



CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

DECISÃO Nº SEI-14/2024

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA CONCORRÊNCIA 001/2023

INTERESSADO (S):

- 1) KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, inscrita no CNPJ Nº. 10.365.754/0001-07;
- 2) RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA, CNPJ Nº 04.958.758/0001-98;
- 3) AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA, CNPJ nº 13.872.584/0001-37;
- 4) RESULTADO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, CNPJ nº.: 07.676.860/0001-84.

A Presidente da Comissão de Licitação do Conselho Federal de Medicina, no exercício das suas atribuições regimentais designadas pela Portaria CFM nº 27/2023, e por força da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, apresenta, para os fins administrativos a que se destinam suas considerações e decisões acerca de recurso interposto pelas empresas: KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA; RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA e AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA; em relação **A) PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DA ANÁLISE DAS PROPOSTAS TÉCNICA E B) DESCLASSIFICAÇÃO POR IDENTIFICAÇÃO.**

1) DA ACEITABILIDADE DO REGISTRO DE MANIFESTAÇÃO DE INTENÇÃO DE RECURSO E DO PRAZO

1. Haja vista que as manifestações de intenções de recurso dos licitantes preencheram os requisitos mínimos para suas aceitações, conforme art. 110, da Lei nº 8.666/1993, as mesmas foram aceitas nas alegações propostas pela empresa, tendo em vista promover a transparência dos atos da CONCORRÊNCIA 001/2019, sendo que os autos do processo ficaram com vistas franqueadas conforme previsto em Edital.

2) DO REGISTRO DAS RAZÕES DE RECURSO

2. De acordo com a Lei nº 8.666/1993, em seu artigo nº 109, após intimação do ato, o prazo para apresentação das razões do recurso é de 5 (cinco) dias.

3. As recorrentes 1) KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA; 2) RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA e AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA, encaminharam suas razões de recurso dentro do prazo estabelecido (07/05/2024), portanto, merecendo ter seu mérito analisado, visto que respeitaram os prazos estabelecidos nas normas sobre o assunto.

4. Em síntese as recorrentes, alegam que discordam com o padrão como foram julgadas as propostas técnicas pela Subcomissão Técnica. Dos pedidos: 1) A empresa Klimt Agência de Publicidade LTDA solicita a majoração de sua nota para 100 (cem)

pontos e conseqüentemente sua reclassificação como 1ª colocada. 2) A empresa RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE solicita à revisão do julgamento realizado pela Subcomissão Técnica com o aumento de pontuação atribuída à recorrente, bem como a reavaliação dos pontos auferidos às licitantes mais bem classificadas. 3) A empresa AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA o reconhecimento da identificação da concorrente Resultado e a desclassificação da concorrente; a desclassificação da concorrente Resultado pelo não atendimento dos critérios de avaliação e por ter zerado em um ou mais quesitos; sejam conhecidos os pontos suscitados à revisão das notas da proposta técnica do plano de comunicação da recorrente e da licitante Resultado, reconhecida a necessidade de revisão e sejam fixadas novas notas.

5. Os recursos na íntegra estão disponíveis para consulta no Portal da Transparência do Conselho Federal de Medicina (https://sistemas.cfm.org.br/licitacao/?pg=detalhe_licitacao&idlicitacao=3843).

3) DAS CONTRARRAZÕES (IMPUGNAÇÕES DOS RECURSOS)

6. Ainda de acordo com art. 109, da Lei nº 8.666/1993, após manifestação de recurso, o prazo para apresentação das contrarrazões do recurso é de 5 (cinco) dias.

7. As empresas impugnantes: AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA e RESULTADO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, encaminharam suas razões de recurso dentro do prazo estabelecido (14/05/2024), merecendo ter seu mérito analisado, visto que respeitaram os prazos estabelecidos nas normas sobre o assunto. Em rasa síntese as empresas impugnantes reafirmam a qualidade de suas propostas e contra argumentam as alegações proferidas pelas empresas recorrentes, por ausência de fundamentação legal ou jurídica que possam conduzir a reforma das notas atribuídas.

8. As contrarrazões/ impugnações ao recurso encontram-se disponíveis na íntegra para consulta no Portal da Transparência do Conselho Federal de Medicina (https://sistemas.cfm.org.br/licitacao/?pg=detalhe_licitacao&idlicitacao=3843).

4) DA ANÁLISE DAS RAZÕES DO RECURSO E SUAS CONTRA-RAZÕES

9. Primeiramente destaco a importância do procedimento recursal ora exposto, pois, a luz dos princípios constitucionais e licitatórios, é através do recurso que as empresas têm a possibilidade de sinalizar possíveis erros e equívocos existentes em um processo licitatório.

10. Como é sabido, a fase recursal do procedimento licitatório tem como fundamento legal o art. 5º, incisos XXXIV e LV, da Constituição Federal, garantindo a todos, o direito de petição aos Poderes Públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder e assegurando a todos os litigantes, em processo judicial ou administrativo, o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes.

11. Ao analisar as indagações das empresas recorrentes, observamos que os pontos manifestos para recursos estão intimamente relacionados ao julgamento das propostas técnicas. Desta forma, houve a necessidade de encaminhamento para que tais questionamentos fossem pontualmente analisados pela subcomissão técnica, doutra de conhecimento e detentores da expertise necessária para a avaliação técnica desta Concorrência.

12. A Subcomissão Técnica da Concorrência CFM nº 001/2023 avaliou todas as 05 (cinco) peças interpostas, que serão disponibilizadas a seguir:

5) DA ANÁLISE DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA:

Com o objetivo de dar clareza e respondendo aos recursos interpostos pelas empresas Radiola Propaganda e Publicidade LTDA., Klimt Agência de Publicidade LTDA e Agência Brick Publicidade LTDA. ao processo licitatório do edital nº001/2023, que tem como objeto a contratação de serviços de publicidade, os membros da Subcomissão de Análise Técnica (os quais assinam este documento) realizaram reunião para análise dos recursos e contrarrazões no dia 16 de maio de 2024.

De imediato, os membros da Subcomissão Técnica estabeleceram o Sr. Mateus Braga Alves de Souza como presidente e o Sr. Leandro Kleber Teixeira Batista como secretário.

No dia 16 de maio de 2024, a Subcomissão de Análise Técnica avaliou o mérito dos recursos e contrarrazões dando o entendimento que segue abaixo:

I. Do recurso da empresa Radiola Propaganda e Publicidade LTDA.

Na Ata de reunião da Subcomissão Técnica, análise realizada entre os dias 11 e 13 de março de 2024, a Subcomissão de Análise Técnica avaliou a proposta da Radiola:

Conceito - Vida nos aproximam

Raciocínio Básico

A licitante não detalhou as características da atuação do CFM e a importância da comunicação para o alcance de suas metas e também não se estendeu nos itens Desafio e Objetivos de Comunicação. Apenas repetiu informações constantes do edital.

Estratégia de Comunicação Publicitária

Partido temático e Conceito de Comunicação pouco envolvente. Os desdobramentos apresentados são variações simples de formulação de frase que, soltas, perdem o sentido estratégico. Não apresenta com evidência a atuação da estratégia: o que dizer, a quem dizer, como dizer e quando dizer.

Ideia Criativa

A proposta da licitante é simplista e pouco elaborada e deixa a desejar em adequação ao briefing.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

A licitante apresenta Estratégia de Mídia e Não Mídia, porém com baixa aderência às necessidades e pertinência com atividades de comunicação do CFM.

A referida empresa requer a revisão de sua pontuação para as

notas máximas previstas. No entanto, a Subcomissão de Análise Técnica entende que não há argumentos com fundamentos sólidos para alterar o julgamento realizado. Ademais, sobre as obrigações quanto a formatos de apresentação sob pena da comissão de licitação não aceitar o recebimento dos materiais da agência, na ata da reunião entre os dias 11 e 13 de março de 2024, nos itens 2.1 e 2.2, a Subcomissão de Análise Técnica versa sobre a questão de identificação do material e reitera o seu posicionamento.

Por fim, com base no exposto, a Subcomissão de Análise Técnica mantém as notas concedidas.

II. Do recurso da empresa Klimt Agência de Publicidade LTDA

Na Ata de reunião da Subcomissão de Análise Técnica realizada entre os dias 11 e 13 de março de 2024, o colegiado avaliou a proposta da Klimt:

Conceito - Entre a dor e a cura nossa missão perdura

Raciocínio Básico

A licitante não detalhou o cenário epidemiológico no qual se insere o CFM e tão pouco abordou com profundidade as características da atuação do CFM. Ademais, nos itens de Desafio e Objetivos de Comunicação, se mostrou pouco aprofundada na análise e apenas repetiu informações constantes do edital.

Estratégia de Comunicação Publicitária

Partido temático e Conceito de Comunicação pouco inovador e com uma redação rebuscada para o entendimento do público. A estratégia de comunicação confunde a atuação do CFM, o incluindo nas Eleições Municipais de 2024.

Ideia Criativa

A proposta da licitante é plasticamente muito rica, porém deixa a desejar em adequação ao briefing. A própria estratégia em si confunde a atuação do CFM e não apresenta pertinência com as atividades de comunicação publicitária do CFM.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

A licitante apresenta Estratégia de Mídia e Não Mídia, porém com baixa aderência às necessidades e pertinência com atividades de comunicação do CFM.

A referida empresa requer aumentar sua nota para a pontuação máxima do certame. No entanto, a Subcomissão de Análise Técnica entende que não foram apresentados argumentos para alterar o julgamento realizado.

Ademais, sobre as obrigações quanto a formatos de apresentação sob pena da comissão de licitação não aceitar o recebimento dos materiais da agência, na ata da reunião entre os dias 11 e 13 de março de 2024, nos itens 2.1 e 2.2, a Subcomissão de Análise

Técnica versa sobre a questão de identificação do material e reitera o seu posicionamento.

Além disso, com a “decisão estratégica” da licitante de incluir o CFM nas eleições municipais de 2024, entende-se que a licitante desconhece as atribuições do Conselho Federal de Medicina.

Portanto, com base no exposto, a Subcomissão de Análise Técnica mantém a pontuação conferida à empresa.

III. Do recurso da empresa Agência Brick Publicidade LTDA.

Na Ata de reunião da Subcomissão Técnica, análise realizada entre os dias 11 e 13 de março de 2024, a Subcomissão Técnica avaliou a proposta da Brick:

Conceito - A boa medicina faz bem para o Brasil

Raciocínio Básico

A licitante não detalhou o cenário epidemiológico no qual se insere o CFM Estratégia de Comunicação Publicitária A licitante apresentou partido temático e conceito a partir da visão estratégia e a atuação do CFM, porém não exemplificou riqueza dos desdobramentos de forma clara na aplicação do conceito.

Ideia Criativa

A ideia criativa do proponente se apresenta com originalidade, porém com uma adequação não na sua integralidade ao desafio de comunicação. Também não apresenta, de forma completa, a multiplicidade de interpretações favoráveis da campanha.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

Demonstrou satisfatoriamente o Conhecimento dos Hábitos de Consumo de Comunicação, porém não aprofundou em questões específicas. Apresentou uma certa inconsistência na nomenclatura de peças da estratégia para o plano. No que diz respeito à economicidade, não citou todos os canais proprietários do CFM na aplicação do plano. A referida empresa requer a desclassificação da vencedora do certame, Resultado Comunicação e Marketing LTDA, por supostamente ter copiado o conceito da campanha apresentada de outro lugar. A alegação é de que “a licitante Resultado, única agência licitante vinda do MS, copiou ‘ipsis litteris’ o conceito da campanha e programa do governo do MS: ‘cuidar de quem cuida’.

No entanto, a Subcomissão de Análise Técnica entende que não se trata de “cópia ipsis litteris”, até porque o slogan da campanha publicitária apresentado difere do nome do programa do governo do Mato Grosso do Sul: “CFM, cuidar de quem cuida por toda vida”.

Ademais, na avaliação da Subcomissão de Análise Técnica, não há como se estabelecer “cópia ipsis litteris” entre duas coisas distintas - uma é um conceito de campanha publicitária e outra é um programa de governo. Quanto à alegação de que a Subcomissão de Análise Técnica teria como identificar a licitante Resultado, o

colegiado afirma que não teria como haver conhecimento prévio em relação ao nome da campanha, pois só teve ciência da campanha no momento da abertura dos invólucros.

Com base no exposto, a Subcomissão de Análise Técnica avaliou o recurso interposto pela empresa Agência Brick Publicidade LTDA. em que pede aumento de notas em relação à sua pontuação e reitera as notas concedidas à empresa.

IV - Das contrarrazões apresentadas pelas empresas Agência Brick Publicidade LTDA. e Resultado Comunicação e Marketing LTDA,

A Subcomissão de Análise Técnica sublinha que o conteúdo apresentado pelas referidas empresas serviu como insumo para a análise dos recursos interpostos e se somaram à experiência e expertise dos profissionais envolvidos do colegiado.

A Subcomissão de Análise Técnica avalia que, infelizmente, em muitos processos licitatórios dessa natureza, as concorrentes não vencedoras costumam aderir a dois tipos de conduta:

1. Desqualificar o processo de licitação, criando argumentos fantasiosos que beneficiam apenas as tais empresas. 2. Desmerecer as agências melhor pontuadas, tentando desacreditar a análise da Subcomissão de Análise Técnica.

E tais condutas se tornam soluções protelatórias que não beneficiam o mercado de comunicação publicitária, tampouco o CFM.

V - Não mais vendo nada a tratar, o trabalho foi concluído no dia 16 de maio de 2024, lavrandose esta ata assinada pelos membros da Subcomissão de Análise Técnica

6. DA ANÁLISE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

A) DA PONTUAÇÃO ATRIBUÍDA PELA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

13. Quanto à insurgência acerca das notas atribuídas pela Subcomissão Técnica, entende-se que, ao criticar as notas conferidas, as recorrentes criticam a própria razão de ser da Concorrência. Vale ressaltar que trata-se aqui de um certame em que a Subcomissão Técnica é competente para analisar e julgar as propostas, e quando a recorrente apenas pugna pela revisão de sua nota, sem apresentação de fundamento técnico ou legal que possa modificá-la, como no presente caso, não resta alternativa a Subcomissão a não ser ratificar o julgamento.

14. A própria lei se encarrega ao máximo de retirar a subjetividade que possa existir nesses critérios de julgamento, motivo pelo qual a Subcomissão utilizou cálculo matemático no processo de julgamento para aferir notas às propostas técnicas. Não se pode, porém, retirar totalmente dos julgadores um mínimo de discricionariedade e subjetividade nas avaliações das propostas técnicas, sendo vedado à recorrente

adentrar no mérito administrativo da Subcomissão, como pretende em suas interpelações.

B) DA IMPOSSIBILIDADE DE IDENTIFICAÇÃO DOS INVÓLUCROS Nº 1 (VIA NÃO IDENTIFICADA)

15. A empresa RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA alega em suas razões recursais que a Comissão Permanente de Licitação deveria ter desclassificado primariamente as empresas BRAVA e RESULTADO, por não atendimento aos requisitos do edital, no entanto, esquece de dimensionar as demais propostas apresentadas e o que preconiza o edital.

16. A empresa conduz a suas argumentações em detrimento ao recepcionamento da documentação da empresa BRAVA CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO LTDA, por ter apresentado as peças do Invólucro 1 (NÃO IDENTIFICADO) dentro de envelope pardo etiquetado. Ocorre que a licitante destacada em peça recursal sequer foi classificada para a próxima etapa do certame, pois obteve nota inferior a 80 (oitenta pontos).

17. Ora, diante da desclassificação da licitante destacada (BRAVA), questiona-se qual seria o interesse dessa CPL em macular um processo licitatório frente ao recepcionamento de vias supostamente identificadas? O fato é que 03 (três), das cinco empresas participantes, apresentaram suas vias identificadas com o mesmo padrão de etiqueta, com fonte e com formatação idênticas.

18. A identificação de licitante ocorre quando inquestionável a sua autoria, o que, novamente destaco, NÃO FOI O CASO. Conforme disponível em no item 10.21 do edital, só haverá a desclassificação pela CPL de licitantes cujos documentos pertinentes ao Invólucro nº 1 contenham informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

19. Conforme preconiza o edital, são de responsabilidade da Subcomissão Técnica a análise das propostas técnicas, não pode a CPL ao seu bel prazer, por meio de achismos, tentar identificar ou não uma empresa participante de um certame público.

20. Vejamos o que diz a Subcomissão Técnica sobre o fato:

Conforme descrito na Ata de Reunião da Comissão Permanente de Licitação, para a abertura da concorrência CFM Nº 001/2023, a empresa 5 não seguiu todos os padrões estabelecidos no certame e seria passível de desclassificação, da mesma forma que todas outras empresas participantes, a Subcomissão Técnica entendeu que, apesar de não seguirem a risca o edital, tais empresas não se identificaram e que dessa forma o julgamento não fica prejudicado.

2.1 O excesso de formalismo no processo licitatório, neste caso, acabará gerando prejuízo para o CFM. Conforme entendimento, as licitações públicas destinam-se, conforme dispõe o art. 3º da Lei no 8.666/1993, a garantir que a proposta mais vantajosa seja selecionada pela Administração.

2.2 Durante a análise, a Subcomissão Técnica teve a máxima cautela para não infringir os princípios licitatórios. Porém, respeitando o processo seletivo de análise técnica, entendeu-se que

nenhum participante foi identificado ou teve benefícios no que diz respeito ao julgamento técnico. Nesse sentido, a Subcomissão entendeu que a solicitação constante em ata gera formalismo excessivo e injustificado já que, na prática, impediria o processo, gerando dano ao CFM.

21. Quanto a apresentação de 01 (uma) cópia da VIA NÃO IDENTIFICADA, verifica-se em ata que 02 (duas) das licitantes participantes apresentaram o INVOLUCRO 1 da mesma forma, não se tratando, mais uma vez, de suposta identificação de licitante, mas sim de informações divergentes disponíveis em edital e termo de referência.

22. O fato é que a apresentação de 02 (duas) vias em um mesmo invólucro vem de encontro a aplicação dos termos dispostos na Instrução Normativa SECOM nº 3/2018, conforme disposto no Artigo 19:

*“Subseção III. Das disposições do edital sobre a proposta técnica
Art. 19. O edital determinará que: I - o plano de comunicação publicitária será apresentado em duas vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria;”*

23. Assim, considerando a o que preconiza o Termo de Referência e a Instrução Normativa SECOM nº 3/2018 não há que se falar em apresentação de 01 (uma) via na tentativa de identificar licitante, mas sim de cumprimento a Instrução Normativa do Governo Federal, restando demonstrado que não houve qualquer identificação ou erro insanável no rito.

C) DO FORMALISMO EXAGERADO COMO FORMA DE SE FRUSTRAR O INTERESSE PÚBLICO

24. Conforme fundamenta Maria Cecília Mendes Borges ^[1], *“a licitação não é um fim em si mesmo, tendo em vista que o procedimento licitatório, embora de natureza formal, deve transcender ao burocratismo exacerbado e inútil, até mesmo porque o procedimento deve estar voltado para a eficácia da máquina administrativa e orientado pelos princípios norteadores, como visto. Assim, procedimento formal não se confunde com formalismo, consubstanciando este por exigências inúteis e desnecessárias, que podem extrapolar ou não as fronteiras da lei e, nesse caso, poder-ser-ia classificá-lo de exacerbado. Diante disso, não se há de anular o procedimento diante de simples omissões ou meras irregularidades formais, como já se pronunciou o Superior Tribunal de Justiça, se não há prejuízo à Administração Pública - pas de nullité sans grief” (...). As formalidades existem para proteger a essência, a finalidade da licitação, a fim de que não se ultrapassem princípios, direitos e valores importantes na consecução do seu fim. A norma não é um fim em si mesma, e sendo assim, formalmente é suficiente a verificação de se o modelo contém aquilo que é obrigatório e omitiu aquilo que é proibido.*

25. Nesse sentido, orienta ainda o TCU no acórdão 357/2015-Plenário:

“ Falhas formais, sanáveis durante o processo licitatório, não devem levar à desclassificação da licitante. No curso de procedimentos licitatórios, a Administração Pública deve pautar-se pelo princípio do formalismo moderado, que prescreve a adoção de formas simples e

suficientes para propiciar adequado grau de certeza, segurança e respeito aos direitos dos administrados, promovendo, assim, a prevalência do conteúdo sobre o formalismo extremo, respeitadas, ainda, as praxes essenciais à proteção das prerrogativas dos administrados" (Acórdão 357/2015- Plenário | Relator: BRUNO DANTAS).

26. Diante de tal fundamentação, afastando, portanto, a formalidade exacerbada e prestigiando o princípio da razoabilidade, não há razão para proceder o acolhimento aos recursos interpostos.

D) CONCLUSÃO

27. Por todo o exposto, à luz dos fundamentos e documentação trazidos à baila, com as devidas observações e o apoio na legislação, esta Comissão de Licitação, **CONHECE** os recursos interpostos pelas empresas KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, inscrita no CNPJ Nº. 10.365.754/0001-07; RADIOLA PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA, CNPJ Nº 04.958.758/0001-98; AGÊNCIA BRICK PUBLICIDADE LTDA, CNPJ nº 13.872.584/0001-37; **NEGANDO-LHES TOTAL PROVIMENTO**, no que tange a análise das Propostas Técnicas proferidas pela Subcomissão Técnica e referente a possíveis irregularidades nas formalidades licitatórias.

28. Destarte, considerando o que preconiza o artigo 109 § 4º da Lei 8.666/1993, o presente instrumento será remetido a autoridade superior, para sua apreciação e decisão final, nos prazos estabelecidos em lei.

Noelyza Peixoto Brasil Vieira

Presidente da CPL

Tathiana da Silva Moreira Figueiredo

Membro Titular da CPL

Alyne Ferreira Racanelli

Membro Titular da CPL

[1] BORGES, Marília Cecília Mendes. **Da licitação como instrumento para uma gestão condizente com o interesse público: o problema do formalismo exacerbado na frustração desse fim e a importância da participação popular para implementar a efetividade do seu controle**. DOUTRINA 94 - REVISTA DO TCU 105 (Disponível em: <<file:///C:/Users/suporte/Downloads/522-Texto%20do%20artigo-1059-1-10-20151006.pdf>>



Documento assinado eletronicamente por **Noelyza Peixoto Brasil Vieira**, **Agente de Contratação**, em 21/05/2024, às 17:46, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **Alyne Ferreira Racanelli de Freitas, Assistente Administrativa**, em 21/05/2024, às 17:47, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



Documento assinado eletronicamente por **Tathiana da Silva Moreira Figueiredo, Assistente Administrativa**, em 21/05/2024, às 17:50, com fundamento no art. 5º da [RESOLUÇÃO CFM nº2.308/2022, de 28 de março de 2022](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida no site https://sei.cfm.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **1106910** e o código CRC **D9675AC5**.



SGAS, Qd. 616 Conjunto D, lote 115, L2 Sul - Bairro Asa Sul | (61) 3445-5900

CEP 70.200-760 | Brasília/DF - <https://portal.cfm.org.br>

Referência: Processo SEI nº 23.0.000005121-7 | data de inclusão: 21/05/2024