AO
CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS
COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Concorrência nº 1/2020

LUME COMUNICAÇÃO EIRELI, empresa de direito privado, com sede a Rua Pedra Bonita, 922, bairro Alto Barroca, Belo Horizonte, MG, inscrita no CNPJ sob o nº 65.146.375/0001-00, através de seu representante legal, Moisés Júnio Rosa, portador do RG MG 1.379.277 e CPF Nº35.068.446-34, vem respeitosamente a Vossa presença, apresentar

RECURSO ADMINISTRATIVO

Em face do julgamento das propostas técnicas, no certame supra indicado, e o faz pela fundamentação abaixo explicitada:

1 . DOS FATOS

Foram apresentados os julgamentos pertinentes às propostas técnicas apresentadas pelas Licitantes.

Apresentados os documentos componentes da proposta técnica, a recorrente verificou que a licitante primeira colocada Klimt Agência de Publicidade Ltda, apresentou sua proposta técnica em desacordo com os parâmetros estabelecidos no edital, além de ter havido erro de análise da proposta da recorrente pela subcomissão técnica.

2. DO DIREITO

Princípio da Vinculação ao Instrumento Convocatório

Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • *Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526 5555*

Direito da Recorrente Lume de Ver Aplicados os Critérios de Julgamento Estabelecidos no Edital
Capacidade de Atendimento

O EDITAL É LEI ENTRE AS PARTES **Diógenes Gasparini**

Essa a regra mais importante de qualquer edital.

As cláusulas e condições impostas no edital sempre devem ser interpretadas de maneira restritiva, ou seja, deve-se ater exatamente àquilo que diz a norma.

E tal norma não foi observada no quesito capacidade de atendimento, conforme provaremos adiante.

Os parâmetros estabelecidos para avaliação da capacidade de atendimento das licitantes estão elencados no item 12.2.2:

Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

> a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;
>
> b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CFN;
>
> c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CFN na execução do contrato;
>
> d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CFN e a licitante;
>
> e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CFN.

Sendo que a pontuação máxima para esse quesito é de 25 pontos, item 12.3.2.

2.1. Avaliação Negativa da Recorrente LUME Sobre Item que Não se Encontra Previsto no Edital

Ilegalidade

A recorrente Lume obteve como nota máxima 19,3 pontos, e a primeira colocada incríveis 23,3 pontos.

O primeiro e mais importante ponto a ser reavaliado é sobre a análise negativa feita pela subcomissão técnica no tocante a recorrente LUME não ter escritório na cidade de Brasília, o que lhe retirou pontuação.

Proposta 2:
Lume Comunicação Eireli

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: A licitante tem sede em Belo Horizonte e não se compromete explicitamente a montar escritório em Brasília. Na proposta, a empresa não apresenta equipe de atendimento permanente na capital federal, mas se dispõe a estabelecer suporte presencial periódico ou em caráter de urgência. Essa situação dificulta a funcionalidade operacional das demandas do CFN. A agência possui uma equipe técnica experiente e robusta

A avaliação acima é inédita, pois não consta em nenhum dos quesitos estabelecidos no edital no item 12.2.2, que *"montar escritório em Brasília"* é fator de pontuação positiva, até porque se tal estivesse no edital seria ilegal, pois estabeleceria restrições ao caráter competitivo do certame, o que é proibido por lei.

> LICITAÇÃO. HABILITAÇÃO. EXIGÊNCIA EDITALÍCIA RESTRITIVA. **É vedado ao administrador público inserir no ato convocatório condições que restrinjam ou frustrem a competitividade do certame, como a exigência de que a interessada tenha sede em lugar específico**, sob pena de violação ao princípio fundamental da isonomia, da legalidade e da moralidade administrativa.(TJ-SC - MS: 20100524965 Camboriú 2010.052496-5, Relator: Sônia Maria Schmitz, Data de Julgamento: 16/11/2020, Terceira Câmara de Direito Público)

A subcomissão ao ponderar sobre tal fato adotou uma atitude ilegal no seu julgamento afetando a isonomia do mesmo, uma vez que coincidentemente(!) a primeira colocada tem sua sede em Brasília e foi positivamente avaliada nesse quesito. Ponto que jamais deveria ter sido levado em consideração em ambos os casos.

Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526 5555

Proposta 3:
Klimt Agência de Publicidade Ltda

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Conforme a proposta enviada, a licitante tem sede em Brasília e experiência em atendimento de contas do setor público,

A subcomissão ao fazer esse tipo de análise que sequer está no edital e sequer está em suas atribuições, foge completamente do exercício imparcial que deve haver em suas avaliações.

Até porque o edital prevê na minuta do contrato (cláusula 25.6) que a vencedora se obrigará a manter escritório, filial ou sucursal na capital federal, ou seja, o fato da recorrente não ter por agora escritório em Brasília NÃO É FATOR DESABONADOR para pontuação como a que foi realizada.

> 5.1.2.1 A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Brasília, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE.**

Por outro lado, a subcomissão não viu (ou não quis ver) que na proposta já há menção específica (mesmo sem ser obrigatória) de que a recorrente LUME se obriga a montar escritório com todo aparato para o atendimento, além de nos parecer um contra senso a importância dada ao espaço físico em si, já que nos dias atuais ficou claro que a interação digital supre as necessidades de espaço físico, muito mais na área de publicidade que é um setor preponderantemente digital.

Fica patente desta forma, a ilegalidade ocorrida, uma vez que considerado como item de avaliação positiva, quesito que sequer pode ser levado a julgamento, devendo serem retiradas da avaliação as pontuações negativas conferida a LUME e a positiva conferida a Klimt, respectivamente.

2.2. Avaliação que Não Obedeceu aos Critérios do Edital

Como já dito acima, o julgamento técnico tem de se ater exatamente aos critérios estabelecidos no edital, sob pena de violação da isonomia e da vinculação ao edital.

Este princípio pode ser verificado no art. 41, caput, da Lei nº 8.666/93:

> "A Administração não pode descumprir as normas e condições do edital ao qual se acha estritamente vinculada". (grifamos)

Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526 5555

Diz Hely Lopes Meirelles:

> "Nada se pode exigir ou decidir aquém ou além do edital, porque é a lei interna da concorrência e da tomada de preços e segundo as condições, estabelecidas na convocação licitatória, é que os interessados deverão apresentar suas propostas, obedecendo, tanto na forma quanto no conteúdo, as especificações do órgão que promove a licitação. Em tema de proposta nada se pode oferecer, considerar, aceitar ou exigir além ou aquém do edital ou do convite.

Dizendo objetivamente, o item 12.2.2 manda avaliar no quesito "a":

> a) o porte e a tradição dos clientes, como anunciantes publicitários, e o período de atendimento a cada um;

Nesse quesito acima a LUME apresentou 10 clientes, sendo 3 conselhos profissionais, e desses, 2 deles em nível federal. Já a licitante Klimt apresentou exatamente a metade, ou seja, 5 clientes, possuindo apenas um conselho em sua carteira de cliente e nem federal é. E mesmo assim foi melhor pontuada do que a recorrente.

Quanto ao quesito "b":

> b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades de comunicação publicitária do CFN;

Nesse componente de profissionais relativos ao quesito "b" a LUME apresentou 35 funcionários contra 12 da agência Klimt, aqui uma vez mais não se sabe porque ficou em tão grande diferença a pontuação entre as licitantes, uma vez que pelo currículo dos 35 profissionais elencados, em relação aos 12 da primeira colocada, nota-se um disparate que não se tem explicação objetiva para tal.

Quanto ao quesito "c":

> c) a adequação da infraestrutura e das instalações que estarão à disposição do CFN na execução do contrato;

Aqui a recorrente LUME deixa claro que disponibiliza infraestrutura completa, destacando a quantidade de equipamentos disponíveis, detalha a divisão dos setores,

Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526 5555

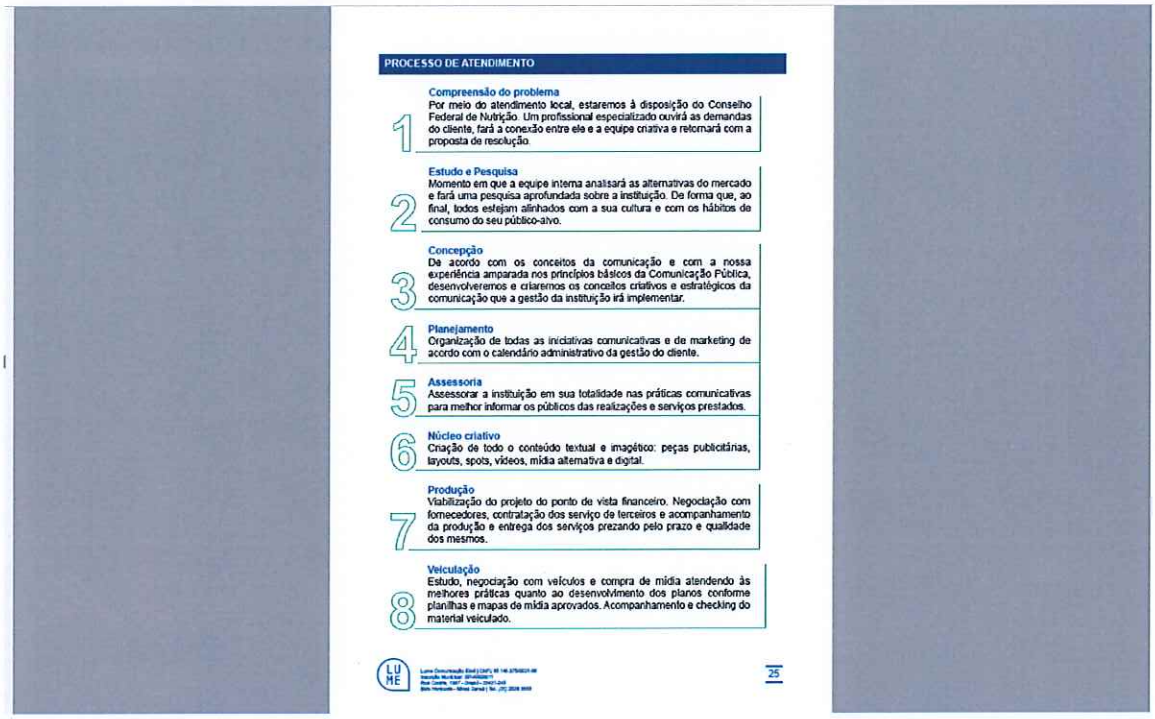
LU ME

sistema operacional e organização da empresa. A agência Klimt por sua vez também apresenta sua infraestrutura adequada ao seu número de funcionários, então porque há tão grande diferença nesse quesito entre as duas empresas que justifique uma pontuação extrema entre as duas.

Quanto ao quesito "d":

> d) A funcionalidade do relacionamento operacional entre o CFN e a licitante;

Aqui também não conseguimos entender o que levou a tão grande diferença de pontuação. A proposta da LUME foi apresentada de forma detalhada e minuciosa, revelando um real cuidado ao descrever esse relacionamento tão importante, tanto na operação de atendimento entre a agência e o cliente, quanto na interação de todas as etapas.



PROCESSO DE ATENDIMENTO

1 **Compreensão do problema**
Por meio do atendimento local, estaremos à disposição do Conselho Federal de Nutrição. Um profissional especializado ouvirá as demandas do cliente, fará a conexão entre ele e a equipe criativa e retornará com a proposta de resolução.

2 **Estudo e Pesquisa**
Momento em que a equipe interna analisará as alternativas do mercado e fará uma pesquisa aprofundada sobre a instituição. De forma que, ao final, todos estejam alinhados com a sua cultura e com os hábitos de consumo do seu público-alvo.

3 **Concepção**
De acordo com os conceitos da comunicação e com a nossa experiência amparada nos princípios básicos da Comunicação Pública, desenvolveremos e criaremos os conceitos criativos e estratégicos da comunicação que a gestão da instituição irá implementar.

4 **Planejamento**
Organização de todas as iniciativas comunicativas e de marketing de acordo com o calendário administrativo da gestão do cliente.

5 **Assessoria**
Assessorar a instituição em sua totalidade nas práticas comunicativas para melhor informar os públicos das realizações e serviços prestados.

6 **Núcleo criativo**
Criação de todo o conteúdo textual e imagético: peças publicitárias, layouts, spots, vídeos, mídia alternativa e digital.

7 **Produção**
Viabilização do projeto do ponto de vista financeiro. Negociação com fornecedores, contratação dos serviço de terceiros e acompanhamento da produção e entrega dos serviços prezando pelo prazo e qualidade dos mesmos.

8 **Veiculação**
Estudo, negociação com veículos e compra de mídia atendendo às melhores práticas quanto ao desenvolvimento dos planos conforme planilhas e mapas de mídia aprovados. Acompanhamento e checking do material veiculado.

25

Aqui Obrigações do setor de atendimento:

Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526 5555

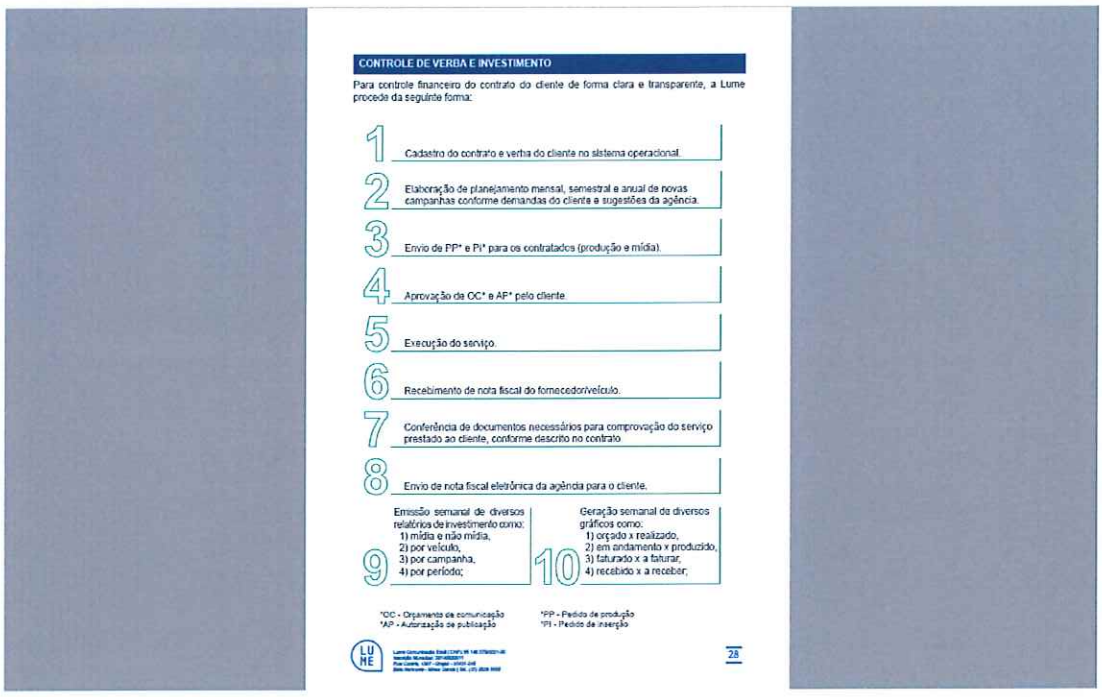
OBRIGAÇÕES DO SETOR DE ATENDIMENTO

O profissional de Atendimento é o gestor da conta, responsável por estabelecer o contato direto com o cliente. Dentre as principais atividades estão:

1. Levantar informações para o briefing, checando-o junto ao cliente quando necessário.
2. Transmitir o briefing para os demais setores.
3. Sugerir e obter pesquisas junto ao cliente, quando necessário.
4. Estudar o mercado e a concorrência.
5. Fazer o registro sistemático da sua atuação através de relatórios de visitas.
6. Inteirar-se sobre todos os processos e detalhes do produto ou serviço oferecido pelo cliente.
7. Discutir as tarefas com todos os departamentos envolvidos, complementando verbalmente os pedidos.
8. Formular o Planejamento Estratégico de Comunicação, após análise e discussão junto aos demais setores da agência.
9. Emitir os pedidos internos e solicitar orçamentos.
10. Acompanhar o andamento dos trabalhos de criação.

11. Apresentar a campanha ao cliente, juntamente com o plano que a originou.
12. Conscientizar-se da exatidão e qualidade das negociações de mídia e produção.
13. Informar detalhadamente ao cliente a origem de todos os custos.
14. Providenciar a aprovação burocrática, pelo cliente, dos trabalhos e serviços aprovados.
15. Acompanhar a evolução da campanha junto ao cliente.
16. Manter o cronograma dos trabalhos em dia (follow-up).
17. Checar o envio das faturas e seus valores corretos.
18. Discutir e avaliar os resultados da campanha, bem como as alterações de mercado (se decorrentes da campanha).
19. Fazer-se presente em eventos ligados direta ou indiretamente ao cliente (feiras, exposições, congressos etc.)
20. Manter o portfólio da agência atualizado.

Controle de verba e investimento:



CONTROLE DE VERBA E INVESTIMENTO

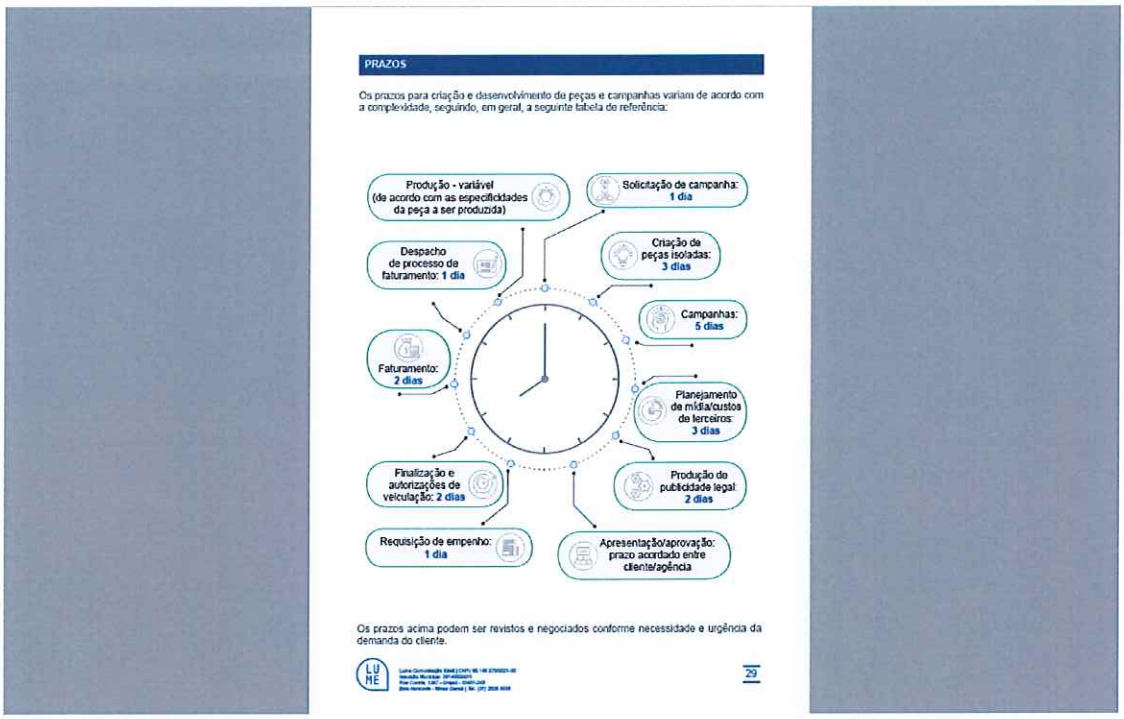
Para controle financeiro do contrato do cliente de forma clara e transparente, a Lume procede da seguinte forma:

1. Cadastro do contrato e verba do cliente no sistema operacional.
2. Elaboração de planejamento mensal, semestral e anual de novas campanhas conforme demandas do cliente e sugestões da agência.
3. Envio de PP* e PI* para os contratados (produção e mídia).
4. Aprovação de OC* e AF* pelo cliente.
5. Execução do serviço.
6. Recebimento de nota fiscal do fornecedor/veículo.
7. Conferência de documentos necessários para comprovação do serviço prestado ao cliente, conforme descrito no contrato.
8. Envio de nota fiscal eletrônica da agência para o cliente.
9. Emissão semanal de diversos relatórios de investimento como:
   1) mídia e não mídia,
   2) por veículo,
   3) por campanha,
   4) por período;
10. Geração semanal de diversos gráficos como:
    1) orçado x realizado,
    2) em andamento x produzido,
    3) faturado x a faturar,
    4) recebido x a receber;

*OC - Orçamento de comunicação
*AF - Autorização de publicação
*PP - Pedido de produção
*PI - Pedido de inserção

28

Prazos:



PRAZOS

Os prazos para criação e desenvolvimento de peças e campanhas variam de acordo com a complexidade, seguindo, em geral, a seguinte tabela de referência:

Produção - variável (de acordo com as especificidades da peça a ser produzida)

Solicitação de campanha: 1 dia

Despacho de processo de faturamento: 1 dia

Criação de peças isoladas: 3 dias

Campanhas: 5 dias

Faturamento: 2 dias

Planejamento de mídia/custos de terceiros: 3 dias

Finalização e autorizações de veiculação: 2 dias

Produção do publicidade legal: 2 dias

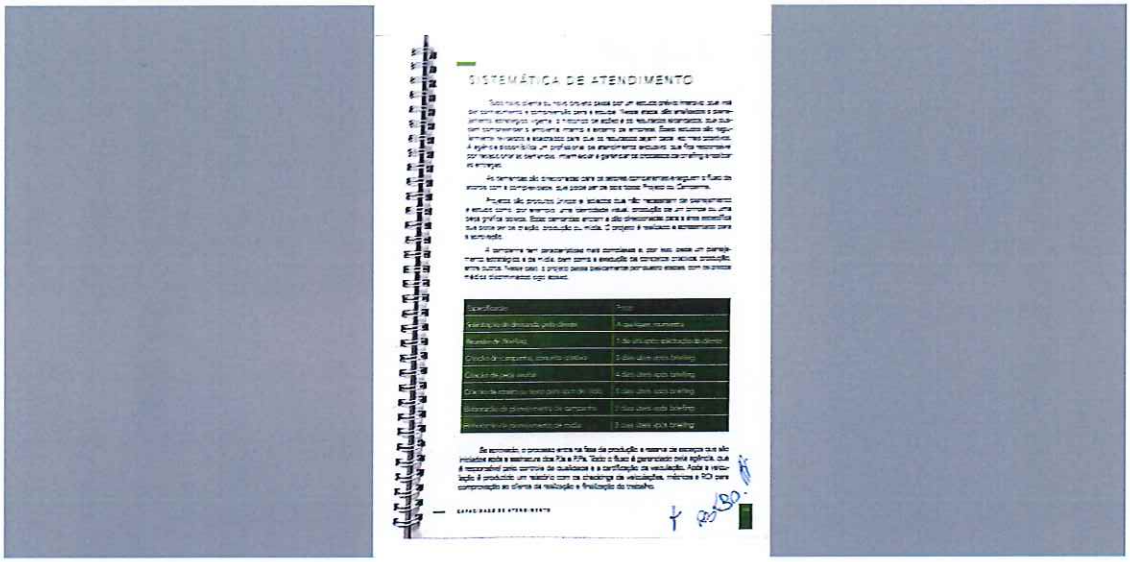
Requisição de empenho: 1 dia

Apresentação/aprovação: prazo acordado entre cliente/agência

Os prazos acima podem ser revistos e negociados conforme necessidade e urgência da demanda do cliente.

29

Lado contrário, a agência Klimt se limitou a apresentar a sistemática de atendimento com apenas uma folha, resumindo o atendimento apenas aos prazos, que inclusive, são maiores do que os prazos propostos pela agência Lume.



SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Quanto ao quesito "d":

e) a relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de

circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do CFN.

Nesse ponto a Lume apresenta diversas ferramentas abrangendo todos os seguimentos da publicidade. Aqui não há nada que possa desabonar a agência, e ainda sim foi mal pontuada.

3. Do Julgamento das Propostas Técnicas
Itens a Serem Reavaliados
Análise do Julgamento da Subcomissão Técnica

A análise a seguir é feita com base no edital e na leitura que se possa fazer das informações nele contidas sobre o que cada agência deveria apresentar, levando-se em conta o que foi pedido no edital e os critérios de julgamento, especificados nos itens editalícios.

E não poderíamos deixar de ressaltar antes, a enormidade de erros que revelam o descaso na proposta da licitante primeira colocada.

Para a agência que pretende, se vencedora, ser a responsável pela comunicação institucional de um Conselho Federal errar de forma tão extensa, demonstra no mínimo um descuido e no máximo uma incapacidade de transmitir uma idéia.

3.1. Repertório

Na parte relativa ao Repertório temos:

> 11.8.1.1 - As peças publicitárias devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de maio de 2016.

No item acima destacado a agência Klimt descumpre dois subquesitos do edital.

Nesse subquesito a agência Klimt descumpre o edital ao apresentar peça veiculada em JANEIRO de 2016.

Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2626 5555

Abaixo print do repertório da agência Klimt:

FICHA TÉCNICA Nº 06

Peça: Televisão - Vídeo 30"
Título: Blue Chegou a Palmas
Agência: Klimt Publicidade
Cliente: Infosolo
Data de produção: janeiro de 2015
Período de veiculação: janeiro de 2016
Veículo de divulgação: Fevereiro de 2016

INDICAÇÃO SUCINTA DO PROBLEMA:

O Blue é um aplicativo para gerenciamento e cobrança de estacionamentos públicos rotativos na cidade de Palmas, no estado do Tocantins. A iniciativa era nova e gerou um sentimento negativo na população, por se tratar de mais um tributo em locais que até então, eram de estacionamentos gratuitos. Para apresentar o aplicativo e fornecer as primeiras informações sobre o seu uso, desenvolvemos um vídeo publicitário. O roteiro criado tratava o tema de forma sucinta e leve, com uma abordagem mais explicativa, relacionada ao funcionamento do aplicativo, desvinculando totalmente a marca da polêmica do pagamento. A peça foi veiculada na Rede Globo e na Rede Record de televisão, em programas de grande audiência da cidade. O objetivo da proposta para a primeira fase da campanha, que era de informar sobre o estacionamento rotativo, foi plenamente alcançado pela campanha.

REPERTÓRIO

Já no quesito 11.8.2:

> 11.8.2. Para cada peça publicitária deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação, <u>menção de pelo menos um veículo que divulgou a peça.</u>

FICHA TÉCNICA Nº 06

Peça: Televisão - Vídeo 30"

Título: Blue Chegou a Palmas

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: Infosolo

Data de produção: janeiro de 2015

Período de veiculação: janeiro de 2016

Veículo de divulgação: Fevereiro de 2016

INDICAÇÃO SUCINTA DO PROBLEMA:

O Blue é um aplicativo para gerenciamento e cobrança de estacionamentos públicos rotativos na cidade de Palmas, no estado do Tocantins. A iniciativa era nova e gerou um sentimento negativo na população, por se tratar de mais um tributo em locais que até então, eram de estacionamentos gratuitos. Para apresentar o aplicativo e fornecer as primeiras informações sobre o seu uso, desenvolvemos um vídeo publicitário. O roteiro criado tratava o tema de forma sucinta e leve, com uma abordagem mais explicativa, relacionada ao funcionamento do aplicativo, desvinculando totalmente a marca da polêmica do pagamento. A peça foi veiculada na Rede Globo e na Rede Record de televisão, em programas de grande audiência da cidade. O objetivo da proposta para a primeira fase da campanha, que era de informar sobre o estacionamento rotativo, foi plenamente alcançado pela campanha.

REPERTÓRIO

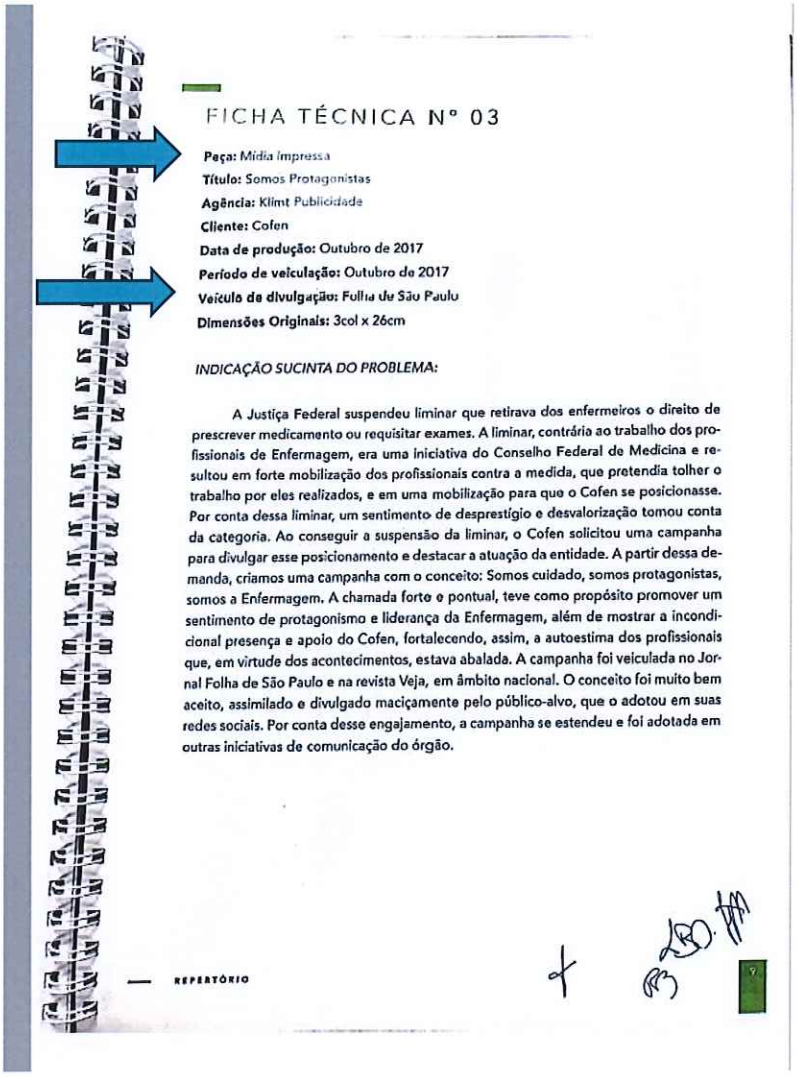
16

Destacamos que a peça acima ser veiculada é um vídeo para televisão, formato 30''. Portanto, se faz necessária a apresentação de pelo menos um meio que tenha divulgado a peça, e isso não foi feito e não foi retirado pontos da agência relativamente a esse descumprimento.

Ainda na parte de "repertório", agência Klimt apresenta uma peça no repertório que consiste em um erro e, portanto, não deveria ser avaliada. A licitante expõe na ficha técnica que a peça apresentada se trata de uma "mídia impressa", veiculada no jornal

"Folha de São Paulo", mas na página seguinte apresenta um "e-mail marketing", conforme podemos observar através do print abaixo, um erro grosseiro que jamais poderia ocorrer.

Veja:



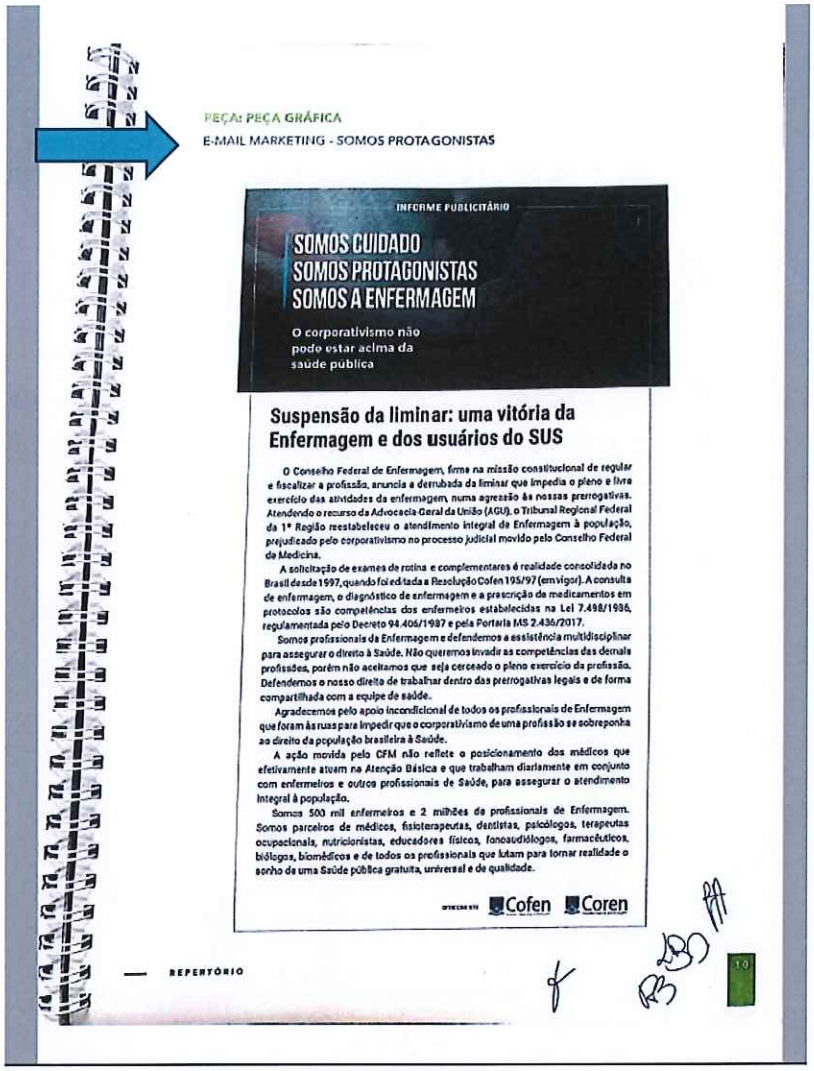
FICHA TÉCNICA Nº 03

Peça: Mídia Impressa
Título: Somos Protagonistas
Agência: Klimt Publicidade
Cliente: Cofen
Data de produção: Outubro de 2017
Período de veiculação: Outubro de 2017
Veículo de divulgação: Folha de São Paulo
Dimensões Originais: 3col x 26cm

INDICAÇÃO SUCINTA DO PROBLEMA:

A Justiça Federal suspendeu liminar que retirava dos enfermeiros o direito de prescrever medicamento ou requisitar exames. A liminar, contrária ao trabalho dos profissionais de Enfermagem, era uma iniciativa do Conselho Federal de Medicina e resultou em forte mobilização dos profissionais contra a medida, que pretendia tolher o trabalho por eles realizados, e em uma mobilização para que o Cofen se posicionasse. Por conta dessa liminar, um sentimento de desprestígio e desvalorização tomou conta da categoria. Ao conseguir a suspensão da liminar, o Cofen solicitou uma campanha para divulgar esse posicionamento e destacar a atuação da entidade. A partir dessa demanda, criamos uma campanha com o conceito: Somos cuidado, somos protagonistas, somos a Enfermagem. A chamada forte e pontual, teve como propósito promover um sentimento de protagonismo e liderança da Enfermagem, além de mostrar a incondicional presença e apoio do Cofen, fortalecendo, assim, a autoestima dos profissionais que, em virtude dos acontecimentos, estava abalada. A campanha foi veiculada no Jornal Folha de São Paulo e na revista Veja, em âmbito nacional. O conceito foi muito bem aceito, assimilado e divulgado maciçamente pelo público-alvo, que o adotou em suas redes sociais. Por conta desse engajamento, a campanha se estendeu e foi adotada em outras iniciativas de comunicação do órgão.

REPERTÓRIO



PEÇA: PEÇA GRÁFICA

E-MAIL MARKETING - SOMOS PROTAGONISTAS

INFORME PUBLICITÁRIO

SOMOS CUIDADO
SOMOS PROTAGONISTAS
SOMOS A ENFERMAGEM

O corporativismo não pode estar acima da saúde pública

Suspensão da liminar: uma vitória da Enfermagem e dos usuários do SUS

O Conselho Federal de Enfermagem, firme na missão constitucional de regular e fiscalizar a profissão, anuncia a derrubada da liminar que impedia o pleno e livre exercício das atividades da enfermagem, numa agressão às nossas prerrogativas. Atendendo o recurso da Advocacia-Geral da União (AGU), o Tribunal Regional Federal da 1ª Região restabeleceu o atendimento integral de Enfermagem à população, prejudicado pelo corporativismo no processo judicial movido pelo Conselho Federal de Medicina.

A solicitação de exames de rotina e complementares é realidade consolidada no Brasil desde 1997, quando foi editada a Resolução Cofen 195/97 (em vigor). A consulta de enfermagem, o diagnóstico de enfermagem e a prescrição de medicamentos em protocolos são competências dos enfermeiros estabelecidas na Lei 7.498/1986, regulamentada pelo Decreto 94.406/1987 e pela Portaria MS 2.436/2017.

Somos profissionais da Enfermagem e defendemos a assistência multidisciplinar para assegurar o direito à Saúde. Não queremos invadir as competências das demais profissões, porém não aceitamos que seja cerceado o pleno exercício da profissão. Defendemos o nosso direito de trabalhar dentro das prerrogativas legais e de forma compartilhada com a equipe de saúde.

Agradecemos pelo apoio incondicional de todos os profissionais de Enfermagem que foram às ruas para impedir que o corporativismo de uma profissão se sobreponha ao direito da população brasileira à Saúde.

A ação movida pelo CFM não reflete o posicionamento dos médicos que efetivamente atuam na Atenção Básica e que trabalham diariamente em conjunto com enfermeiros e outros profissionais de Saúde, para assegurar o atendimento integral à população.

Somos 500 mil enfermeiros e 2 milhões de profissionais de Enfermagem. Somos parceiros de médicos, fisioterapeutas, dentistas, psicólogos, terapeutas ocupacionais, nutricionistas, educadores físicos, fonoaudiólogos, farmacêuticos, biólogos, biomédicos e de todos os profissionais que lutam para tornar realidade o sonho de uma Saúde pública gratuita, universal e de qualidade.

Cofen Coren

REPERTÓRIO

Levando-se em conta todos os erros apontados acima, entendemos que a empresa Klimt deve ser desclassificada por descumprimento ao edital ou pior das hipóteses, deve ter a sua nota reconsiderada pra baixo, já que as duas peças acima não deveriam ser computadas e, portanto, a nota deve ser proporcional, conforme edital dispõe:

> 12.3.2.1 Se a licitante não observar as quantidades estabelecidas nos subitens 11.8.1 e 11.10 para apresentação do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, sua pontuação máxima, nesses quesitos, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas no subitem 12.3.2 deste Edital.

12.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

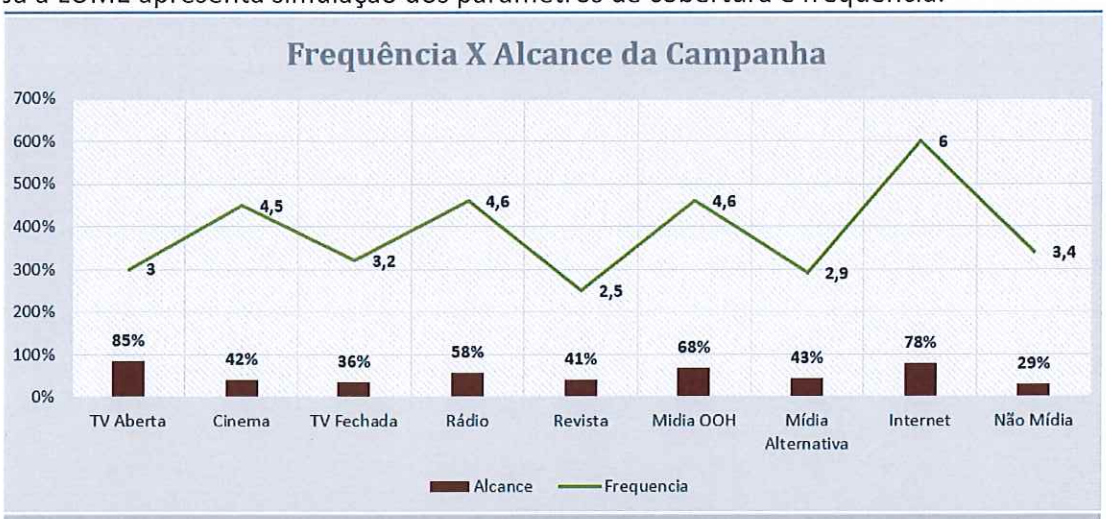
3.2. Mídia

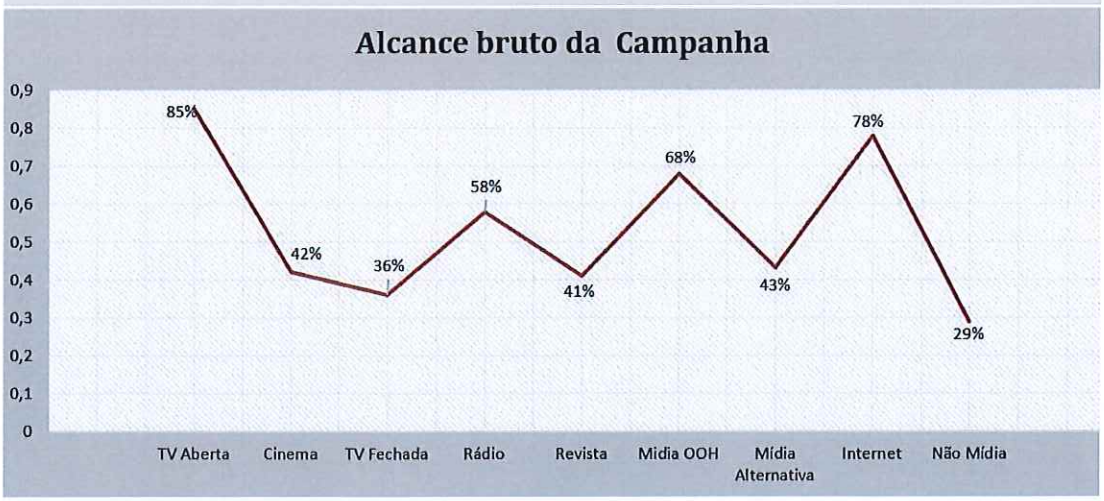
Com relação ao quesito de Mídia seguem as seguintes considerações:

No item 11.3.4 estratégia de mídia, o edital diz o seguinte "IV. *simulação dos parâmetros de cobertura e frequência previstos no plano de mídia (para os meios em que seja possível a mensuração dessas variáveis), sob a forma de textos, tabelas, gráficos ou planilhas."*

A agência Klimt não apresentou a simulação dos parâmetros de cobertura e frequência exigidos no item IV.

Já a LUME apresenta simulação dos parâmetros de cobertura e frequência:





Lume Comunicação Eireli | CNPJ 65.146.375/0001-00 | Inscrição Municipal: 39149800011 • *Rua Contria, 1387 - Grajaú - 30431-245 | Belo Horizonte - Minas Gerais | Tel.: (31) 2526 5655*

3.2.1. Estratégia de Mídia

A agência Klimt apresentou uma proposta de mídia com um alcance e impacto limitados, sem mídias externas relevantes, que circulam e cobrem uma grande área territorial. Propôs apenas mídia out-home em elevadores e monitores dentro de estabelecimentos fechados, como supermercados, academias etc., e um aeroporto.

A agência Lume sugeriu tudo o que a agência Klimt propôs e muito mais, principalmente mídia externas como ônibus, outdoor, metrô, totem e aeroporto. Além do meio online com diversas opções, também fomos para as ruas cercar o público. E vale ressaltar que mídias importantes como o rádio e cinema foram trabalhados em todo país.

Segue abaixo um quadro comparativo das duas agências. Nele podemos observar a discrepância entre as duas agencias.

Mesmo com os erros e todas as observações a agência Klimt obteve a mesma pontuação da agência Lume. Acreditamos que esses pontos não foram observados e solicitamos uma reavaliação para uma disputa justa e igualitária, respeitando a isonomia entre os participantes.

Abaixo, quadro comparativo das estratégias propostas por cada agência.

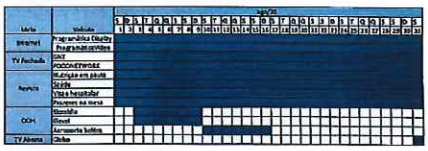
Agência Lume

Resumo Geral

	Meio	Ins.	Quant.	Período de Veiculação - Agosto			
				1ª sem.	2ª sem.	3ª sem.	4ª sem.
Mídia	**TV Fechada** Veiculação e produção de VT 30".	37	1				
Mídia	**TV Aberta** Veiculação de VT 30", o mesmo da TV fechada.	2					
Mídia	**Cinema** Veiculação de VT 30", o mesmo da TV.	1.344					
Mídia	**Rádio** Veiculação e produção de spot 30".	268	1				
Mídia	**Revista** Veiculação de anúncio, formato 1 página.	1	1				
Mídia	**Mídia Indoor** Veiculação e produção de vinheta 15".	94	1				
Mídia	**Outdoor** Veiculação e produção de cartaz para outdoor, formato 9x3m.	53	53				
Mídia	**Aeroporto** Veiculação e produção de 1 painel, formato 11,00X3,00m.	1	1				
Mídia	**Ônibus** Veiculação e produção de adesivo, sendo: 7 unidades (2,40x2,90m) e 47 unidades (2x1m).	54	54				
Mídia	**Metrô** Veiculação e produção de painel, formato 10,80x2,20m.	1	1				
Mídia	**Abrigo de Ônibus** Veiculação e produção de abrigo de ônibus, formato 175x120cm.	20	20				
Mídia	**Push Notification** Envio de vídeo (o mesmo da TV) através das notificações do celular.	3.333	-				
Mídia	**WhatsApp** Veiculação de poster expansível.	15.517	-				
Mídia	**Internet** Veiculação e impulsionamento de peças para internet.	-	-				
Não Mídia	**Hotsite** Produção de hosite.	-	1				
Não Mídia	**Totem interativo + fita métrica** Totem Interativo Touch Screen de 32" Overtek. Possui memória RAM de 2GB, memória HD 8GB com sistema operacional Android e Tela Touch Screen.	-	1				
Não Mídia	**Cartaz** Produção de cartaz, formato 42x30cm, impressão 4x0 em Couché fosco 170g. Envio para os conselhos regionais.	-	5.400				

Agência Klimt

Cronograma de Mídia



Desta forma, conforme clara e amplamente demonstrados em todos os fundamentos acima, é imperiosa a reavaliação das notas dadas.

4. Requerimento

Assim, diante do exposto, a recorrente LUME vem **requerer:**

- Seja julgado DESCLASSIFICADA a licitante Klimt Agência de Publicidade Ltda.;

- Ainda, sucessivamente, não entendendo pela desclassificação, que seja realizada a reavaliação das notas dadas conforme descrição dos itens recursais acima;

Pede Deferimento.

Belo Horizonte, 06 de maio de 2021.

LUME COMUNICAÇÃO EIRELI
Moisés Júnio Rosa – Sócio Diretor e Representante Legal

65.146.375 / 0001-00
LUME COMUNICAÇÃO EIRELI
RUA PEDRA BONITA, 922
ALTO BARROCA — CEP 30.431-065
BELO HORIZONTE — MG