



ILUSTRÍSSIMA SENHORA PRESIDENTE DA COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DO CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA - CFM OU À AUTORIDADE SUPERIOR COMPETENTE

CONCORRÊNCIA Nº. 002/2023

TIPO: Técnica e Preço

ICOMUNICAÇÃO INTEGRADA – EIRELI, pessoa jurídica de direito privado, CNPJ/MF sob n.º 05.033.844/0001-52, contrato social arquivado na Junta Comercial do Distrito Federal sob NIRE n.º 532.0113868-2, com sede no SAUS Quadra 05, Bloco N, 10º. Andar do Ed. OAB, CEP 70070-913, Asa Sul, por meio de sua representante legal (procuração) **MARTA SIMÕES DE LARA**, já devidamente qualificada nos autos do processo licitatório acima indicado, vem, tempestivamente, perante Vossa Senhoria, apresentar

CONTRARRAZÕES AOS RECURSOS

interpostos pelas empresas **KLIMT** e **PARTNERS**, já devidamente qualificadas no processo licitatório, nos termos que seguem.



I - DA TEMPESTIVIDADE

Preliminarmente cumpre observar a tempestividade da apresentação das contrarrazões, porquanto foram disponibilizados os documentos no dia 24.10.24, no site do CFM, nos termos da legislação aplicável, a aludida contrarrazões precisa respeitar o prazo de 5 dias úteis. Assim, protocolada até o dia 31.10.2024, resta hialina a sua tempestividade, de acordo com a planilha publicada pela r. Comissão de Licitação no portal do CFM.

II - DOS FATOS

O CFM instaurou procedimento licitatório, na modalidade Concorrência, tipo Técnica e Preço, com o seguinte objeto: **Contratação de empresa prestadora de Serviços de Comunicação Digital.**

Em procedimento próprio, após a 1ª sessão onde todas empresas interessadas em participar do certame, compareceram para entrega dos envelopes.

Em ato contínuo, na 2ª sessão, foram habilitadas as empresas acima indicadas.

Em decorrência da habilitação das empresas **L2W3 DIGITAL, BRAVA, KLINT, AIS, APEX e BRASIL 84**, a empresa iComunicação apresentou recurso por entender que não merecia prevalecer a decisão da Comissão.

Em julgamento, houve uma primeira decisão pelo parcial provimento, com a inabilitação das empresas **BRAVA e MORINGA** e, após análise da autoridade superior, entendeu por reformar a decisão da r. Comissão e dar por habilitadas as citadas empresas.



Com isso, após abertura dos envelopes 2 a 4, a Subcomissão Técnica procedeu com a análise do material e concedeu as notas conforme entendimento e publicação realizada com a presença das licitantes.

Em ato contínuo, houve a publicação do resultado inicial, conforme segue:

ANEXO I

PONTMAX		A	B	C	M	A	B	C	M	A	B	C	M	A	B	C	M	
1	Raciocínio Básico	5%	2,50	3,00	3,00	2,83	2,83	3,00	3,50	3,11	2,00	2,50	3,00	3,50	2,90	3,00	3,00	2,87
2	Estratégia de Com. Digital	20%	17,00	12,00	14,00	12,87	8,00	12,00	17,00	10,87	8,00	12,00	11,00	10,33	12,00	16,00	15,00	14,33
3	Solução de Comunicação Digital	25%	15,00	20,00	18,00	17,87	13,00	12,00	14,00	13,00	10,00	15,00	15,00	13,33	13,00	17,00	15,00	16,00
4	Plano de Implementação	10%	12,50	12,00	14,00	12,83	12,00	12,00	15,00	13,00	12,00	12,00	14,00	12,87	12,00	12,00	15,00	13,00
5	TOTAL					48,00				39,78				38,83				45,30

PONTMAX		A	B	C	M	A	B	C	M	A	B	C	M
1	Raciocínio Básico	5%	4,80	4,00	5,00	4,60	3,00	4,00	4,00	3,67	2,70	3,80	3,70
2	Estratégia de Com. Digital	20%	19,80	18,00	19,00	18,83	17,00	19,00	18,00	18,00	12,00	18,00	18,00
3	Solução de Comunicação Digital	25%	22,40	22,00	24,00	22,80	20,00	24,00	24,00	22,67	19,00	20,50	22,50
4	Plano de Implementação	10%	18,00	13,00	16,00	14,33	13,00	14,00	13,00	13,33	13,50	12,50	15,00
5	TOTAL					66,97				57,67			

PONTMAX		A	B	C	M	A	B	C	M	A	B	C	M	
1	Raciocínio Básico	5%	4,30	4,00	4,50	4,20	4,90	6,00	5,00	4,80	2,50	3,00	3,50	3,00
2	Estratégia de Com. Digital	20%	17,00	17,00	15,00	16,33	20,00	19,00	18,50	19,17	10,00	14,00	14,00	12,87
3	Solução de Comunicação Digital	25%	22,00	20,00	18,00	20,00	25,00	24,50	24,50	24,67	19,00	15,00	15,00	13,33
4	Plano de Implementação	10%	13,50	14,00	14,00	13,83	15,00	14,00	15,00	14,87	11,00	10,50	13,00	11,33
5	TOTAL					54,97				63,30				48,33

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Conforme pode-se observar a empresa **KLIMT** restou classificada em 1º lugar e a empresa recorrente **iComunicação** ficou em 2º lugar, gerando o interesse recursal, pois não concorda com as notas e suas respectivas justificativas concedidas pela Subcomissão Técnica ao analisar os materiais das empresas.

Após o prazo para apresentar recurso administrativo, foi interposto recurso pela Recorrida e pelas empresas **KLIMT** e **PARTNERS**.

III – DO RECURSO DA EMPRESA KLIMT



A empresa KLIMT, em seu recurso, assevera resumidamente que a Recorrida:

1. Desviou do Objetivo do Briefing:

O briefing indicava que o objetivo da campanha deveria demonstrar o cuidado do CFM com os médicos, tendo os médicos como público prioritário. A proposta da Icomunicação, entretanto, focou na sociedade em geral, com **ênfase na relação entre médicos e pacientes, desconsiderando o público-alvo e o objetivo central do briefing.**

2. Escolheu o Conceito Inadequado:

A campanha da iComunicação intitulada “Movidos pelo Cuidado” reforça o foco nos **médicos como cuidadores, conceito que, segundo a recorrente, seria mais adequado para enfermagem do que medicina.** Assim, a escolha do conceito desviou-se da essência do papel médico e da natureza das atividades do CFM.

3. Apresentou Inconsistências na Estratégia de Comunicação:

Foram apontadas falhas na apresentação e defesa da estratégia da iComunicação, sugerindo falta de articulação com os conhecimentos e objetivos do CFM. **Alegou-se que a escolha do conceito comprometeu os atributos técnicos e a pertinência da proposta aos objetivos de comunicação definidos pelo edital.**

Com isso, requer em seu recurso que seja:

Reduzida a Pontuação:

De acordo com a recorrente, a iComunicação teria cumprido apenas parte dos critérios de avaliação, devendo receber uma pontuação significativamente menor. A Klimt propõe uma redução de 23,35 pontos, levando a iComunicação a ficar abaixo da pontuação mínima de 75 pontos exigida para manter-se na licitação.

E pede a desclassificação da iComunicação com base nas falhas conceituais e na inadequação aos objetivos do briefing, **uma vez que a proposta final não teria alcançado a pontuação mínima para seguir no processo.**



IV- DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA EMPRESA KLIMT

Não merecem prosperar as razões apresentadas pela empresa. Na verdade, o que pretende é induzir a r. Comissão Julgadora ao erro, buscando desclassificar a recorrida para que de fato seja declarada vencedora do certame.

Inicialmente, quanto ao desvio do briefing, para certeza do que se pretende, colaciona o pedido feito no edital da presente licitação quanto a parte que interessa:

“(…)

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

O exercício de comunicação a ser aplicado para o edital nº CFM nº 002/2023 é a comunicação comemorativa do Dia do Médico, que acontece no dia 18 de outubro. Um bom médico, além de ter um bom embasamento teórico, deve saber relacionar-se, promovendo uma relação de confiança com seu paciente. A relação médico-paciente é fundamental para o andamento adequado do tratamento, uma vez que o paciente sente-se à vontade para falar em detalhes o que lhe aflige. Assim sendo, é fundamental que o médico abra espaço para questionamentos e saiba explicar de maneira atenciosa e cuidadosa o que acomete cada pessoa.

A relação de confiança estabelecida entre médico-paciente também é importante nos momentos de grande dor, como ao informar sobre uma doença terminal. O médico deve estar preparado para encarar a morte e ajudar os parentes e até mesmo o paciente a encarar esse momento tão difícil.

É importante salientar que o CFM tem realizado uma série de ações para denunciar abusos ou irregularidades que afetam a medicina, como a abertura indiscriminada de escolas médicas, as tentativas de invasão de competências exclusivas previstas na Lei do Ato Médico e a falta de infraestrutura de trabalho e de atendimento, assim como a não valorização e reconhecimento dos profissionais da medicina.

Além de toda responsabilidade em torno dessa profissão, os médicos enfrentam grandes dificuldades cotidianas, como a falta de estrutura e também a falta de recursos. Infelizmente, sem condições de trabalho, os médicos não conseguem desempenhar de maneira adequada o seu papel, o que gera insatisfação por parte dos pacientes.



Diante desse cenário, os médicos merecem que o 18 de outubro seja uma data para o reconhecimento desse profissional e de sua importância para a sociedade. Também é um momento para pedir maiores investimentos na saúde e garantia de condições adequadas de trabalho.

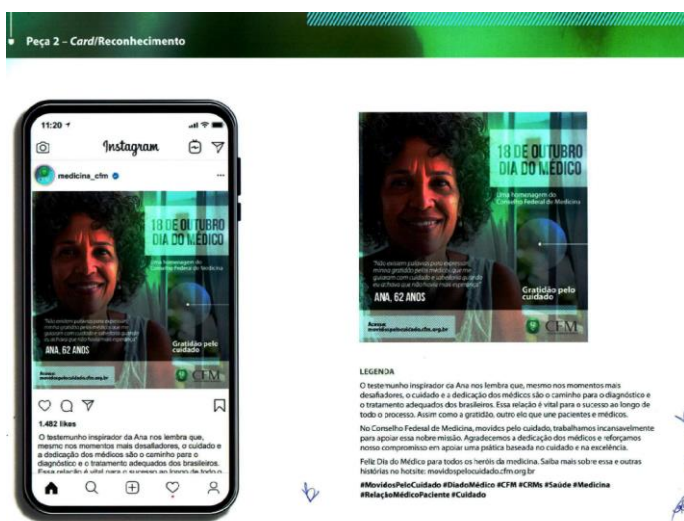
O desafio de comunicação é aproveitar a data comemorativa para mostrar a preocupação e o cuidado do Conselho Federal de Medicina com os médicos brasileiros.

(...)”

Ao que se tem, o desafio de comunicação desta licitação era muito claro: **COMUNICAÇÃO COMEMORATIVA DO DIA DO MÉDICO, QUE ACONTECE NO DIA 18 DE OUTUBRO.**

A recorrente KLIMT aduz em seu recurso que o desafio de comunicação era demonstrar o cuidado do CFM com os médicos, tendo os médicos como público prioritário. Ora, entende a recorrida que quem se equivocou com o briefing foi a própria KLIMT que não se atentou para o pedido claro e objetivo da licitação trazendo um conceito antiquado e distante da realidade.

A recorrida não só compreendeu perfeitamente o desafio, como apresentou um plano de comunicação totalmente voltado para o que foi pedido, senão vejamos:





Peça 3 - Carrossel/Engajamento



LEGENDA
Hoje é quinta-feira, dia de "BT", e reviver grandes momentos é sempre bom! O CFM realiza, ao longo do ano, uma agenda extensa de eventos, todos pensados para cuidar dos médicos e promover a saúde. Desde o Encontro Nacional das Entidades Médicas até o Fórum Nacional de Integração do Médico Jovem, estamos sempre a serviço de quem cuida.
Qual desses eventos mais marcou você? Compartilhe conosco nos comentários! Para conferir o calendário completo, acesse o portal do CFM. O link está na Bio.
#TET #MovidosPeloCuidado #CFM #CRM #Saúde #Medicina #RelaçãoMédicoPaciente #Cuidado



DESCRIÇÃO DA LIVE
Bem-vindos à transmissão especial do Conselho Federal de Medicina (CFM), em celebração ao Dia do Médico! Hoje, reunimos mensagens emocionantes de gratidão e histórias de cuidado e reconhecimento. Junte-se a nós nesta homenagem virtual, em que destacamos a dedicação e o compromisso dos profissionais da medicina, que, diariamente, movidos pelo cuidado, dedicam suas vidas ao bem-estar da população.
#MovidosPeloCuidado #DiaDoMédico #CFM #CRM #Saúde #Medicina #RelaçãoMédicoPaciente #Cuidado #BiscoMedico

Essas peças são exemplos trazidos pela iComunicação. As peças falam diretamente com o médico, referenciando o seu dia, o cuidado com o paciente e, em contrapartida, o cuidado do CFM com o médico. E tal entendimento foi amplamente abordado no plano de comunicação, visando dar ao Conselho a visibilidade pretendida junto ao médico e junto a sociedade.

Em contrapartida, podemos trazer o plano de comunicação da recorrente KLIMT, que de fato foi muito infeliz, antiquada e confusa ao apresentar a sua proposta, vejamos:



www.facebook.com/conselhofederaldemedicina



Conselho Federal de Medicina - CFM

177 mil curtidas • Seguidores: 181 mil

[Fale Conosco](#)



A proposta da recorrente é confusa, trazendo imagens que não se conectam com o público alvo que é o profissional da área: o médico! O fazer história não está relacionado com as obras de artes indicadas nas peças, mas sim a história do dia a dia, da relação com o paciente que pouca chance teria de vida, mas foi “curado” pelo conhecimento médico daquele que o atendeu, a história daquele estudante que passou por grandes desafios para cursar a tão sonhada faculdade de medicina.

Além disso, apenas por amor ao debate, a empresa entendeu que a palavra CUIDADO se refere mais a enfermagem do que a medicina. Podemos até entender o conhecimento a cerca dos profissionais da área, uma vez que a **KLIMT atende o COFEN**, contudo, precisamos entender a etimologia da palavra:

“A palavra “cuidado” **deriva do latim cura ou, de sua forma mais antiga, mera**. Era usada num contexto de relações de amor e amizade, expressando uma atitude de cuidado, de desvelo, de preocupação e de inquietação pela pessoa amada ou por um objeto de estimação.”



A palavra deriva do latim CURA e expressa uma atitude de cuidado, de desvelo, de preocupação. Ora, não podemos atrelar aos médicos esses sentimentos? No presente caso, fica claro que a KLIMT entende que o médico não pode curar, não cuidar, somente o profissional de enfermagem.

Isso é ilógico! Demonstra total preconceito com o profissional que foi colocado apenas como aquele que faz para receber seus honorários, desprovido de sentimento e zelo pelo SEU paciente.

Assim, resta claro que a iComunicação trouxe conceito muito apropriado porque o cuidado é para com o paciente, com o próprio médico sendo cuidado pelo CFM, como aquela entidade que zela pelo profissional.

Atualmente, a comunicação digital precisa estar lado a lado com o público e se pretende atingir, conversar com ele, de forma humanizada, ativa e constante. E não foi isso que a recorrente trouxe em seu plano e peças.

E, não espanta tal desencontro de comunicação, pois estamos diante de uma empresa que NÃO É E NÃO TEM EXPERIÊNCIA COMO EMPRESA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.

Esse argumento foi amplamente debatido em nossas razões recursais e, aproveitamos, para reiterar nesse momento.

A empresa KLIMT não tem experiência em comunicação digital! Os atestados da HABILITAÇÃO apresentados são “questionáveis” pois citam serviços e produtos de comunicação digital, que não fazem parte de contratos de PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Merecem diligência no âmbito administrativo por perigo de ser verificado em processo judicial. Ora os contratos citados pela empresa KLIMT tanto na HABILITAÇÃO quanto na CAPACIDADE DE ATENDIMENTO são de PUBLICIDADE e não podem ser aceitos.

Vejam outra inferência. Na licitação de 2022 de PUBLICIDADE E PROPAGANDA do COFEN, órgão o qual a KLIMT atende desde 2017 na área de PUBLICIDADE, a própria KLIMT utilizou o seguinte atestado abaixo para o referido certame. Notem o absurdo, a empresa VENCEU a licitação, tornando-se novamente agência de PUBLICIDADE E PROPAGANDA do COFEN, apresentando atestado do próprio COFEN reafirmando o que estamos destacando ao CFM desde o primeiro recurso:



ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

O Conselho Federal de Enfermagem - COFEN, CNPJ 47.217.146/0001-57 sediado no SCLN 304, Bloco E, Lote 09, Asa Norte – Brasília-DF, através de seu representante legal, ATESTA para os devidos fins que a empresa **Klimt Agência de Publicidade Ltda.**, CNPJ 10.365.754/0001-07, prestou e vem prestando, em âmbito nacional, os seguintes serviços de agência de publicidade para este Conselho, desde 06/09/2017, conforme Contrato nº 47/2017.

Objeto: Prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceitualização, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa, e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse do CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM.

Também integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos; e
- c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.

Verba Referencial: R\$ 9.250.000,00 (nove milhões duzentos e cinquenta mil reais).

NEYSON
PINHEIRO
FREIRE/635013
17204

Assinado de forma
digital por NEYSON
PINHEIRO
FREIRE/63501317204
Data: 2022.07.19
Hora: 09:09

SCLN 304, Bloco E, Lote 09 - Asa Norte – CEP: 70.736-550 - Brasília-DF
Tel.: (61) 3329-5800 Home Page: www.portalcofen.gov.br



Todos os serviços foram prestados de acordo com os padrões de qualidade exigidos no mercado, atingindo o objetivo e desafios da comunicação, sem existir qualquer registro de desabone a referida empresa.

Brasília/DF, 11 de julho de 2022.
NEYSON PINHEIRO Assinado de forma digital por
NEYSON PINHEIRO
FREIRE/635013172 FREIRE/63501317204
04 Data: 2022.07.19 16:04:23
-0300

NEYSON PINHEIRO FREIRE
Gestor/Fiscal PAD 267/2016
Portaria nº. 1190/2017
CPF: 635.013.172-04

Conselho Federal de Enfermagem – COFEN
CNPJ 47.217.146/0001-57



Conforme se observa, o objeto da licitação era de PUBLICIDADE E PROPAGANDA e não de comunicação digital. Ora, não pode a empresa apresentar Atestado de Capacidade Técnica relacionado ao mesmo contrato (em continuidade ao contrato do ano de 2017) como sendo de comunicação digital. Isso não pode ser aceito!!!! A empresa não poderia ter pontuado e, conforme nosso recurso inicial quando da habilitação, deveria ter sido inabilitada.

Desta forma, necessário se faz solicitar diligência com a apresentação de TODAS AS NOTAS FICAIS EMITIDAS PELA KLIMT para os serviços digitais especificados em ATESTADO e ainda, ENTENDER JUNTO AO COFEN como ele COMPRA produtos e serviços digitais por meio de um CONTRATO DE PUBLICIDADE, supostamente infringindo determinações legais.

Mais uma vez, estamos diante de um contrato de PUBLICIDADE E PROPAGANDA e não de comunicação digital. Tal distinção se faz necessária para que as regras do edital sejam fielmente cumpridas, evitando assim que se busque seja perante o Tribunal de Contas ou o Judiciário a garantia dos princípios norteadores do processo licitatório.

Exclusão das Agências de Publicidade do Escopo da Licitação. Lei 14.356/2023

Assim, a Licitação do Conselho Federal de Medicina, que visa a contratação de serviços de comunicação digital, comete um erro ao incluir agências de publicidade.

V – RECURSO APRESENTADO PELA EMPRESA PARTNERS

A empresa PARTNERS, por sua vez, em seu recurso, afirma resumidamente que a Recorrida:

1. Extrapolou o Número de Páginas e Peças no Relato:

A Partners **alega que a iComunicação ultrapassou o limite de páginas permitido para o relato, chegando a 10 páginas no total. Além disso**, aponta que a Icomunicação **apresentou peças distintas como se fossem uma só**, embora sejam usadas em momentos diferentes, o que viola as regras de padronização e isonomia do edital.



2. **Obteve Vantagem Indevida por Flexibilização de Regras:**

Segundo a Partners, a **violação do limite de páginas e número de peças permite uma apresentação mais detalhada das propostas da iComunicação, conferindo-lhe vantagem sobre os demais concorrentes.** A Partners argumenta que a flexibilização das regras do edital não deve beneficiar licitantes que não as seguiram, sob risco de comprometer a isonomia entre os participantes.

Desta forma, requer que a Comissão reveja as pontuações para manter a lisura do certame, sugerindo que os relatos em desconformidade sejam rejeitados ou que as pontuações sejam reduzidas.

VI – DAS CONTRARRAZÕES AO RECURSO DA EMPRESA PARTNERS

Mais uma vez, agora no recurso da empresa PARTNERS, há a clara intenção de indução ao erro com os argumentos trazidos.

Em suas razões, a PARTNERS afirma que a recorrida extrapolou o nº de páginas dos relatos apresentados. Observando e analisando o caderno em questão, não houve qualquer extrapolação, conforme se verifica dos prints a seguir:

RELATO DA POUPEX – 10 PÁGINAS. Segue o print da última página



IMÓVEIS DE 2, 3 E 4 QUARTOS
Preços abaixo do mercado

Você pode se planejar sempre ao planejar o futuro. Com os 1260 apartamentos da POUPEX que estão sendo comercializados em 6 blocos, temos o que faz a diferença: LOCALIZAÇÃO, PRONTO PARA MORAR, NO DIA JANEIRO E NO CENTRO DA CIDADANIA. POUPEX, IMÓVEL ABaixo DO MERCADO.

Porém, com o lançamento de 2, 3 e 4 quartos, a POUPEX oferece ainda mais possibilidades construtivas e a opção de fazer parte do cotidiano de vida do futuro MORADOR.

Os imóveis serão comercializados a preços abaixo do mercado e com excelentes condições de financiamento.

#POUPEX: quanto mais recursos tem em seu grupo POUPEX, mais possibilidades oferece. Mais bem qualificado você está. Confira as condições e compare, agora mesmo, o preço pago a compra do imóvel anterior.

POUPEX, você planeja, a gente faz acontecer.

POUPEX
POUPEX
POUPEX

FICHA TÉCNICA

Equipe da agência: Cristina Valentino e Thiago Liborni – iComunicação Integrada.

Aprovação da POUPEX: Carla Alcântara e Fátima Periard.

10

RELATO DA SECOM – Segue o print da última página



De qualquer forma, basta contar corretamente que poderá ser confirmado a quantidade correta de páginas para os relatos, perdendo qualquer objeto e razões requeridas pela empresa PARTNERS.

Passo outro, quanto ao nº de peças, também não merecem prosperar as razões apresentadas, pois está claro no texto que as peças fazem parte de um único contexto que foi a oferta do Plano Odontológico, por meio de uma régua de incentivo, com conteúdo para email marketing e textos push.

Desta feita, o recurso também não merece prosperar.

DO PEDIDO

Diante ao exposto, a **IComunicação Integrada** requer sejam recebidas as contrarrazões apresentadas, e **sejam totalmente improvidos os recursos das empresas KLIMT e PARTNERS, reiterando o pedido feito em sede recursal em relação a empresa KLIMT**, devendo ser desclassificada, por:



- descumprir com as regras do edital e, por consequência, zerar o subquesto, Relação de Clientes de Comunicação Digital, da proposta técnica;
- reconhecer que os atestados apresentados não são condizentes com o contrato mantido com as empresas/clientes, merecendo desta forma, caso assim não entenda, que seja **solicitada diligência para que a empresa apresente as Notas Fiscais da empresa KLIMT com os serviços digitais efetivamente desenvolvidos conforme relação do Atestado/Habilitação e da Capacidade de Atendimento, no tocante a comunicação digital.**

Reitera, ainda, caso não seja o entendimento da r. Comissão pela desclassificação da empresa KLIMT, que as suas notas sejam revistas e analisadas com base no que foi anteriormente exposto, **concedendo a nota mínima nos quesitos impugnados no recurso apresentado anteriormente.**

Por fim, sejam as notas da empresa IComunicação **revisadas para a concessão da nota máxima** nos quesitos indicados e argumentados no recurso, sob de se buscar o judiciário para a solução do conflito.

Termos em que
Espera Deferimento.
Brasília/DF, 24 de outubro de 2024.

MARTA SIMÕES DE LARA
CPF 032.818.817-42
DIRETORA DE NOVOS NEGÓCIOS
REPRESENTANTE POR PROCURAÇÃO