadores de opinião. Conseguiu expor com propriedade aspectos relevantes e significativos das necessidades de comunicação do Confea, demonstrando boa compreensão dos desafios a serem superados. Incorreu em pequenas impropriedades, como dizer que Coordenadorias de Câmaras Especializadas eram entidades de classe. Como ponto de atenção, parte do diagnóstico apresenta forte associação às realizações de gestão e ao contexto eleitoral, aproximando-se em alguns momentos de uma lógica mais promocional do que estritamente institucional.
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,7	20,0	18,9	Demonstra já ter feito um levantamento sobre a presença do Confea na mídia nos últimos anos. Percebe-se que pesquisou bastante sobre o conselho. A estratégia proposta é consistente e adequada à realidade da instituição. As ponderações feitas são altamente pertinentes à realidade do Confea. Como fragilidade relativa, observa-se certa displicência estratégica e elevado número de iniciativas parciais, o que pode comprometer foco e priorização das ações.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,0	24,0	22,8	22,9	As soluções propostas não inovam muito em relação ao que o Confea já fez em termos de comunicação e que pode ser verificado na internet. Propõe a produção e distribuição de material impresso (Cartilha "O Brasil é a nossa maior obra") e gibis sobre as profissões tecnológicas e que seria patrocinado por empresas, além de não se encaixar bem na atual filosofia de comunicação do Confea, podendo gerar conflitos de interesses e dificuldades operacionais relativas à distribuição. Como ponto de atenção, vale dizer que algumas propostas apresentam caráter mais conceitual do que operacional, com menor detalhamento sobre métricas, priorização e efetividade prática das ações. De resto, é uma proposta razoável.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	11,0	14,0	13,5	12,8	Plano de implementação bem pensado. Contudo, deveria ter previsto mais tempo para o treinamento de porta-vozes, porque pretende fazer isso em muito pouco tempo com autoridades do Sistema que têm uma agenda apertada. Fora isso, vê-se que o cronograma foi bem elaborado. O orçamento deveria trazer os percentuais que cada ação representa dentro do orçamento total, conforme dispõe a letra "b" do item 1.3.4 do Anexo III - Apresentação e julgamento das propostas técnicas. Como fragilidade relativa, o plano demonstra elevada carga operacional, especialmente nos primeiros meses, com múltiplas entregas simultâneas, o que pode representar risco de superdimensionamento e comprometer a exequibilidade integral da proposta.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESTÃO 1 =			59,2	

211. Essas fragilidades são diretamente relacionadas ao mérito técnico da proposta. A CDI propõe produção e distribuição de cartilha impressa e história em quadrinhos em escala nacional, inclusive para instituições de ensino, escolas, cursinhos, prefeituras e câmaras municipais de todo o país, sem demonstrar plano operacional suficiente para logística, critérios de seleção, autorização dos destinatários, governança de envio, controle de recebimento e efetividade prática.

212. Também é sensível a previsão de patrocínio por empresas registradas no Sistema. O Confea é autarquia fiscalizadora e reguladora de atividades profissionais e empresariais. Vincular materiais institucionais a patrocínio de empresas registradas pode gerar percepção de favorecimento, conflito de interesses, assimetria entre empresas fiscalizadas e risco reputacional para o próprio Conselho. Esse ponto foi corretamente percebido pela Subcomissão como fragilidade da proposta da CDI.

213. No Plano de Implementação, a própria avaliação técnica registrou que a CDI deveria ter previsto mais tempo para o treinamento de porta-vozes, pois pretende fazê-lo em período muito curto com autoridades do Sistema que possuem agenda naturalmente complexa. Também apontou ausência dos percentuais exigidos no orçamento e elevada carga operacional nos primeiros meses, com múltiplas entregas simultâneas e risco de superdimensionamento.

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026 - CONFEA
PLANILHA DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA - NÃO IDENTIFICADA

LICITANTE 4

Questão: Plano de Comunicação Institucional	Fernanda	Claudia	João	MÉDIA	JUSTIFICATIVAS
Subquestão I. Raciocínio Básico (máx. 5 pontos)	4,0	4,7	4,9	4,5	Apresenta um bom entendimento das características e especificidades do Confea, fazendo uma exposição objetiva e direta a respeito do contexto da instituição. Foi bem além do briefing e diz que fez pesquisas de opinião, por conta própria, sendo uma com parlamentares e outra com jornalistas e formadores de opinião. Conseguiu expor com propriedade aspectos relevantes e significativos das necessidades de comunicação do Confea, demonstrando boa compreensão dos desafios a serem superados. Incorreu em pequenas impropriedades, como dizer que Coordenadorias de Câmaras Especializadas eram entidades de classe. Como ponto de atenção, parte do diagnóstico apresenta forte associação às realizações de gestão e ao contexto eleitoral, aproximando-se em alguns momentos de uma lógica mais promocional do que estritamente institucional.
Subquestão II. Estratégia de Comunicação Institucional (máx. 20 pontos)	18,0	18,7	20,0	18,9	Demonstra já ter feito um levantamento sobre a presença do Confea na mídia nos últimos anos. Percebe-se que pesquisou bastante sobre o conselho. A estratégia proposta é consistente e adequada à realidade da instituição. As ponderações feitas são altamente pertinentes à realidade do Confea. Como fragilidade relativa, observa-se certa displicência estratégica e elevado número de iniciativas parciais, o que pode comprometer foco e priorização das ações.
Subquestão III. Solução de Comunicação Institucional (máx. 25 pontos)	22,0	24,0	22,8	22,9	As soluções propostas não inovam muito em relação ao que o Confea já fez em termos de comunicação e que pode ser verificado na internet. Proper a produção e distribuição de material impresso ("Cartilha 'O Brasil é a nossa maior obra'" e gibis sobre as profissões tecnológicas) e que seria patrocinado por empresas, além de não se encaixar bem na atual filosofia de comunicação do Confea, poderia gerar conflitos de interesses e dificuldades operacionais relativas à distribuição. Como ponto de atenção, vale dizer que algumas propostas apresentam caráter mais conceitual do que operacional, com menor detalhamento sobre métricas, priorização e efetividade prática das ações. De resto, é uma proposta razoável.
Subquestão IV. Plano de Implementação (máx. 15 pontos)	11,0	14,0	13,5	12,8	Plano de implementação bem pensado. Contudo, deveria ter previsto mais tempo para o treinamento de porta-vozes, porque pretende fazer isso em muito pouco tempo com autoridades do Sistema que têm uma agenda apertada. Fora isso, vê-se que o cronograma foi bem elaborado. O orçamento deveria trazer os percentuais que cada ação representa dentro do orçamento total, conforme dispõe a letra "b" do item 1.3.4 do Anexo III - Apresentação e julgamento das propostas técnicas. Como fragilidade relativa, o plano demonstra elevada carga operacional, especialmente nos primeiros meses, com múltiplas entregas simultâneas, o que pode representar risco de superdimensionamento e comprometer a exequibilidade integral da proposta.
Máximo de 65 pontos	NOTA TOTAL DO QUESTO 1 =			59,2	

214. Esses elementos não são trazidos como pedido autônomo de revisão da nota da CDI, mas para demonstrar a assimetria do recurso. A CDI exige da Vertex rigor máximo quanto a recortes metodológicos, conceito, uso de ativos institucionais e função de peças, mas sua própria proposta apresenta fragilidades de impessoalidade, foco, originalidade, operacionalidade, patrocínio, distribuição, orçamento e exequibilidade. O critério recursal, portanto, é seletivo.

215. Em conclusão, o recurso da CDI não demonstra fundamento idôneo para redução da nota da Vertex ou para reclassificação do certame.

216. Sob qualquer perspectiva que se examine o recurso, a conclusão é a mesma. Se há proposta no presente certame cujas fragilidades materiais justificariam reavaliação da pontuação atribuída, essa proposta é a da própria CDI, e não a da Vertex.

217. As impropriedades no Raciocínio Básico, a aproximação do diagnóstico à lógica eleitoral e promocional, a ausência de originalidade nas soluções propostas, os riscos de conflito de interesses decorrentes do patrocínio por empresas registradas no Sistema, as deficiências operacionais do Plano de Implementação e a ausência dos percentuais exigidos no orçamento são fragilidades concretas, registradas pela própria Subcomissão, que recaem sobre a proposta da Recorrente.

218. A CDI, ao interpor este recurso, abriu ela própria o espaço para esse cotejo. E o cotejo, feito com o mesmo rigor que a Recorrente pretende impor à Vertex, conduz inequivocamente à conclusão de que não há fundamento para reduzir a pontuação da

proposta vencedora, ao passo que as razões para manutenção ou revisão descendente da nota da CDI são as que efetivamente emergem do conjunto da avaliação técnica.

VI. PEDIDOS

219. Diante de todo o exposto, requer a Vertex Comunicação e Planejamento Ltda. sejam as presentes contrarrazões integralmente conhecidas e acolhidas, para o fim de **negar provimento**, em sua integralidade, aos recursos administrativos interpostos por CDI Comunicação Corporativa Ltda, CDN Comunicação Corporativa Ltda e Apex Comunicação Estratégica Ltda mantendo, em todos os seus termos, o julgamento das propostas técnicas, com a preservação integral das notas atribuídas à Vertex Comunicação e Planejamento Ltda. e a consequente manutenção de sua classificação em primeiro lugar no certame.

Nesses termos, pede deferimento.

Brasília-DF, 26 de junho de 2026.

VERTEX COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO LTDA.

Márcio Reis Louseiro

Procurador

Contrarrazões - Vertex - CONFEA.pdf

Documento número #fbc0c2a2-bf2e-4e13-9dd5-cc95e39c20da

Hash do documento original (SHA256): 6e1ceef6d458a84a8c7850e981b4a9fcd87997cf1e64de77db69c8495689998e

Assinaturas



Márcio Reis Louseiro

CPF: 040.064.061-93

Assinou como procurador em 26 jun 2026 às 15:44:42

Log

- 26 jun 2026, 15:36:54 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 criou este documento número fbc0c2a2-bf2e-4e13-9dd5-cc95e39c20da. Data limite para assinatura do documento: 26 de julho de 2026 (15:36). Finalização automática após a última assinatura: habilitada. Idioma: Português brasileiro.
- 26 jun 2026, 15:38:53 Operador com email laura.angel@fsbcomunicacao.com.br na Conta 16472c46-a536-4a55-ac36-c129f40e7089 adicionou à Lista de Assinatura: marcio.louseiro@fsbcomunicacao.com.br para assinar como procurador, via E-mail.
- Pontos de autenticação: Token via E-mail; Nome Completo; CPF; endereço de IP. Dados informados pelo Operador para validação do signatário: nome completo Márcio Reis Louseiro e CPF 040.064.061-93.
- 26 jun 2026, 15:44:42 Márcio Reis Louseiro assinou como procurador. Pontos de autenticação: Token via E-mail marcio.louseiro@fsbcomunicacao.com.br. CPF informado: 040.064.061-93. IP: 201.48.24.161. Componente de assinatura versão 1.1468.0 disponibilizado em https://app.clicksign.com.
- 26 jun 2026, 15:44:43 Processo de assinatura finalizado automaticamente. Motivo: finalização automática após a última assinatura habilitada. Processo de assinatura concluído para o documento número fbc0c2a2-bf2e-4e13-9dd5-cc95e39c20da.



Documento assinado com validade jurídica.

Para conferir a validade, acesse <https://www.clicksign.com/validador> e utilize a senha gerada pelos signatários ou envie este arquivo em PDF.

As assinaturas digitais e eletrônicas têm validade jurídica prevista na Medida Provisória nº. 2200-2 / 2001

Este Log é exclusivo e deve ser considerado parte do documento nº fbc0c2a2-bf2e-4e13-9dd5-cc95e39c20da, com os efeitos prescritos nos Termos de Uso da Clicksign, disponível em www.clicksign.com.

Concorrência 90001/2026 - CONFEA - CONTRARRAZÕES

De Luciana Durand <consultoriadurand@gmail.com>

Data Sex, 26/06/2026 16:49

Para Cx. Postal - Licitação <licitacao@confea.org.br>

 1 anexo (312 KB)

Contrarracoes CDN Comunicação Corporativa2.pdf;

Prezados,

A CDN Comunicação Corporativa LTDA apresenta Contrarrazões em face dos Recursos interpostos, tempestivamente, pelas razões juntada ao presente.

Peço gentilmente o acusamento do recebimento deste.

--



Luciana Durand

Consultoria em Licitações e Relações
Governamentais

11-99192-1059

www.durandconsultoria.com.br



ILUSTRÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DA COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO DO
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026

CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA, pessoa jurídica de direito privado, já qualificada nos autos da Concorrência nº 90001/2026, por seu representante legal infra-assinado, vem, respeitosamente, perante Vossa Senhoria, com fundamento na Lei nº 14.133/2021, no Edital da Concorrência nº 90001/2026 e nos princípios que regem as contratações públicas, apresentar suas

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

interpostos pelas empresas CDI Comunicação Corporativa Ltda. e Apex Comunicação Estratégica Ltda., pelas razões de fato e de direito a seguir expostas.

I – DA TEMPESTIVIDADE

As presentes contrarrazões são manifestamente tempestivas.

Conforme registrado na Segunda Sessão Pública e posteriormente disponibilizado pela Comissão de Contratação, os recursos administrativos interpostos pelas licitantes foram regularmente disponibilizados às participantes do certame, iniciando-se, a partir dessa ciência, o prazo para apresentação das respectivas contrarrazões até 26/06/2026.

II – SÍNTESE DOS RECURSOS

As empresas CDI Comunicação Corporativa Ltda. e Apex Comunicação Estratégica Ltda. interpuseram recursos administrativos visando à revisão das notas atribuídas às propostas técnicas apresentadas no presente certame.

No que diz respeito à proposta da CDN Comunicação Corporativa Ltda., a CDI sustenta, em síntese, supostas insuficiências no Raciocínio Básico, especialmente quanto ao período analisado na pesquisa de mídia, ao perfil dos veículos considerados e à fundamentação da conclusão referente à percepção social acerca do CONFEA. Sustenta, ainda, alegada inadequação do mote institucional "Confea: Fazer bem feito é o nosso trabalho", defendendo que este não teria sido adequadamente desenvolvido



ao longo da Estratégia, da Solução de Comunicação Institucional e do Plano de Implementação.

A Apex, por sua vez, embora formule pedido principal de majoração das notas atribuídas à sua própria proposta, utiliza reiteradamente a proposta técnica da CDN como paradigma comparativo, sustentando que determinadas observações constantes das justificativas da Subcomissão Técnica deveriam conduzir à redução das notas atribuídas à Recorrida.

Em ambos os recursos, entretanto, não se identifica qualquer demonstração objetiva de erro material, afronta ao Edital, violação dos critérios de julgamento ou desrespeito ao procedimento adotado pela Subcomissão Técnica.

As insurgências limitam-se, em verdade, à manifestação de inconformismo com o resultado do julgamento, procurando substituir o juízo técnico regularmente exercido pela Subcomissão por avaliações elaboradas pelas próprias concorrentes, como restará demonstrado.

III– DAS ALEGAÇÕES FORMULADAS PELA CDI

III.1 – Da alegação de omissão sobre eventual crise no diagnóstico

Sustenta a Apex que a pontuação atribuída ao Raciocínio Básico da CDN seria incompatível com a ressalva lançada pela Subcomissão Técnica, segundo a qual a proposta teria desprezado abordagem sobre eventual crise.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 2.2.1.1 do Anexo III do Edital, o Raciocínio Básico é avaliado a partir de três atributos objetivos: (i) acuidade na análise do contratante; (ii) pertinência dos aspectos relevantes apresentados; e (iii) assertividade na compreensão do desafio de comunicação.

A abordagem específica sobre gestão de crises não constitui atributo autônomo de avaliação do Raciocínio Básico, tampouco requisito obrigatório previsto pelo instrumento convocatório.

Além disso, a própria Subcomissão Técnica consignou que o raciocínio desenvolvido pela CDN era "bem encadeado", reconhecendo a precisão da leitura realizada acerca do panorama institucional do CONFEA.

Também não procede a afirmação de que a proposta teria deixado de identificar vulnerabilidades reputacionais.

Conforme expressamente demonstrado no item "B" do Raciocínio Básico, o diagnóstico da CDN mapeou os principais fatores de vulnerabilidade institucional apontados pela própria Apex como ausentes, abordando temas relacionados à governança,



transparência, processos internos, relacionamento com a base profissional e ensino a distância.

A ressalva relativa à abordagem de eventual crise efetivamente existe.

Entretanto, ela foi considerada pela própria Subcomissão Técnica no momento da avaliação e repercutiu diretamente na pontuação atribuída à Recorrida.

A CDN não recebeu a nota máxima no Subquesto I, obtendo média final de 4,9, justamente em razão dos descontos atribuídos pelos avaliadores que entenderam pertinente registrar tal observação.

O que pretende a Recorrente é que essa mesma ressalva, já considerada e valorada pela banca examinadora, produza novo rebaixamento da nota, em intensidade superior àquela reputada proporcional pelos próprios avaliadores responsáveis pelo julgamento técnico.

Mais do que isso, a própria Apex, em seu recurso administrativo, pleiteia a atribuição da nota máxima à sua proposta justamente por entender que tratou do tema gestão de crises de forma mais aprofundada.

Tal circunstância evidencia a contradição de sua tese recursal.

Em síntese, pretende a Recorrente que seja aplicada à proposta da CDN uma régua de avaliação que ela própria não admite para sua proposta e que sequer encontra previsão no Edital.

Acolher tal pretensão significaria admitir julgamento fundado em critério inexistente no instrumento convocatório, em afronta aos princípios da vinculação ao Edital, do julgamento objetivo e da isonomia entre os licitantes.

Diante disso, a alegação deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.2 – Da alegação de falta de transparência metodológica dos dados

Sustenta a Apex que os dados apresentados no diagnóstico da CDN — 746 publicações, 164 matérias, 97% de conteúdos positivos ou neutros e protagonismo institucional em apenas 10% das matérias — não estariam acompanhados da indicação dos termos de busca utilizados, da ferramenta empregada, da amostra analisada ou dos critérios adotados para classificação dos resultados.

A alegação não merece prosperar.

O subitem 1.2.6 do Edital estabelece limitação objetiva para a elaboração do Plano de Comunicação Institucional, fixando o limite máximo de 15 (quinze) páginas para o conjunto formado pelo Raciocínio Básico e pela Estratégia de Comunicação Institucional.



Nesse contexto, o Edital não exige que o diagnóstico seja acompanhado de relatório metodológico completo, tampouco determina a descrição da ferramenta utilizada, dos termos de pesquisa empregados, do tratamento conferido às republicações, da composição da amostra ou dos critérios estatísticos adotados para classificação dos resultados.

Os atributos de avaliação do Raciocínio Básico, previstos no subitem 2.2.1.1 do Anexo III, concentram-se na acuidade da análise, na pertinência dos aspectos relevantes identificados e na assertividade da compreensão do desafio de comunicação, e não na apresentação de memorial metodológico ou auditoria técnica dos dados utilizados.

Foi exatamente isso que a CDN apresentou.

Os dados quantitativos constantes do diagnóstico serviram de fundamento para construção da leitura estratégica do cenário comunicacional do CONFEA, permitindo identificar padrões de cobertura, protagonismo institucional, perfil da exposição na mídia e oportunidades de fortalecimento da comunicação institucional.

A própria Subcomissão Técnica reconheceu expressamente a qualidade dessa leitura ao consignar que o Raciocínio Básico apresentou compreensão precisa do panorama institucional e raciocínio bem encadeado.

Pretende a Recorrente, entretanto, exigir que um diagnóstico estratégico, sujeito ao limite máximo de 15 páginas estabelecido pelo Edital para todo o Plano de Comunicação Institucional, contenha detalhamento metodológico próprio de relatório técnico ou auditoria de mídia, exigência que simplesmente não encontra previsão no instrumento convocatório.

Mais do que isso, trata-se de requisito que não foi exigido da CDN, nem das demais licitantes participantes do certame.

Acolher a tese recursal significaria criar obrigação não prevista no Edital e aplicar, em sede recursal, critério de julgamento inexistente, em afronta aos princípios da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e da isonomia entre os licitantes.

Dessa forma, não havendo qualquer exigência editalícia relativa ao detalhamento metodológico pretendido pela Recorrente, nem demonstração de erro na análise realizada pela Subcomissão Técnica, a alegação deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída à proposta da CDN.

III.3 – Da alegação de ausência de pesquisa direta sobre a percepção dos públicos

Sustenta a Apex que a CDN teria afirmado a percepção dos públicos sem a realização de pesquisa direta e que a própria previsão de uma ****Avaliação de Percepção de Imagem****, constante do Plano de Implementação, demonstraria que essa percepção ainda dependeria de apuração futura.



A alegação não merece prosperar.

Inicialmente, importa destacar que nenhum dos atributos previstos no subitem 2.2.1.1 do Anexo III exige a realização de pesquisa primária de percepção durante a fase de elaboração do diagnóstico.

O Edital não condiciona a avaliação do Raciocínio Básico à realização de entrevistas, pesquisas quantitativas ou levantamentos primários junto aos públicos de interesse do CONFEA.

A proposta da CDN foi construída a partir da combinação de pesquisa documental e institucional, monitoramento das redes sociais, análise da cobertura da imprensa ao longo de 15 (quinze) meses e avaliação do interesse de busca, elementos que permitiram identificar a percepção dos diferentes públicos e fundamentar o diagnóstico constante dos itens B e C do Raciocínio Básico.

Foi precisamente sobre essa análise integrada que a Subcomissão Técnica reconheceu a consistência do diagnóstico apresentado.

Também não procede a interpretação conferida pela Recorrente à previsão de uma Avaliação de Percepção de Imagem no Plano de Implementação.

A inclusão dessa atividade não representa reconhecimento de insuficiência do diagnóstico, mas, ao contrário, demonstra a adoção de metodologia compatível com as boas práticas de planejamento e mensuração em comunicação institucional.

Estabelecer uma linha de base no início da execução contratual e medir sua evolução ao longo da campanha constitui procedimento destinado a avaliar a efetividade das ações implementadas, permitindo aferir os resultados alcançados e subsidiar eventuais ajustes estratégicos durante a execução do contrato.

Trata-se, portanto, de instrumento de monitoramento e avaliação de desempenho, próprio da fase de execução contratual, e não de requisito para validação do diagnóstico elaborado durante a licitação.

A Apex procura transformar uma virtude do Plano de Implementação da CDN em suposta deficiência do Raciocínio Básico, confundindo etapas distintas da proposta técnica e atribuindo ao diagnóstico exigências que o Edital não estabeleceu.

São fases distintas, inseridas em subquestitos distintos e avaliadas segundo critérios igualmente distintos.

Acolher a tese recursal significaria exigir da Recorrida requisito inexistente no instrumento convocatório e desconsiderar a autonomia metodológica assegurada às licitantes para elaboração de seus diagnósticos, em afronta aos princípios da vinculação ao Edital, do julgamento objetivo e da isonomia.

Diante disso, inexistindo qualquer exigência editalícia de realização de pesquisa primária de percepção na fase de diagnóstico, tampouco qualquer incompatibilidade entre o Raciocínio Básico e o Plano de Implementação, a alegação formulada pela



Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.4 – Da alegação de análise insuficiente da governança do Sistema Confea/Crea e Mútua

Sustenta a Apex que a proposta da CDN não teria aprofundado as dificuldades de coordenação entre o CONFEA, os CREAs e a Mútua, especialmente quanto à autonomia dos Conselhos Regionais e aos limites de uniformização da comunicação institucional.

A alegação não merece prosperar.

O Raciocínio Básico da CDN reconhece expressamente que a capilaridade do Sistema Confea/Crea e Mútua constitui importante ativo institucional, mas também identifica que essa estrutura federativa impõe desafios relacionados à coordenação, à uniformidade da comunicação e à articulação entre instâncias dotadas de atribuições distintas, conforme expressamente consignado nos itens A e C do diagnóstico.

A proposta, portanto, não ignorou o tema da governança. Ao contrário, identificou-o como elemento relevante para compreensão do desafio de comunicação institucional submetido à licitação.

O subitem 2.2.1.1 do Anexo III estabelece que o Raciocínio Básico será avaliado pela acuidade da análise, pela pertinência dos aspectos relevantes identificados e pela assertividade na compreensão do desafio de comunicação.

Foi exatamente esse o tratamento conferido ao tema pela CDN.

A profundidade analítica pretendida pela Recorrente, entretanto, extrapola a finalidade do Raciocínio Básico e não encontra respaldo no instrumento convocatório.

O Edital exige um diagnóstico estratégico capaz de identificar os principais desafios institucionais que orientarão a construção da estratégia de comunicação, e não estudo exaustivo sobre a governança do Sistema ou plano detalhado de coordenação entre seus integrantes.

Essa etapa de aprofundamento foi devidamente contemplada pela CDN no Plano de Implementação, mediante a previsão de instrumentos específicos voltados à integração do Sistema, dentre eles o Plano Estratégico de Comunicação, o Plano de Comunicação Interna, a produção de materiais replicáveis e o estabelecimento de fluxos de validação destinados a conferir maior uniformidade às ações de comunicação institucional.

A Apex, portanto, procura exigir do diagnóstico o nível de detalhamento próprio da fase de execução contratual, confundindo finalidades distintas e atribuindo ao Raciocínio Básico obrigação que o Edital não estabeleceu.



Em outras palavras, pretende transformar em requisito de avaliação exigência inexistente no Anexo III, ampliando os critérios objetivos de julgamento após a apresentação das propostas.

Tal pretensão afronta os princípios da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e da isonomia entre os licitantes.

Dessa forma, tendo a proposta da CDN identificado expressamente os desafios inerentes à governança do Sistema e endereçado as respectivas soluções na etapa apropriada da proposta técnica, não há qualquer fundamento para revisão da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica, devendo a alegação ser integralmente rejeitada.

III.5 – Da alegação de ausência de estratégia estruturada para gerenciamento de crises

Sustenta a Apex que a Estratégia de Comunicação Institucional apresentada pela CDN não contemplaria estrutura adequada para gerenciamento de crises, em razão da ausência de matriz de riscos, comitê de crise, fluxograma específico, simulações, treinamentos especializados e da correspondente previsão orçamentária para tais produtos.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 2.2.1.2 do Anexo III, a Estratégia de Comunicação Institucional é avaliada a partir de cinco atributos objetivos: (i) adequação das recomendações dirigidas aos porta-vozes; (ii) capacidade de ampliar o alcance e favorecer interpretações positivas da atuação institucional; (iii) consistência técnica da defesa da estratégia; (iv) demonstração das relações de causa e efeito entre diagnóstico, estratégia e resultados pretendidos; e (v) exequibilidade das ações propostas dentro dos limites orçamentários estabelecidos.

A existência de plano estruturado de gerenciamento de crises, contendo matriz de riscos, comitê específico, fluxogramas, simulações ou treinamentos, não constitui atributo autônomo de avaliação da Estratégia de Comunicação Institucional, tampouco requisito obrigatório previsto pelo Edital.

Da mesma forma, o Anexo II contempla Prevenção e Gerenciamento de Crises como uma das categorias de produtos disponíveis no catálogo de serviços, cabendo à licitante definir, de acordo com sua estratégia, quais produtos melhor atendem aos objetivos da contratação. Não se trata de produto de apresentação obrigatória nem de elemento cuja ausência implique, por si só, inadequação da proposta técnica.

Ainda assim, não procede a afirmação de que a CDN tenha deixado de contemplar mecanismos voltados ao tratamento de situações sensíveis.



A Estratégia de Comunicação Institucional prevê protocolo de mitigação de sensibilidades, documento de perguntas e respostas, fluxos de aprovação, preparação de porta-vozes e monitoramento diário da repercussão institucional, instrumentos voltados precisamente à identificação antecipada de riscos e à adequada condução da comunicação em situações de potencial repercussão.

A própria Subcomissão Técnica identificou que a proposta não apresentava estrutura de gerenciamento de crises mais robusta e considerou essa circunstância no momento da avaliação.

Tanto assim que a CDN não recebeu a pontuação máxima no Subquestito II, obtendo 17,9 pontos, evidenciando que a ressalva foi efetivamente ponderada pelos avaliadores e refletida na nota atribuída.

O que pretende a Recorrente é que essa mesma observação, já considerada pela banca examinadora, produza novo rebaixamento da pontuação, em intensidade superior àquela reputada adequada pela própria Subcomissão Técnica.

Em outras palavras, busca substituir o juízo técnico regularmente exercido pelos avaliadores por sua própria percepção acerca do peso que deveria ser atribuído ao tema gestão de crises.

Tal pretensão não encontra respaldo no Edital.

Não demonstrado qualquer erro na aplicação dos critérios previstos no Anexo III, tampouco qualquer descumprimento de requisito obrigatório da Estratégia de Comunicação Institucional, impõe-se a rejeição da alegação formulada pela Apex, preservando-se a pontuação regularmente atribuída à proposta da CDN.

III.6 – Da alegação de ausência de metas de transformação reputacional e de suposto erro de cálculo

Sustenta a Apex que a Estratégia de Comunicação Institucional da CDN não estabeleceria metas de transformação reputacional, limitando-se a indicadores de produção e exposição, afirmando, ainda, existir incompatibilidade entre a meta de 3 a 5 inserções por mês e a previsão anual de 40 a 60 inserções.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 2.2.1.2 do Anexo III, a Estratégia de Comunicação Institucional é avaliada, entre outros aspectos, pela consistência das relações de causa e efeito entre o diagnóstico, as ações propostas e os resultados esperados.

O Edital, entretanto, não exige a fixação de metas quantitativas específicas de reputação, tampouco estabelece indicadores obrigatórios de percepção institucional para fins de avaliação da Estratégia.

Ainda assim, a proposta da CDN vai além das exigências editalícias.



A Estratégia foi estruturada com base em **OKRs (Objectives and Key Results)** que articulam indicadores quantitativos e qualitativos diretamente vinculados ao diagnóstico apresentado, contemplando, entre outros aspectos, o acompanhamento da associação do CONFEA aos temas de proteção da sociedade, qualidade técnica e desenvolvimento, bem como a evolução da cobertura institucional ao longo da execução contratual.

Não procede, portanto, a afirmação de que a proposta se limitaria a metas de produção ou exposição.

Quanto à alegada inconsistência aritmética, a Estratégia estabelece como referência operacional a obtenção de 3 a 5 inserções por mês, o que corresponde a um intervalo anual compreendido entre 36 e 60 inserções.

A menção à faixa anual de 40 a 60 inserções não compromete a compreensão da meta estabelecida, tampouco altera a lógica da estratégia apresentada, revelando, quando muito, mera imprecisão redacional incapaz de interferir na avaliação técnica da proposta.

Trata-se de aspecto que não afeta a consistência da Estratégia, não compromete sua exequibilidade e não guarda relação com os atributos objetivos de julgamento previstos no Anexo III do Edital.

A Apex procura transformar uma observação de natureza meramente aritmética em fundamento para revisão da pontuação atribuída à proposta da CDN, embora o próprio Edital não estabeleça qualquer critério de avaliação relacionado à forma de apresentação desses indicadores.

Não demonstrado qualquer prejuízo à compreensão da Estratégia ou qualquer afronta aos critérios objetivos de julgamento, a alegação formulada pela Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.7 – Da alegação de que o marco inaugural da Estratégia dependeria de veículo externo

Sustenta a Apex que a abertura da Estratégia de Comunicação Institucional por meio de artigo de opinião assinado pela Presidente do CONFEA, a ser publicado em veículo de grande circulação, comprometeria a exequibilidade da proposta, por depender da decisão editorial de terceiro.

A alegação não merece prosperar.

O artigo de opinião previsto na Peça 02 integra a estratégia de relacionamento com a imprensa e consiste em produção trimestral destinada à distribuição proativa para veículos de comunicação segmentados.



A referência à publicação desse artigo como marco inaugural da Estratégia possui caráter eminentemente narrativo e simbólico, não constituindo condição para o início da execução contratual nem pressuposto para implementação das demais ações previstas.

Nos termos do subitem 2.2.1.2, alínea "e", do Anexo III, a exequibilidade da Estratégia deve ser aferida em relação à coerência das ações propostas e à sua compatibilidade com os recursos financeiros disponibilizados para execução do contrato.

O Edital não estabelece como requisito de exequibilidade a garantia de aceitação editorial de artigos de opinião por veículos de comunicação, tampouco condiciona a viabilidade da Estratégia ao sucesso de determinada ação de relacionamento com a imprensa.

A distribuição proativa de artigos assinados a veículos de comunicação constitui prática corrente nas atividades de assessoria de imprensa e de comunicação institucional.

Eventual opção editorial de determinado veículo por não publicar o conteúdo encaminhado não inviabiliza a Estratégia, nem compromete a execução da ação proposta.

Ao contrário, a própria dinâmica da assessoria de imprensa pressupõe o encaminhamento da mesma pauta a diferentes veículos integrantes do mailing estratégico, ampliando as oportunidades de publicação e de alcance da mensagem institucional.

Assim, a eventual não publicação por um veículo específico não impede a divulgação do artigo por outros meios de comunicação, tampouco interfere na continuidade da Estratégia de Comunicação Institucional.

Também não procede a afirmação de que o início das entregas dependeria da publicação desse artigo.

As ações previstas na proposta possuem cronograma próprio de execução e independem da aceitação editorial da peça inaugural, que representa apenas elemento de abertura da narrativa institucional concebida pela CDN, e não condição operacional para o desenvolvimento das atividades subsequentes.

A Apex procura, portanto, atribuir à Estratégia requisito de exequibilidade inexistente no Edital, confundindo prática ordinária de relacionamento com a imprensa com fator de inviabilidade da proposta.

Tal interpretação amplia indevidamente os critérios de julgamento estabelecidos pelo instrumento convocatório e não encontra respaldo no subitem **2.2.1.2 do Anexo III**.

Dessa forma, inexistindo qualquer demonstração de comprometimento da exequibilidade da Estratégia ou de afronta aos critérios objetivos de avaliação previstos no Edital, a alegação deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.



III.8 – Da alegação de contradição quanto à utilização da liderança institucional

Sustenta a Apex que a proposta da CDN seria contraditória ao identificar, no diagnóstico, a excessiva dependência da liderança institucional como fator de vulnerabilidade da comunicação e, ao mesmo tempo, utilizar a Presidente do CONFEA como ativo narrativo central da Estratégia de Comunicação Institucional.

A alegação não merece prosperar.

A Estratégia de Comunicação Institucional apresentada pela CDN organiza a atuação dos porta-vozes em dois níveis distintos – estratégico e tático –, conforme previsto no item A da Estratégia e na respectiva matriz de porta-vozes, justamente com o objetivo de diversificar a representação institucional perante os diferentes públicos de interesse.

Nesse contexto, a utilização da Presidente do CONFEA ocorre de forma qualificada e compatível com o princípio da impessoalidade, coexistindo com a atuação de conselheiros federais, presidentes dos CREAs e representantes da diretoria da Mútua, acionados de acordo com a natureza do tema, a especialidade técnica envolvida e a abrangência regional da comunicação.

Diversificar porta-vozes não significa excluir ou reduzir a participação da liderança institucional.

Significa, precisamente, deixar de concentrar toda a comunicação institucional em uma única figura, distribuindo a representação do Sistema entre diferentes agentes legitimados para falar em nome da instituição.

Foi exatamente essa solução que a CDN propôs.

A Estratégia preserva o capital institucional e comunicacional da Presidente do CONFEA para situações em que sua participação agrega maior valor à comunicação, ao mesmo tempo em que estrutura rede de porta-vozes técnicos e institucionais apta a conferir maior capilaridade, especialização e continuidade às ações de comunicação.

Não há, portanto, qualquer contradição entre o diagnóstico e a Estratégia.

Ao contrário, a Estratégia representa a resposta direta ao problema identificado no diagnóstico.

A vulnerabilidade apontada não consistia na existência de liderança institucional forte, mas na excessiva concentração da comunicação em um único porta-voz.

A solução proposta pela CDN enfrenta exatamente essa questão, reduzindo a dependência anteriormente identificada por meio da diversificação dos porta-vozes e da distribuição estratégica das atribuições de comunicação institucional.



A interpretação sustentada pela Apex desconsidera a lógica de causa e efeito construída pela proposta e acaba por transformar em suposta inconsistência aquilo que, na realidade, constitui a solução concebida para o desafio identificado no diagnóstico.

Não demonstrada qualquer incompatibilidade entre o diagnóstico e a Estratégia de Comunicação Institucional, tampouco qualquer afronta aos critérios objetivos previstos no subitem 2.2.1.2 do Anexo III, a alegação formulada pela Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.9 – Da alegação de insuficiência da governança para relacionamento com influenciadores

Sustenta a Apex que a Estratégia de Comunicação Institucional da CDN seria insuficiente por não estabelecer critérios detalhados para seleção de influenciadores, análise reputacional, regras de remuneração, cessão de direitos de imagem e protocolos específicos para o relacionamento com influenciadores digitais.

A alegação não merece prosperar.

Inicialmente, cumpre observar que o subitem **2.2.1.2 do Anexo III** não inclui a governança de influenciadores digitais entre os atributos objetivos de avaliação da Estratégia de Comunicação Institucional.

O Edital não exige que a proposta técnica apresente regramento contratual detalhado sobre remuneração, cessão de direitos de imagem, due diligence reputacional ou demais procedimentos administrativos relacionados à futura contratação de influenciadores.

Ainda assim, a proposta apresentada pela CDN contempla planejamento específico para essa frente de atuação.

A Estratégia prevê a seleção de profissionais influenciadores a partir de critérios técnicos, conforme demonstrado nas Peças 06 e na ação de vídeo-depoimento, além da elaboração de Planejamento para Relacionamento com Influenciadores Digitais, estruturado com definição de linha editorial por plataforma e mecanismos de validação pela Gerência de Comunicação – GCO.

A Apex, contudo, pretende exigir da proposta técnica detalhamento próprio da fase de execução contratual.

Questões relativas à remuneração dos influenciadores, formalização contratual, cessão de direitos de imagem, definição das obrigações das partes e demais procedimentos administrativos constituem matérias inerentes à execução do contrato, disciplinadas por ordens de serviço, instrumentos contratuais específicos e procedimentos internos da Administração, não integrando o conteúdo exigível da proposta técnica apresentada em via não identificada.



A pretensão recursal, portanto, amplia indevidamente os critérios estabelecidos pelo Edital, criando requisito inexistente para avaliação da Estratégia de Comunicação Institucional.

Não se pode exigir da licitante que antecipe, na fase de julgamento da proposta técnica, instrumentos jurídicos e operacionais próprios da gestão contratual, sob pena de confundir etapas distintas do procedimento licitatório e impor obrigação não prevista no instrumento convocatório.

Dessa forma, inexistindo qualquer exigência editalícia de apresentação do detalhamento pretendido pela Recorrente e tendo a CDN previsto planejamento específico para o relacionamento com influenciadores digitais, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.10 – Da alegação de elevada densidade operacional da Estratégia

Sustenta a Apex que a Estratégia de Comunicação Institucional da CDN apresentaria elevada densidade operacional, em razão da amplitude das frentes de atuação propostas — imprensa, produção de conteúdo, influenciadores, podcasts, pesquisas, auditorias e media training —, afirmando que o Plano de Implementação não demonstraria estrutura suficiente para suportar esse volume de entregas e que haveria subdimensionamento da operação.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 2.2.1.2 do Anexo III, um dos atributos de avaliação da Estratégia de Comunicação Institucional consiste justamente em sua exequibilidade dentro dos limites orçamentários estabelecidos pelo Edital.

Foi exatamente isso que a proposta da CDN demonstrou.

A solução apresentada foi concebida com base em modelo de produção multicanal, no qual uma mesma apuração jornalística ou institucional gera diferentes produtos de comunicação destinados a múltiplas plataformas, potencializando o aproveitamento do conteúdo produzido.

Da mesma forma, a utilização de banco de conteúdos e banco de imagens reduz retrabalho, racionaliza a produção e amplia a eficiência operacional da estratégia, permitindo a distribuição coordenada das entregas ao longo da execução contratual.

O Plano de Implementação demonstra essa lógica de forma objetiva.

As 25 ações e 10 peças previstas encontram-se devidamente distribuídas no cronograma de execução e compatibilizadas com o orçamento apresentado, que totaliza R\$ 3.485.963,71, permanecendo dentro da verba referencial estabelecida para a contratação.



Não procede, portanto, a afirmação de que a Estratégia seria inexecutável ou incompatível com os recursos financeiros disponíveis.

A própria Subcomissão Técnica reconheceu a elevada densidade operacional da proposta, circunstância que decorre diretamente da opção estratégica adotada para atender ao Briefing, o qual demanda comunicação institucional integrada, contínua e multicanal.

A densidade operacional apontada pela Recorrente não representa deficiência da proposta, mas consequência natural da amplitude do objeto licitado e da metodologia escolhida para sua execução.

É precisamente a lógica de produção integrada e de reaproveitamento inteligente dos conteúdos que torna viável a execução desse conjunto de ações dentro da verba disponível.

A Apex procura qualificar como risco operacional aquilo que, na realidade, constitui solução metodológica concebida para atender às exigências do próprio Edital.

Quanto aos alegados subdimensionamentos, verifica-se que a Recorrente formula críticas específicas à composição do Plano de Implementação, matéria que será enfrentada oportunamente nas contrarrazões ao Quesito 4, ocasião em que cada uma dessas alegações será analisada individualmente.

Dessa forma, inexistindo qualquer demonstração de afronta aos critérios objetivos previstos no subitem 2.2.1.2 do Anexo III, tampouco qualquer elemento que comprometa a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Institucional, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.11 – Da alegação de baixa originalidade da Solução de Comunicação Institucional

Sustenta a Apex que a Solução de Comunicação Institucional apresentada pela CDN seria composta por produtos usuais de comunicação institucional e que o agrupamento das ações nos eixos "Protege", "Forma" e "Desenvolve" não lhes conferiria caráter inovador, razão pela qual a proposta deveria receber pontuação inferior.

A alegação não merece prosperar.

O subitem **2.2.1.3 do Anexo III** estabelece, de forma objetiva, os atributos de avaliação da Solução de Comunicação Institucional: ****(i)**** alinhamento com a Estratégia de Comunicação Institucional; ****(ii)**** pertinência em relação à natureza do contratante e ao desafio de comunicação; ****(iii)**** adequação aos públicos estratégicos e aos recursos próprios de comunicação; ****(iv)**** capacidade de produzir múltiplas interpretações favoráveis da atuação institucional; ****(v)**** funcionalidade das soluções propostas; e ****(vi)**** exequibilidade.



Em nenhum momento o Edital estabelece a originalidade, a inovação ou o ineditismo das peças como critério autônomo de avaliação.

O atributo relativo à multiplicidade de interpretações favoráveis refere-se à capacidade da solução de ampliar e qualificar a percepção institucional do CONFEA perante seus diferentes públicos, e não ao caráter inédito dos formatos de comunicação empregados.

A própria Subcomissão Técnica reconheceu que a Solução de Comunicação Institucional apresentada pela CDN era consistente, pertinente e acurada, registrando, ainda, que os exemplos de peças apresentados possuíam primorosa direção de arte e eram bem redigidos.

São precisamente esses os atributos valorizados pelo Edital para fins de julgamento.

A Apex, entretanto, procura destacar uma impressão estética registrada pela banca — relacionada ao pragmatismo das soluções propostas — para convertê-la em fundamento de expressiva redução da pontuação atribuída à CDN.

Todavia, impressões de natureza estética ou percepções subjetivas acerca do grau de inovação das peças não integram os critérios objetivos previstos no subitem 2.2.1.3 do Anexo III.

Além disso, eventual ressalva dessa natureza já foi considerada pela própria Subcomissão Técnica no momento do julgamento.

A CDN não recebeu a pontuação máxima no quesito, circunstância que evidencia que todos os aspectos considerados relevantes pelos avaliadores foram devidamente ponderados na composição da nota final.

O que pretende a Recorrente é que essa mesma observação, já valorada pela banca examinadora, produza nova e mais severa redução da pontuação, atribuindo-lhe peso superior ao considerado tecnicamente adequado pelos próprios avaliadores.

Em outras palavras, busca transformar uma impressão estética em critério autônomo de julgamento, embora tal requisito não exista no Edital e não tenha sido adotado pela própria Subcomissão Técnica.

Acolher essa pretensão significaria revisar a pontuação com fundamento em requisito inexistente no instrumento convocatório, em afronta aos princípios da vinculação ao Edital, do julgamento objetivo e da isonomia entre os licitantes.

Não demonstrado qualquer descumprimento dos atributos previstos no subitem 2.2.1.3 do Anexo III, tampouco qualquer inconsistência na Solução de Comunicação Institucional apresentada pela CDN, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.12 – Da alegação de ausência de ação específica de gerenciamento de crises na Solução de Comunicação Institucional



Sustenta a Apex que a Solução de Comunicação Institucional apresentada pela CDN não contempla ação específica destinada ao gerenciamento de crises, por não prever manual de crise, comitê, fluxograma, simulações ou protocolo próprio de gerenciamento, circunstância que, segundo a Recorrente, seria incompatível com a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 2.2.1.3 do Anexo III, a Solução de Comunicação Institucional é avaliada quanto ao seu alinhamento com a Estratégia, à pertinência em relação ao desafio de comunicação, à adequação aos públicos estratégicos, à capacidade de produzir interpretações favoráveis, à funcionalidade das ações propostas e à sua exequibilidade.

O Edital não estabelece como requisito obrigatório a inclusão de produto específico voltado ao gerenciamento de crises.

Ao contrário, os produtos relacionados à Prevenção e Gerenciamento de Crises integram o catálogo constante do Anexo II, constituindo uma das categorias de serviços passíveis de utilização pela futura contratada, cabendo a cada licitante definir, de acordo com sua estratégia, o conjunto de ações mais adequado ao atendimento do objeto licitado.

A proposta da CDN adotou opção metodológica distinta.

A prevenção de riscos reputacionais foi estruturada por meio do monitoramento diário, do protocolo de mitigação de sensibilidades e da preparação de porta-vozes, instrumentos distribuídos entre a Estratégia de Comunicação Institucional e o Plano de Implementação, compondo solução integrada para prevenção e tratamento de situações sensíveis.

A própria Subcomissão Técnica registrou que teria preferido solução mais específica para gerenciamento de crises, circunstância que já foi considerada no julgamento e refletida na pontuação atribuída à proposta.

Pretende agora a Recorrente que essa mesma observação produza novos descontos em diferentes subquesitos da proposta técnica.

Com efeito, a Apex utiliza idêntico argumento para impugnar o Raciocínio Básico, a Estratégia de Comunicação Institucional, a Solução de Comunicação Institucional e o Plano de Implementação, tratando uma única ressalva como se representasse quatro falhas autônomas.

Tal pretensão não encontra respaldo no Edital nem na lógica do julgamento realizado pela Subcomissão Técnica.

A observação relativa à inexistência de produto específico de gerenciamento de crises constitui um único aspecto da proposta, já apreciado pela banca examinadora e considerado na composição das notas atribuídas.



Permitir que essa mesma circunstância seja utilizada sucessivamente para justificar reduções em diversos quesitos distintos equivaleria a atribuir múltiplas penalizações ao mesmo fato, ampliando artificialmente seus efeitos sobre a avaliação global da proposta.

Mais do que isso, tal pretensão se refere a produto que o próprio ****Anexo II**** apresenta como integrante de catálogo facultativo, e não como elemento obrigatório da proposta técnica.

Não é juridicamente admissível transformar a não utilização de um produto opcional em fundamento para sucessivas reduções de pontuação, sobretudo quando a própria licitante apresentou solução alternativa para o tratamento preventivo dos riscos reputacionais.

Dessa forma, inexistindo obrigação editalícia de apresentação de ação específica de gerenciamento de crises e tendo a Subcomissão Técnica já considerado essa circunstância na avaliação da proposta, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída à CDN.

III.13 – Da alegação de enquadramento inadequado da peça em motion como Infográfico Dinâmico e/ou Interativo

Sustenta a Apex que a Peça 08, apresentada em formato de vídeo em motion, teria sido indevidamente vinculada, na composição orçamentária, ao produto Infográfico Dinâmico e/ou Interativo, inexistindo equivalência técnica entre ambos.

A alegação não merece prosperar.

Inicialmente, importa destacar que o próprio Edital estabelece tratamento específico para as peças exemplificadas apresentadas na Solução de Comunicação Institucional.

Nos termos do subitem 1.3.3.8, os exemplos apresentados pelas licitantes não são avaliados segundo os critérios próprios de materiais finalizados, destinando-se exclusivamente a ilustrar as propostas de comunicação a serem desenvolvidas durante a execução contratual.

Sua finalidade consiste em demonstrar linguagem, conceito, formato e solução criativa, não em constituir produto definitivo passível de auditoria técnica ou de análise exaustiva quanto à sua classificação.

Também não procede a alegação de inadequação da rubrica orçamentária utilizada.

O Anexo II não contempla produto específico destinado a vídeo em motion com a linguagem gráfica apresentada pela CDN.



Dentre os produtos constantes do catálogo, o Infográfico Dinâmico e/ou Interativo é justamente aquele cuja descrição contempla animações destinadas à internet e aos ambientes digitais, prevendo expressamente soluções desenvolvidas em Flash, HTML5 ou animação em 3D, sendo que o grau de alta complexidade corresponde precisamente às soluções produzidas em HTML5 ou 3D.

Foi essa a rubrica adotada pela CDN.

A vinculação da peça ao produto do catálogo que contempla animações para ambientes digitais observou exatamente a sistemática estabelecida pelo Edital, utilizando-se o respectivo valor unitário oficial previsto para o produto, conforme determina o subitem 1.3.4.1.

O fato de a peça exemplificada utilizar linguagem visual em motion não descaracteriza sua natureza.

Ao contrário, trata-se de conteúdo estruturado para apresentar informações de forma visual, animada e adaptada às plataformas digitais, características compatíveis com o conceito de ****Infográfico Dinâmico e/ou Interativo**** previsto no catálogo de produtos do Anexo II.

A Apex procura transformar discussão acerca da classificação técnica de uma peça meramente exemplificativa em fundamento para revisão da pontuação da proposta.

Entretanto, tal interpretação contraria o próprio tratamento conferido pelo Edital às peças exemplificadas, cuja finalidade não consiste na validação técnica de produto acabado, mas na demonstração das soluções criativas concebidas pela licitante.

Não demonstrada qualquer desconformidade entre a rubrica utilizada, o catálogo oficial de produtos e a sistemática prevista no Edital para apresentação das peças exemplificadas, a alegação formulada pela Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída à Solução de Comunicação Institucional da CDN.

III.14 – Da alegação de ausência de solução tecnológica para o processo de onboarding

Sustenta a Apex que a Peça 09 – Guia de Boas-vindas não seria exequível porque sua proposta prevê o envio automático ao profissional no momento do primeiro registro, sem demonstrar integração com o sistema cadastral do CONFEA, mecanismos de automação ou governança dos dados utilizados.

A alegação não merece prosperar.

A Peça 09 constitui exemplo de material de comunicação institucional, cuja finalidade é demonstrar a solução criativa proposta pela CDN para o processo de onboarding dos novos profissionais registrados no Sistema.

A composição orçamentária contempla a criação editorial desse material, exatamente como previsto na proposta técnica.



Nos termos do subitem 1.3.3.8 do Edital, as peças exemplificadas não são avaliadas como produtos tecnológicos finalizados ou soluções completas de engenharia, destinando-se exclusivamente a ilustrar as propostas de comunicação que poderão ser desenvolvidas durante a execução contratual.

Também não procede a alegação de que a proposta deveria demonstrar integração com sistemas cadastrais, automação de disparos ou governança de bases de dados.

Esses elementos integram a infraestrutura tecnológica do contratante e não constituem objeto da contratação de serviços de comunicação institucional.

Da mesma forma, não integram os atributos de avaliação previstos no subitem 2.2.1.3 do Anexo III, que se concentram na pertinência, funcionalidade, adequação e exequibilidade das soluções de comunicação propostas.

A entrega concebida pela CDN consiste precisamente na elaboração do conteúdo editorial do processo de onboarding, estruturado de forma segmentada conforme a área profissional do destinatário e apto a ser incorporado ao fluxo de comunicação já existente no ambiente cadastral do CONFEA.

A operacionalização tecnológica do envio automático, por sua vez, depende da infraestrutura de tecnologia da informação utilizada pela Autarquia e dos procedimentos administrativos adotados durante a execução contratual.

A Apex procura atribuir à agência de comunicação obrigação que extrapola o objeto licitado, deslocando para a proposta técnica responsabilidades próprias da área de tecnologia da informação do contratante.

Tal exigência não encontra previsão no Edital e amplia indevidamente os critérios objetivos de julgamento estabelecidos para a Solução de Comunicação Institucional.

Dessa forma, inexistindo qualquer obrigação editalícia de apresentação de solução tecnológica para automação do fluxo cadastral e tendo a CDN apresentado a solução de comunicação correspondente ao objeto da contratação, a alegação formulada pela Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.15 – Da alegação de ausência de demonstração dos custos relacionados aos conteúdos com influenciadores

Sustenta a Apex que a Solução de Comunicação Institucional não demonstraria adequadamente os custos relacionados aos conteúdos produzidos com influenciadores, em razão da ausência de detalhamento acerca da remuneração, deslocamentos, cessão de direitos de imagem e critérios de seleção, circunstância que comprometeria a exequibilidade da proposta.



A alegação não merece prosperar.

Dos seis atributos previstos no subitem 2.2.1.3 do Anexo III, o único potencialmente relacionado à argumentação da Recorrente refere-se à exequibilidade da Solução de Comunicação Institucional, a qual deve ser aferida em função do investimento disponível para sua execução.

Foi exatamente esse requisito que a proposta da CDN demonstrou atender.

Os conteúdos desenvolvidos com influenciadores foram contemplados na composição orçamentária mediante utilização dos produtos Vídeo-depoimento e Conteúdo Multimídia para Ambientes Digitais, ambos orçados com base nos valores unitários oficiais constantes do Anexo II do Edital.

Da mesma forma, os critérios de seleção por mérito técnico encontram-se expressamente previstos nas peças e ações correspondentes.

A proposta demonstra, assim, que os custos relacionados às ações com influenciadores estão compatibilizados com os produtos selecionados e inseridos na verba disponível para execução da Estratégia, evidenciando a exequibilidade exigida pelo Edital.

A Apex, entretanto, pretende exigir o detalhamento de aspectos relativos à remuneração dos influenciadores, deslocamentos, cessão de direitos de imagem e demais condições de contratação.

Tais elementos, contudo, não integram os atributos objetivos de avaliação da Solução de Comunicação Institucional previstos no subitem 2.2.1.3 do Anexo III.

Trata-se de matéria própria da fase de execução contratual, disciplinada por ordem de serviço, não constituindo conteúdo exigível de proposta técnica apresentada em via não identificada.

A exigência formulada pela Recorrente reproduz, no âmbito da Solução de Comunicação Institucional, a mesma tese anteriormente deduzida em relação à Estratégia de Comunicação Institucional, procurando transformar aspectos inerentes à execução contratual em critérios de julgamento da proposta técnica, sem qualquer respaldo no Edital.

Não se pode admitir que requisitos inexistentes no instrumento convocatório sejam introduzidos em sede recursal para justificar a redução da pontuação atribuída à proposta da CDN.

III.16 – Da alegação de correspondências orçamentárias supostamente inadequadas

Sustenta a Apex que a Solução de Comunicação Institucional apresentaria enquadramentos orçamentários inadequados ou pouco claros, citando, exemplificativamente, a vinculação da newsletter a produto editorial, do áudio-release ao produto podcast de alta complexidade, do banco de conteúdos ao produto banco de



mídias, do e-book aos produtos conteúdo e design de apresentação, bem como a previsão de vídeo-reportagens em uma única peça.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 1.3.4.1 do Edital, cada ação e peça integrante da Solução de Comunicação Institucional deve ser vinculada ao produto correspondente previsto no Anexo II, utilizando-se os respectivos valores unitários oficiais.

Foi exatamente essa sistemática que a CDN observou.

A composição orçamentária identifica, de forma expressa, a ação ou peça correspondente a cada item lançado, permitindo o perfeito cotejo entre a Solução de Comunicação Institucional e a respectiva composição financeira, conforme previsto pelo próprio Edital.

Também não procede a afirmação de que os enquadramentos adotados seriam incompatíveis com o catálogo oficial de produtos.

As correspondências observam precisamente as rubricas existentes no Anexo II.

O áudio-release foi vinculado ao produto podcast, por constituir conteúdo derivado desse formato; a newsletter foi estruturada mediante utilização dos produtos correspondentes ao projeto editorial e à diagramação de publicações; e o banco de conteúdos foi associado ao produto banco de mídias, rubrica expressamente prevista no catálogo oficial.

Em todos os casos, a proposta utilizou os produtos existentes no Anexo II, aplicando os respectivos valores unitários oficiais, conforme determina o Edital.

,A Apex, contudo, procura qualificar como inadequada a utilização das próprias rubricas disponibilizadas pela Administração para composição das propostas técnicas.

Não se verifica, entretanto, qualquer demonstração de incompatibilidade entre os produtos utilizados, a natureza das ações propostas e o catálogo oficial constante do Anexo II.

Dessa forma, tendo a CDN observado a sistemática de vinculação prevista no subitem 1.3.4.1, utilizado exclusivamente produtos constantes do Anexo II e identificado expressamente a correspondência entre cada ação e sua composição orçamentária, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.17 – Considerações preliminares sobre o Plano de Implementação

Antes do exame das alegações específicas formuladas pela Apex em relação ao Plano de Implementação, faz-se necessária uma consideração preliminar acerca dos critérios objetivos de julgamento estabelecidos pelo Edital para esse subquestito.



O Plano de Implementação é avaliado a partir de dois atributos: (i) a adequação do cronograma, considerada a complexidade técnica das ações propostas; e (ii) a eficiência, a economicidade e a otimização da utilização da verba destinada à execução contratual.

Por sua vez, o subitem 1.3.4.2 do Edital determina que todas as ações constantes da Solução de Comunicação Institucional estejam refletidas no cronograma de execução e na correspondente composição orçamentária.

Foi exatamente essa sistemática que a CDN observou.

As 25 (vinte e cinco) ações e as 10 (dez) peças integrantes da Solução de Comunicação Institucional encontram-se integralmente contempladas no Plano de Implementação, com a correspondente previsão cronológica e orçamentária, em estrita observância às exigências do instrumento convocatório.

Grande parte das alegações formuladas pela Apex parte da premissa de que determinados produtos constantes do catálogo do Anexo II, tais como media training de crise, treinamento para apresentações, clipping de televisão e rádio e outros produtos relacionados ao gerenciamento de crises, deveriam obrigatoriamente integrar o Plano de Implementação da CDN.

Essa premissa, contudo, não encontra respaldo no Edital.

Os produtos mencionados pela Recorrente integram o catálogo de serviços constante do Anexo II, cabendo à licitante selecionar aqueles que comporão a Solução de Comunicação Institucional por ela proposta.

Os produtos que não foram escolhidos pela CDN para integrar sua Solução de Comunicação Institucional não precisavam constar do cronograma físico-financeiro nem da composição orçamentária, justamente porque não constituem ações propostas pela licitante.

O Edital não obriga a contratação da totalidade dos produtos previstos no catálogo do Anexo II.

Exigir que o Plano de Implementação contemplasse produtos que a própria CDN não elegeu para compor sua Solução de Comunicação Institucional significa criar obrigação inexistente no instrumento convocatório e ampliar indevidamente os critérios objetivos de julgamento estabelecidos para esse subquesto.

É sob essa premissa que devem ser analisadas as alegações específicas formuladas pela Apex em relação ao Plano de Implementação.

III.18 – Da alegação de insuficiência do Media Training

Sustenta a Apex que a ação de Media Training prevista pela CDN seria insuficiente, sob o argumento de que a capacitação seria destinada à Presidente do CONFEA, conselheiros, presidentes dos CREAs e porta-vozes técnicos, embora a composição



orçamentária contemplasse apenas uma unidade de Media Training de Alta Complexidade, destinada à preparação de até quatro porta-vozes.

A alegação não merece prosperar.

A Ação 1.6 encontra-se regularmente contemplada no Plano de Implementação, estando prevista tanto no cronograma de execução quanto na composição orçamentária, mediante utilização do Produto 3.1 – Media Training de Alta Complexidade, no valor de R\$ 40.000,00, expressamente vinculado à referida ação, em estrita observância ao subitem 1.3.4.2 do Edital.

O Edital, contudo, não estabelece número mínimo de unidades de Media Training, tampouco exige que todos os porta-vozes do Sistema Confea/Crea e Mútua sejam capacitados simultaneamente ou por meio de turmas distintas.

A proposta da CDN prevê a utilização do ****Media Training de Alta Complexidade**** para preparação do grupo prioritário de porta-vozes, previamente às entrevistas, pronunciamentos e coletivas de imprensa, exatamente como descrito no Plano de Implementação.

O dimensionamento da ação por meio de uma unidade qualificada, e não pela multiplicação de treinamentos ou de turmas, constitui opção metodológica da licitante, voltada à racionalização da utilização dos recursos disponíveis.

Essa opção, longe de comprometer a proposta, guarda plena compatibilidade com um dos próprios atributos de julgamento do Plano de Implementação, previsto no subitem 2.2.1.4, alínea "b", do Anexo III, que valoriza a eficiência, a economicidade e a otimização da utilização da verba.

A Apex procura qualificar como insuficiência justamente uma solução concebida para otimizar os recursos financeiros disponibilizados para a contratação.

Em outras palavras, critica a contenção de gastos adotada pela CDN em subquesto cujo próprio Edital prestigia a eficiência e a economicidade na utilização da verba.

Não demonstrado qualquer descumprimento das exigências estabelecidas pelo Edital, tampouco qualquer incompatibilidade entre a ação proposta, sua previsão orçamentária e os critérios objetivos de julgamento do Plano de Implementação, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.20 – Da alegação de ausência de Media Training em Situações de Crise

Sustenta a Apex que a proposta da CDN seria deficiente por não contemplar a contratação do produto Media Training em Situações de Crise, previsto no catálogo do Anexo II.



A alegação não merece prosperar.

O Media Training em Situações de Crise corresponde ao Produto 3.2 do catálogo constante do Anexo II do Edital.

A CDN, entretanto, não elegeu esse produto para compor a Solução de Comunicação Institucional por ela apresentada.

Nos termos do subitem 1.3.4.2 do Edital, somente devem constar do cronograma de execução e da composição orçamentária as ações que integram a Solução de Comunicação Institucional proposta pela licitante.

Foi exatamente essa sistemática que a CDN observou.

O Edital não torna obrigatória a contratação de todos os produtos constantes do catálogo.

Também não procede a afirmação de que a proposta deixou de contemplar a preparação dos porta-vozes para atuação em temas sensíveis.

A Estratégia de Comunicação Institucional prevê protocolo de mitigação de sensibilidades e documento de perguntas e respostas, instrumentos voltados justamente à preparação dos porta-vozes para situações de potencial repercussão institucional.

A própria Subcomissão Técnica registrou a ausência de uma linha específica destinada ao gerenciamento de crises, circunstância que já foi considerada na avaliação da proposta e refletida na pontuação atribuída à CDN.

Não há, contudo, qualquer violação ao Edital.

A ausência de contratação do Produto 3.2 decorre de opção metodológica legítima da licitante, que estruturou solução diversa para o tratamento preventivo de situações sensíveis, sem afrontar qualquer disposição do instrumento convocatório.

Não demonstrada qualquer afronta ao subitem 1.3.4.2 do Edital, tampouco existindo previsão editalícia que torne obrigatória a contratação do Produto 3.2 – Media Training em Situações de Crise, a alegação formulada pela Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.21 – Da alegação de insuficiência orçamentária para a Avaliação da Percepção de Imagem

Sustenta a Apex que a proposta da CDN contemplaria duas pesquisas de percepção de imagem — uma no início e outra ao final da execução contratual —, embora apenas uma unidade do produto correspondente tenha sido prevista na composição orçamentária.

A alegação não merece prosperar.



A Ação 1.3 da proposta da CDN corresponde a uma única Avaliação da Percepção de Imagem, estruturada em dois momentos de medição: a realização da linha de base, na Fase 1 do Plano de Implementação, e a avaliação final, na Fase 4, conforme expressamente descrito na proposta técnica.

Trata-se, portanto, de um único estudo desenvolvido em dois momentos distintos, destinado a permitir a comparação entre o cenário inicial e os resultados alcançados ao término da execução contratual.

A composição orçamentária observa exatamente essa metodologia.

O Produto 1.1 do Anexo II foi previsto em uma unidade, no valor de R\$ 80.053,76, encontrando-se expressamente vinculado à Ação 1.3, em conformidade com a sistemática prevista no Edital.

Não se trata de duas pesquisas independentes, mas de uma única avaliação composta por dois pontos de medição.

Esse modelo, baseado na definição de uma linha de base e na aferição dos resultados ao final da execução, constitui metodologia adequada para mensuração da evolução da percepção institucional, permitindo avaliar a efetividade das ações de comunicação implementadas ao longo do contrato.

A interpretação sustentada pela Apex, ao considerar que a proposta contemplaria duas pesquisas autônomas, não corresponde ao conteúdo efetivamente apresentado pela CDN.

Ao desconsiderar a metodologia expressamente descrita no Plano de Implementação, a Recorrente parte de premissa equivocada para sustentar suposta insuficiência orçamentária inexistente.

Não demonstrada qualquer incompatibilidade entre a metodologia proposta, a composição orçamentária e as exigências do Edital, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.22 – Da alegação de insuficiência orçamentária do Diagnóstico e Matriz Estratégica

Sustenta a Apex que a ação Diagnóstico e Matriz Estratégica foi descrita na proposta como atividade de realização semestral, embora a composição orçamentária contemple apenas uma unidade do produto correspondente.

A alegação merece apenas parcial consideração.

De fato, verifica-se imprecisão pontual entre a descrição constante da Ação 1.4, que faz referência à periodicidade semestral, e a composição orçamentária, que contempla uma unidade do Produto 1.3.



Trata-se, contudo, de imprecisão de granularidade da planilha orçamentária, e não de ausência da ação no Plano de Implementação.

A ação encontra-se regularmente prevista tanto no cronograma quanto na composição orçamentária, em conformidade com o subitem 1.3.4.2 do Edital, que exige a correspondência entre as ações integrantes da Solução de Comunicação Institucional e o respectivo Plano de Implementação.

A divergência apontada não compromete a execução da ação, tampouco afasta o atendimento aos atributos objetivos de julgamento previstos no subitem 2.2.1.4 do Anexo III.

O cronograma permanece compatível com a complexidade técnica das atividades propostas e a composição financeira permanece inserida dentro da verba disponibilizada para execução do contrato, preservando a eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos, exatamente como exige o Edital.

A pretensão da Apex, contudo, consiste em atribuir a essa imprecisão pontual efeito desproporcional sobre a avaliação da proposta.

Tal entendimento, inclusive, mostra-se incompatível com a própria tese sustentada pela Recorrente em seu recurso, ao defender que as impropriedades identificadas em seu Relato de Solução de Problema de Comunicação – CREA/BA constituiriam meras falhas pontuais, incapazes de justificar redução significativa de sua pontuação.

O mesmo critério de proporcionalidade deve ser aplicado a todas as licitantes.

Não se mostra compatível com os princípios da isonomia, da razoabilidade e do julgamento objetivo conferir tratamento distinto para situações de natureza equivalente, atribuindo à CDN consequência mais gravosa do que aquela defendida pela própria Recorrente para as impropriedades existentes em sua proposta.

III.23 – Da alegação de divergência quanto à periodicidade da Auditoria de Imagem

Sustenta a Apex que a proposta da CDN apresentaria divergência entre a descrição da Auditoria de Imagem, que faria referência a acompanhamento mensal, e a composição orçamentária, que contempla apenas três unidades do produto correspondente, sem clareza quanto à sua periodicidade.

A alegação não merece prosperar.

O Produto 4.1 – Auditoria de Imagem foi regularmente previsto na composição orçamentária em três unidades, expressamente vinculado à Ação 2.1, com indicação de execução em cadência trimestral, conforme consta da coluna de composição da proposta.



A interpretação sustentada pela Recorrente decorre da indevida confusão entre as atividades permanentes de monitoramento e o relatório consolidado de avaliação.

O acompanhamento cotidiano do ambiente comunicacional é realizado por meio da Ação 2.2 – Análise de Imprensa, prevista para os 365 dias de execução contratual, cujos resultados são consolidados semanalmente no Radar Confea (Peça 01).

Assim, a leitura diária e semanal do ambiente informacional encontra-se plenamente assegurada pela combinação entre a Análise de Imprensa e o Radar Confea.

A Auditoria de Imagem, por sua vez, possui finalidade distinta.

Trata-se do relatório consolidado de avaliação da imagem institucional, elaborado em ciclos trimestrais, conforme expressamente previsto na composição orçamentária da proposta.

Dessa forma, a referência constante da descrição da ação ao acompanhamento mensal não altera a sistemática efetivamente adotada no Plano de Implementação, uma vez que o instrumento destinado à consolidação das análises corresponde precisamente à Auditoria de Imagem, prevista em periodicidade trimestral.

A periodicidade da entrega encontra-se claramente definida na composição orçamentária, documento que materializa a execução financeira do Plano de Implementação e permite aferir os atributos de **eficiência, economicidade e otimização da verba**, previstos no subitem 2.2.1.4, alínea "b", do Anexo III.

Não demonstrada qualquer incompatibilidade entre o cronograma, a composição orçamentária e a metodologia proposta pela CDN, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.24 – Da alegação de subdimensionamento dos Contatos Proativos

Sustenta a Apex que a proposta da CDN seria incompatível com a Estratégia de Comunicação Institucional, por prever atuação contínua de contatos proativos com a imprensa, embora a composição orçamentária contemple apenas oito unidades do produto correspondente para execução ao longo dos doze meses do contrato.

A alegação não merece prosperar.

O Produto 2.2 – Contatos Proativos foi regularmente previsto na composição orçamentária em 8 (oito) unidade, expressamente vinculado à Ação 3.2, encontrando-se igualmente contemplado no cronograma de execução, em estrita observância ao subitem 1.3.4.2 do Edital.

O Edital, entretanto, não estabelece que toda atividade de natureza contínua deva necessariamente ser contratada em quantidade correspondente aos doze meses de vigência contratual.



A interpretação da Recorrente desconsidera a própria arquitetura da solução proposta pela CDN.

O relacionamento permanente com a imprensa é assegurado pelo Produto 2.1 – Assessoria de Imprensa Contínua, previsto para 12 (doze) meses de execução, no valor de R\$ 426.000,00, com atuação ininterrupta do Mês 2 ao Mês 12, garantindo a manutenção contínua da interlocução institucional com os veículos de comunicação.

Os Contatos Proativos, por sua vez, não substituem essa atividade permanente.

Constituem camada adicional de geração ativa de pautas, planejada para os períodos de maior oportunidade editorial, funcionando como mecanismo complementar de ampliação da exposição institucional.

A proposta, portanto, não apresenta qualquer descontinuidade na atuação junto à imprensa.

Dessa forma, inexistindo qualquer afronta às exigências do Edital ou comprometimento da execução contratual, a alegação formulada pela Recorrente deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.25 – Da alegação de ausência de orçamento para os produtos de Prevenção e Gerenciamento de Crises

Sustenta a Apex que a proposta da CDN não contemplaria orçamento para os produtos relacionados à Prevenção e Gerenciamento de Crises, afirmando que itens como manual de crise, comitê de crise, fluxograma, mapeamento de riscos e gerenciamento de crises não receberam quantidade nem valor na composição orçamentária.

A alegação não merece prosperar.

Os produtos mencionados pela Recorrente constam expressamente da composição orçamentária apresentada pela CDN.

Na Seção 6 da planilha orçamentária, todos os produtos relacionados à Prevenção e Gerenciamento de Crises encontram-se regularmente identificados, com a respectiva classificação de complexidade e o correspondente preço unitário estimado, conforme previsto no catálogo do Anexo II do Edital.

A circunstância de constarem com quantidade contratada igual a zero não representa omissão da proposta.

Ao contrário, evidencia que tais produtos foram considerados pela licitante, dimensionados e precificados, embora não tenham sido selecionados para compor a Solução de Comunicação Institucional apresentada.

O Edital não obriga a contratação da totalidade dos produtos constantes do catálogo.



Também não procede a afirmação de que a CDN teria deixado de contemplar medidas relacionadas à prevenção de crises.

A preparação para situações sensíveis foi estruturada por meio do monitoramento permanente, do protocolo de mitigação de sensibilidades e da preparação de porta-vozes, conforme previsto na Estratégia de Comunicação Institucional.

III.26 – Da alegação de monitoramento incompleto de rádio e televisão

Sustenta a Apex que a proposta da CDN não contemplaria monitoramento de televisão e rádio, sob o fundamento de que os produtos Clipping de TV e Clipping de Rádio receberam quantidade igual a zero na composição orçamentária, inexistindo demonstração de como esses meios seriam efetivamente acompanhados.

A alegação não merece prosperar.

Os produtos Clipping de TV e Clipping de Rádio, correspondentes aos itens 4.4 e 4.5 do catálogo constante do Anexo II, não foram selecionados pela CDN para integrar a Solução de Comunicação Institucional apresentada.

Essa circunstância, contudo, não significa que o monitoramento desses meios tenha sido excluído da proposta.

A Ação 2.1 – Auditoria de Imagem prevê expressamente, em sua especificação técnica, a avaliação da presença institucional do CONFEA em jornais, revistas, portais, televisão, rádio, blogs e redes sociais, contemplando, portanto, todos os meios de comunicação relevantes para a execução do objeto.

O monitoramento de televisão e rádio encontra-se inserido no escopo da Auditoria de Imagem, responsável pela consolidação e análise integrada da exposição institucional em todos esses canais.

A opção por não contratar isoladamente os produtos Clipping de TV e Clipping de Rádio constitui legítima escolha metodológica da licitante na seleção dos produtos do catálogo do Anexo II, sem qualquer prejuízo ao resultado efetivamente proposto.

Em outras palavras, a proposta não deixou de contemplar o monitoramento desses meios; apenas estruturou sua execução por intermédio da Auditoria de Imagem, e não mediante contratação autônoma das linhas específicas de clipping.

A interpretação sustentada pela Apex procura transformar opção metodológica legítima em suposta irregularidade, sem demonstrar qualquer incompatibilidade entre a Solução de Comunicação Institucional, o Plano de Implementação e as exigências estabelecidas pelo Edital.

III.27 – Da alegação de esgotamento da verba orçamentária



Sustenta a Apex que a utilização de aproximadamente 99,60% da verba referencial comprometeria a exequibilidade da proposta da CDN, por não deixar margem financeira para suprir as supostas omissões e subdimensionamentos apontados em seu recurso.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos do subitem 2.2.1.4, alínea "b", do Anexo III, o Plano de Implementação é avaliado, dentre outros aspectos, pela eficiência, economicidade e otimização da utilização da verba destinada à execução contratual.

Foi precisamente esse atributo que a proposta da CDN buscou atender.

A utilização de aproximadamente 99,60% da verba referencial demonstra a máxima otimização dos recursos disponibilizados para a contratação, permitindo a execução do conjunto de ações proposto sem ultrapassar o limite orçamentário estabelecido pelo Edital.

Não existe, contudo, qualquer disposição editalícia que imponha às licitantes a manutenção de reserva financeira, margem de contingência ou percentual mínimo de verba não comprometida na elaboração da proposta técnica.

A alegação de insuficiência da margem orçamentária, portanto, apoia-se em premissa que não se verifica.

Dessa forma, inexistindo qualquer exigência editalícia de manutenção de margem de contingência e demonstrado que todas as ações propostas encontram-se regularmente contempladas no Plano de Implementação, a alegação formulada pela Apex deve ser integralmente rejeitada, preservando-se a pontuação regularmente atribuída pela Subcomissão Técnica.

III.28 – Das alegações relativas ao Quesito 3 – Relatos de Solução de Problemas de Comunicação

O Quesito 3 – Relatos de Solução de Problemas de Comunicação é julgado a partir dos cinco atributos previstos no subitem 2.2.3 do Anexo III: planejamento estratégico, contribuição para os objetivos do cliente, complexidade do desafio e relevância dos resultados, qualidade da execução e encadeamento lógico da exposição.

Além disso, o subitem 1.6.2 do Edital exige que os relatos descrevam soluções reais já entregues, devidamente acompanhadas da validação do respectivo cliente.

Os dois cases apresentados pela CDN atendem a esses requisitos.

Ambos descrevem soluções efetivamente executadas, entregues e validadas pelos respectivos clientes, demonstrando planejamento estratégico, contribuição para os objetivos institucionais, enfrentamento de desafios complexos, qualidade de execução e encadeamento lógico da exposição.



A própria Subcomissão Técnica reconheceu, no primeiro relato apresentado pela CDN, a existência de planejamento estratégico intenso e acertado, diagnóstico preciso e soluções eficientes e eficazes, elementos que evidenciam a aderência do case aos atributos previstos no subitem 2.2.3 do Anexo III.

Relato 1 – Programa Desenrola Brasil (Ministério da Fazenda)

Sustenta a Apex que o Relato de Solução referente ao Programa Desenrola Brasil apresentaria falta de clareza institucional, por constar marca do Ministério do Trabalho no cabeçalho, validação emitida pelo Ministério da Gestão e atribuição do case ao Ministério da Fazenda, sem explicitar a relação existente entre os três órgãos.

A alegação não merece prosperar.

A validação do cliente encontra-se regularmente apresentada, identificando o contrato e os serviços executados, exatamente como exige o Edital.

Além disso, a execução de ações de comunicação institucional para programas federais mediante contratações centralizadas, envolvendo marcas de diferentes Ministérios e órgãos da Administração Pública Federal, constitui situação comum na estrutura administrativa da União.

A observação formulada pela Apex não alcança os atributos centrais de avaliação do quesito — planejamento estratégico, contribuição para os objetivos do cliente, complexidade do desafio e qualidade da execução —, os quais foram expressamente reconhecidos pela própria Subcomissão Técnica.

Não há, portanto, qualquer fundamento para revisão da pontuação atribuída ao relato.

Sustenta a Apex que o Relato apresentaria contradições nos dados de mídia, apontando três totalizações que reputa inconciliáveis: aproximadamente 6.000 veiculações ao longo de onze meses, 8.396 inserções em dois meses e até 19.486 inserções, enquanto a soma dos quantitativos de 7.804, 2.962 e 324 resultaria em 11.090.

A alegação igualmente não procede.

Os números apresentados no Relato correspondem a recortes distintos,, e não à mesma base estatística.

O quantitativo aproximado de 6.000 veiculações refere-se ao resultado nacional do Programa ao longo dos onze meses de sua duração.

As 8.396 inserções dizem respeito especificamente à atuação regional desenvolvida pela CDN durante dois meses de execução.

Já os quantitativos de 7.804, 2.962 e 324 representam o detalhamento por diferentes meios de comunicação.



Não se trata, portanto, de dados incompatíveis, mas de informações extraídas de bases distintas, referentes a universos igualmente distintos.

A interpretação sustentada pela Apex decorre da indevida comparação entre indicadores que retratam objetos diferentes.

Além disso, o subitem 1.3.3.8 do Edital, bem como a própria lógica de julgamento do Quesito 3, determinam que o Relato seja apreciado em seu conjunto, considerando a solução implementada e os resultados apresentados de forma global.

Foi exatamente essa avaliação que realizou a Subcomissão Técnica, ao reconhecer o relato como claro e objetivo, após examinar o conjunto das informações apresentadas.

Sustenta a Apex que indicadores como 10,7 milhões de adesões e R\$ 29 bilhões renegociados corresponderiam a resultados da política pública, e não da atuação de comunicação, inexistindo demonstração da contribuição regional da CDN.

A alegação não merece acolhimento.

O atributo pertinente ao caso é o previsto na alínea "b" do subitem 2.2.3 do Anexo III, referente à contribuição da solução para os objetivos do cliente.

O Relato demonstra que a atuação regional desenvolvida pela CDN integrou o conjunto das comunicações nacionais do Programa, apresentando, além disso, indicadores próprios de mídia relativos à atuação executada.

Não se exige, nem seria metodologicamente possível, que um case de comunicação institucional relativo a política pública demonstre, mediante prova de causalidade absoluta, qual parcela exata das 10,7 milhões de adesões ou dos R\$ 29 bilhões renegociados decorreu exclusivamente da divulgação promovida pela agência.

A exigência formulada pela Apex representa padrão metodológico que não decorre do Edital e que tampouco é observado pela própria Recorrente em seus relatos de solução.

Sustenta a Apex que o principal desafio consistia em alcançar a população de baixa renda com dificuldades de acesso ao GOV.BR, afirmando que o Relato demonstra apenas exposição midiática, sem comprovar efetivo acesso, cadastramento e conclusão das operações pelos usuários.

A alegação não procede.

A solução de comunicação institucional atua precisamente sobre as etapas de informação, compreensão e orientação, que antecedem o acesso do cidadão à plataforma governamental.

A mensuração individual de cadastros, acessos e conclusões constitui atribuição da própria plataforma tecnológica do Governo Federal, não integrando o escopo de atuação da agência responsável pela comunicação institucional.



Além disso, a escolha do rádio como principal vetor de divulgação respondeu diretamente ao desafio de alcançar parcela da população com maior restrição de acesso aos meios digitais.

A própria Subcomissão Técnica reconheceu que as soluções propostas foram eficientes e eficazes, circunstância incompatível com a alegação de ausência de enfrentamento do desafio de comunicação.

Sustenta a Apex que a simples indicação da plataforma Knewin não seria suficiente para demonstrar a metodologia utilizada, afirmando inexistirem critérios de contabilização, classificação de tonalidade, audiência ou proporcionalidade dos resultados apresentados.

Também essa alegação não merece prosperar.

O subitem 1.3.3.8 do Edital afasta a análise dos exemplos como materiais finalizados ou relatórios metodológicos completos.

O Relato identifica expressamente a fonte dos dados utilizados, indicando a plataforma Knewin, bem como apresenta os indicadores considerados relevantes para demonstrar os resultados obtidos.

Sustenta a Apex que a elevada complexidade estaria associada exclusivamente à política pública do Programa Desenrola Brasil, afirmando que a atuação da CDN teria se limitado à execução de assessoria de imprensa convencional.

A alegação não merece prosperar.

Nos termos da alínea "c" do subitem 2.2.3 do Anexo III, o atributo avaliado corresponde precisamente à complexidade do desafio de comunicação.

Comunicar programa nacional de renegociação de dívidas destinado a milhões de cidadãos de baixa renda, em contexto de barreiras de acesso digital, abrangência nacional e reduzida janela temporal para divulgação constitui, por si só, desafio de comunicação de elevada complexidade.

Foi exatamente essa realidade que a Subcomissão Técnica reconheceu ao considerar o case como exemplo de desafio complexo e de difícil enfrentamento.

Sustenta a Apex que as fichas técnicas referentes ao podcast, aos contatos proativos e ao release não individualizariam a contribuição específica de cada material para os resultados apresentados.

A alegação igualmente não procede.

As fichas apresentadas constituem referências das propostas desenvolvidas, não materiais destinados à auditoria individualizada de resultados.



Não é metodologicamente possível atribuir a um release, a um podcast ou a um contato proativo número específico de renegociações efetivadas no âmbito de um programa nacional de comunicação.

Também não há qualquer exigência editalícia nesse sentido.

As fichas técnicas cumprem exatamente a finalidade prevista no Edital: demonstrar a qualidade da execução das soluções apresentadas.

Relato 2 – Cabeça de Dono (Itaú Empresas)

Sustenta a Apex que o objetivo central do case consistia em reposicionar o Itaú Empresas de banco transacional para parceiro estratégico, afirmando que os resultados apresentados limitam-se a indicadores de exposição — 254 inserções, alcance, valoração e 25% de share — sem demonstrar efetiva alteração da percepção do público. Sustenta, ainda, que a própria Subcomissão Técnica teria reconhecido essa insuficiência.

A alegação merece apenas parcial consideração, sem que disso decorra qualquer repercussão sobre a pontuação atribuída ao relato.

Com efeito, a própria Subcomissão Técnica registrou que a explanação não demonstrou, de forma suficientemente clara, como a mudança qualitativa de percepção se materializou.

Essa observação, contudo, já foi considerada pela banca examinadora na avaliação da proposta.

Tanto assim que a CDN não recebeu nota máxima por todos os avaliadores nesse relato.

O aspecto observado pela Subcomissão relaciona-se ao atributo previsto na alínea "e" do subitem 2.2.3 do Anexo III, referente ao encadeamento lógico e à clareza da exposição, não alcançando os atributos relativos ao planejamento estratégico, à complexidade do desafio, à qualidade da execução e aos demais elementos positivos reconhecidos pela própria banca.

Pretende agora a Apex que essa única ressalva seja suficiente para reduzir a nota do Relato de 14,7 para 10,5, produzindo diminuição de aproximadamente um terço da pontuação do Quesito 3.

Tal pretensão revela-se manifestamente desproporcional.

Significaria atribuir a uma observação relativa à clareza expositiva de apenas um dos dois relatos peso suficiente para comprometer substancialmente todo o quesito, desconsiderando, inclusive, que o primeiro relato foi expressamente reconhecido pela Subcomissão Técnica como case de sucesso, com planejamento estratégico intenso e acertado, diagnóstico preciso e soluções eficientes e eficazes.



Não se mostra compatível com a isonomia admitir que uma ressalva já considerada pela banca seja utilizada novamente para justificar redução muito superior àquela reputada adequada pelos avaliadores técnicos.

Sustenta a Apex que a pesquisa Cabeça de Dono trata dos desafios enfrentados pelas pequenas e médias empresas, não consistindo em pesquisa destinada à aferição da percepção sobre a marca Itaú Empresas e, por essa razão, não seria apta a demonstrar a mudança de posicionamento institucional alegada no relato.

A alegação não procede.

O estudo Cabeça de Dono foi apresentado pela CDN como conteúdo proprietário e motor de pauta, destinado à geração de conteúdo qualificado e ao fortalecimento da estratégia de comunicação institucional.

Em nenhum momento o relato afirma tratar-se de pesquisa de imagem ou de instrumento destinado à mensuração da percepção da marca.

A Apex, entretanto, atribui ao case afirmação que ele jamais fez para, em seguida, construir sua própria refutação.

A crítica, portanto, parte de premissa inexistente e não encontra correspondência no conteúdo efetivamente apresentado pela CDN.

Sustenta a Apex que indicadores como número de inserções, alcance, valoração e 25% de share mediriam apenas circulação de conteúdo, não sendo aptos a demonstrar alteração da percepção do público, acrescentando que o percentual de share não apresenta base de cálculo ou parâmetro comparativo.

A alegação igualmente não merece prosperar.

Os atributos objetivos previstos no subitem 2.2.3 do Anexo III não exigem apresentação de brand tracking, pesquisa de reputação anterior e posterior ou qualquer metodologia específica de mensuração reputacional.

O Edital exige a demonstração da contribuição da solução para os objetivos do cliente e da qualidade de sua execução.

Foi exatamente isso que a CDN apresentou.

Os indicadores de mídia constantes do relato — inserções, alcance, valoração e share — correspondem aos parâmetros ordinariamente utilizados para aferição de resultados em ações de comunicação institucional dessa natureza.

Pretender exigir pesquisa reputacional estruturada em painel comparativo anterior e posterior representa criação de requisito não previsto no Edital.



Mais do que isso, trata-se de exigência que a própria Apex igualmente não observa nos relatos por ela apresentados.

Sustenta a Apex que o relato faz referência a impacto direto sobre o negócio do cliente, sem apresentar indicadores como crescimento de carteira, geração de leads, abertura de contas ou retenção de clientes.

Também essa alegação não merece acolhimento.

O Edital não exige demonstração de resultados comerciais internos da organização contratante.

Indicadores como crescimento de carteira, abertura de contas, geração de negócios ou retenção de clientes integram informações estratégicas e sigilosas da instituição financeira, não se encontrando ao alcance da agência de comunicação responsável pela execução da estratégia.

Não é prática do mercado que instituições financeiras divulguem tais informações para composição de relatos apresentados em procedimentos licitatórios.

Também não existe qualquer exigência editalícia nesse sentido.

Sustenta a Apex que a conclusão apresentada pela CDN acerca da mudança qualitativa de percepção não decorreria dos dados constantes do relato e que os materiais exemplificados demonstrariam apenas ações de divulgação, sem comprovar efetiva alteração da percepção institucional.

As alegações não merecem prosperar.

Os argumentos desenvolvidos pela Recorrente reproduzem, sob outra formulação, a mesma observação registrada pela própria Subcomissão Técnica quanto à clareza da demonstração dos resultados qualitativos.

Trata-se, portanto, da mesma ressalva já considerada pela banca examinadora durante a atribuição da nota.

O aspecto observado pela Subcomissão relaciona-se exclusivamente ao atributo previsto na alínea "e" do subitem 2.2.3, referente ao encadeamento lógico e à clareza da exposição.

Os demais atributos de avaliação — planejamento estratégico, contribuição para os objetivos do cliente, complexidade do desafio e qualidade da execução — permaneceram reconhecidos pela banca.



A Apex procura fracionar uma única observação da Subcomissão em múltiplas alegações distintas, pretendendo que um mesmo fundamento produza sucessivas reduções de pontuação.

Entretanto, a circunstância de uma mesma ressalva ser apresentada sob diferentes formulações não a transforma em falhas autônomas.

A banca já valorou esse aspecto específico ao atribuir a nota do relato.

Permitir que a mesma observação fundamentasse novos descontos equivaleria a atribuir múltiplos efeitos à mesma circunstância, em desconpasso com os princípios da proporcionalidade, da isonomia e do julgamento objetivo.

Ao final de seu recurso, a Apex estabelece comparações entre as propostas apresentadas pela CDN, Vertex, CDI e GBR, sustentando que sua própria pontuação deveria ser majorada ou, alternativamente, que a pontuação atribuída à CDN deveria ser reduzida.

A pretensão não encontra amparo no Edital.

Nos termos do subitem 2.1 do Anexo III, a pontuação da Proposta Técnica possui natureza comparativa, de modo que a proposta considerada de maior adequação em cada subquesto recebe a maior pontuação, sendo as demais avaliadas proporcionalmente.

Foi exatamente esse procedimento que a Subcomissão Técnica adotou.

Pretende agora a Apex substituir o juízo técnico da Subcomissão por sua própria interpretação acerca da qualidade relativa das propostas concorrentes.

Dessa forma, deve ser integralmente rejeitada a pretensão de revisão das notas atribuídas à CDN com fundamento em comparações subjetivas elaboradas pela própria Recorrente, preservando-se o julgamento técnico realizado pela Subcomissão.

IV – DAS ALEGAÇÕES FORMULADAS PELA CDI

O recurso interposto pela CDI, na parte em que pretende a revisão da pontuação atribuída à CDN, igualmente não merece prosperar.

As alegações formuladas pela Recorrente seguem a mesma lógica já verificada no recurso da Apex: buscam substituir os critérios objetivos de julgamento previstos no Edital por parâmetros metodológicos próprios, exigindo detalhamentos, segmentações e formas de apresentação que não integram os atributos de avaliação estabelecidos no Anexo III.



O procedimento licitatório é regido pelos princípios da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia e do julgamento objetivo.

Por essa razão, a análise das propostas técnicas deve limitar-se aos critérios expressamente previstos no Edital, sendo vedada a criação, em sede recursal, de exigências não contempladas pelo instrumento convocatório.

Também não se admite que divergências metodológicas ou preferências técnicas da licitante recorrente sejam utilizadas como fundamento para desconstituir o juízo técnico da Subcomissão, especialmente quando esta apreciou de forma fundamentada todos os quesitos e atribuiu as respectivas pontuações mediante avaliação comparativa das propostas.

As alegações da CDI serão examinadas a seguir.

O recurso consiste na substituição da avaliação realizada pela Subcomissão Técnica pela interpretação subjetiva da própria recorrente.

Em diversos momentos, a CDI não demonstra violação ao Edital nem identifica erro objetivo na avaliação.

Limita-se a afirmar que, em sua visão, determinados elementos deveriam receber peso diferente ou ser apresentados de outra forma.

Entretanto, o julgamento técnico das propostas foi atribuído pelo Edital à Subcomissão Técnica, composta justamente para apreciar os aspectos especializados da contratação.

A revisão dessa avaliação somente seria admissível diante da demonstração objetiva de erro material, afronta ao Edital ou manifesta irrazoabilidade, hipóteses que não se verificam.

A mera discordância da Recorrente com a valoração técnica realizada pela banca não autoriza a modificação das notas atribuídas.

A proposta apresentada pela CDN observou integralmente os critérios objetivos estabelecidos no Anexo III.

Os elementos apresentados permitiram à Subcomissão compreender a estratégia proposta, avaliar sua consistência, verificar sua aderência ao briefing e aferir sua exequibilidade, exatamente como previsto no Edital.

As críticas formuladas pela CDI procuram ampliar o conteúdo das exigências editalícias mediante a imposição de padrões de detalhamento que não constituem objeto de avaliação.

Não se pode admitir que critérios inexistentes no instrumento convocatório sejam introduzidos posteriormente como fundamento para redução de pontuação.

A vinculação ao Edital impede que o julgamento seja reconstruído com base em parâmetros concebidos exclusivamente pela recorrente.



O recurso da CDI não demonstra qualquer erro material na avaliação da proposta da CDN.

Também não evidencia afronta aos critérios objetivos previstos no Edital.

Suas alegações traduzem inconformismo com o resultado do julgamento e procuram substituir a avaliação técnica realizada pela Subcomissão por interpretação subjetiva da própria concorrente.

Tal pretensão é incompatível com o modelo de julgamento comparativo adotado pelo Edital e com os princípios da vinculação ao instrumento convocatório, da isonomia e do julgamento objetivo.

Não havendo demonstração de ilegalidade, erro de julgamento ou desrespeito aos critérios previstos no Anexo III, deve ser integralmente mantida a pontuação atribuída à CDN, preservando-se o resultado alcançado no certame.

V.– Da natureza competitiva dos recursos e da preservação do julgamento objetivo

Também merece registro que os recursos interpostos pelas licitantes seguem uma mesma lógica concorrencial.

As recorrentes dirigem suas impugnações às propostas classificadas em posição superior àquela por elas alcançada, buscando a revisão das respectivas pontuações e, por consequência, a alteração da ordem classificatória do certame.

Essa circunstância, por si só, não invalida o exercício do direito recursal, mas exige que a análise da Comissão permaneça estritamente vinculada aos critérios objetivos estabelecidos no Edital.

Não basta que a recorrente identifique aspectos que, sob sua ótica, poderiam ter sido desenvolvidos de forma diversa.

É indispensável demonstrar violação concreta aos critérios de julgamento previstos no Anexo III ou erro objetivo na avaliação realizada pela Subcomissão Técnica.

No presente caso, observa-se que grande parte das alegações formuladas contra a CDN reproduz a mesma estratégia argumentativa empregada contra as demais licitantes melhor classificadas: transformar opções metodológicas, observações pontuais ou preferências técnicas em supostos descumprimentos do Edital.

Entretanto, a reavaliação das propostas não pode ser orientada pela percepção subjetiva das concorrentes acerca da qualidade relativa dos trabalhos apresentados.

O julgamento técnico foi realizado pela Subcomissão competente, de forma comparativa, fundamentada e em conformidade com os critérios estabelecidos no instrumento convocatório.



A preservação do resultado do certame exige que o exame recursal permaneça limitado à verificação de eventual erro objetivo ou afronta ao Edital, não sendo possível substituir o juízo técnico da Subcomissão pela avaliação competitiva formulada pelas próprias licitantes.

VI – DOS PEDIDOS

Diante do exposto, requer a CDN Comunicação Corporativa Ltda.:

- a) o conhecimento das presentes contrarrazões, por serem próprias e tempestivas;
- b) o integral desprovemento dos recursos administrativos interpostos pela CDI Comunicação Corporativa Ltda. e pela Apex Comunicação Estratégica Ltda., no que se refere às alegações dirigidas à proposta técnica da CDN Comunicação Corporativa Ltda.;
- c) seja mantida integralmente a pontuação atribuída à proposta técnica da CDN em todos os subquestos impugnados, por refletir fielmente os critérios objetivos estabelecidos no Anexo III do Edital e o julgamento técnico regularmente realizado pela Subcomissão;
- d) por consequência, sejam integralmente rejeitadas todas as pretensões recursais que, direta ou indiretamente, busquem a redução da pontuação atribuída à CDN ou a alteração do julgamento técnico regularmente realizado.

Nestes termos,

Pede deferimento.

São Paulo, 26 de junho de 2026

LUCIANA DURAND

GARDA:27581998827

Assinado de forma digital por LUCIANA
DURAND GARDA:27581998827
Dados: 2026.06.26 16:47:38 -03'00'

CDN Comunicação Corporativa Ltda

Luciana Durand Garda

OAB 195.371