



RELATÓRIO DE AUDITORIA

TC 012.095/2005-8 - Fiscalis n.º 915/2005

Entidades auditadas: Banco do Brasil S.A. e Banco Popular do Brasil.

Ministro Relator: BENJAMIN ZYMLER.

DA FISCALIZAÇÃO

Modalidade: Auditoria de Conformidade.

Ato originário: Comunicação da Presidência do TCU, de 06.07.2005.

Objeto da fiscalização: averiguação das denúncias de irregularidades nas áreas de licitações e contratos de publicidade e propaganda, convênios, consultorias, patrocínios e outras correlatas do conglomerado Banco do Brasil S.A. e do Banco Popular do Brasil.

Ato de designação:

- Portaria de Fiscalização n.º 1.056 (fase de planejamento), de 08.07.2005 alterada pela Portaria de Fiscalização n.º 1.162, de 09.07.2005;
- Portaria de Fiscalização n.º 1.217 (fases de execução e relatório), de 05.08.2005, alterada pela Portaria de Fiscalização n.º 1369, de 15.9.2005.

Período compreendido pela auditoria: 01/01/2000 a 31.07.2005.

Composição da equipe de auditoria:

MATRÍCULA	NOME	CARGO	LOTAÇÃO	PERÍODOS
5618-9	ANTÔNIO DE PÁDUA PINTO JÚNIOR	ACE	SECEX-2	01/08/2005 a 21/10 2005 e 24/10/2005 a 18/11 2005
5658-8	ANTONIO RENATO ANTUNES	ACE	SECEX-2	01/08/2005 a 21/10 2005 e 24/10/2005 a 18/11 2005
5716-9	CLODOMIR LOBO TEIXEIRA	ACE	SECEX-5	26/09/2005 a 18/11 2005
5080-6	FRANCISCO CARLOS LOUREIRO CIOCI	ACE	SEPLAN	10/10/2005 a 21/10 2005
5641-3	GUILHERME YADOYA DE SOUZA	ACE	SECEX-2	01/08/2005 a 21/10 2005 e 24/10/2005 a 18/11 2005
5097-0	JOSÉ GOMES DE MENEZES SÁ NETO	ACE	SEPLAN	08/08/2005 a 02/09 2005
3949-7	MAURO ANTONIO TOLEDO	ACE	SECEX-2	01/08/2005 a 30/09 2005
5671-5	RICARDO ALCKMIN HERRMANN	ACE	SECEX-2	08/08/2005 a 21/10 2005 e 24/10/2005 a 18/11 2005
5058-0	SANDER OLIVEIRA DE FREITAS	ACE	SECEX-3	19/09/2005 a 18/11 2005
3161-5	WAGNER JOSE GONÇALVES	ACE	SECEX-SP	19/09/2005 a 21/10 2005

COORDENADORES DA FISCALIZAÇÃO

MATRÍCULA	NOME	CARGO	PERÍODO
3949-7	MAURO ANTONIO TOLEDO	ACE	01/08/2005 a 30/09 2005
5658-8	ANTONIO RENATO ANTUNES	ACE	03/10/2005 a 18/11 2005

SUPERVISOR DA FISCALIZAÇÃO

MATRÍCULA	NOME	CARGO
3090-2	ARSENIO JOSE DA COSTA DANTAS	ACE





SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	3387
1.1	OBJETO.....	3387
1.2	METODOLOGIA.....	3387
1.3	VOLUME DE RECURSOS FISCALIZADOS.....	3388
1.4	BENEFÍCIOS.....	3389
1.5	PROCESSOS CONEXOS.....	3389
2	DAS REPRESENTAÇÕES.....	3390
3	DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS.....	3392
4	DOS CONTRATOS COM AS AGÊNCIAS.....	3394
4.1	CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES.....	3394
4.2	ANÁLISE DO MINISTRO-RELATOR.....	3394
4.3	FLUXO PROCESSUAL.....	3397
4.4	ACHADOS NA EXECUÇÃO DOS CONTRATOS.....	3397
5	DOS PATROCÍNIOS.....	3404
5.1	CONSIDERAÇÕES SOBRE OS CONTRATOS.....	3404
5.2	CONSIDERAÇÕES SOBRE OS ACHADOS.....	3405
5.3	COMENTÁRIOS.....	3406
6	CUMPRIMENTO DE ACÓRDÃOS DO TCU.....	3406
7	OUTRAS CONSIDERAÇÕES.....	3413
7.1	TC 014.980/2005-3 - OUVIDORIA DO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO.....	3413
7.2	REQUERIMENTO DE VISTAS/CÓPIAS DOS AUTOS.....	3413
7.3	REQUISIÇÃO DA PROCURADORIA DA REPÚBLICA NO DISTRITO FEDERAL.....	3414
8	CONCLUSÃO.....	3414
9	PROPOSTA DE ENCAMINHAMENTO.....	3416





1 INTRODUÇÃO

1.1 Objeto

A Portaria de Fiscalização n.º 1217 (fl. 26), de 05.08.2005, definiu como objetivo desta auditoria a apuração de denúncias de irregularidades nas áreas de licitações e contratos de publicidade e propaganda, convênios, consultorias, patrocínios e outras correlatas do conglomerado Banco do Brasil S.A. e do Banco Popular do Brasil.

2. Assim, o objeto da auditoria consiste no exame dos processos administrativos de contratação/execução de serviços de publicidade, propaganda e patrocínios do conglomerado Banco do Brasil, bem como convênios e consultorias no Banco Popular do Brasil. Durante o período definido pelo escopo do trabalho, jan/2000 a jul/2005, o Banco manteve contratos decorrentes dos processos de licitação n.ºs 99/1131 (8616) e 01/2003. A licitação n.º 99/1131 (8616) deu origem aos contratos com as agências Grottera Comunicação S/C Ltda. Lowe Ltda. e DNA Propaganda Ltda., vigentes no período de 22.03.2000 a 21.09.2003, e a licitação n.º 01/2003 originou os contratos com as agências D-Brasil Comunicação Total S/A, DNA Propaganda Ltda. e Ogilvy Brasil Comunicação Ltda vigentes a partir de 23.09.2003. No que concerne ao Banco Popular do Brasil, foi analisada a execução dos contratos firmados com as empresas Gaia Marketing e Participações Ltda, Boanerges Serviços de Informação Ltda. e Biombo Sistemas Ltda.

1.2 Metodologia.

3. Com vistas à padronização dos trabalhos, que seriam desenvolvidos por equipes distintas de dez secretarias de controle externo do TCU, a Secretaria Adjunta de Fiscalização – ADFIS promoveu um planejamento geral para realização dos trabalhos e elaborou as matrizes de planejamento e de procedimentos que deveriam ser adotadas por todas as equipes (fls. 3352/3373).

4. Diante da receptividade demonstrada pelo atual Diretor de Marketing e Comunicação do Banco do Brasil, iniciamos os trabalhos promovendo reuniões e entrevistas com os gerentes da Diretoria de Marketing e Comunicação daquela entidade, solicitando-lhes que nos informassem, preliminarmente, acerca do funcionamento geral da Diretoria e sobre a contratação das agências de publicidade e propaganda.

5. Diante dos esclarecimentos, dos documentos, das normas e dos fluxos de operação que obtivemos por meio das reuniões e entrevistas realizadas e em atendimento aos nossos ofícios de requisição, e considerando os procedimentos presentes na Matriz de Procedimentos da ADFIS, elaboramos papéis de trabalho, consistentes em itens de verificação que seriam, em nossa opinião, necessários e suficientes para o exame dos procedimentos licitatórios e da execução de campanha de marketing e comunicação.

6. Em seguida, foram analisados os processos de licitação n.º 99/1131 (8616) e 01/2003 e os contratos deles originados. O primeiro deu origem aos contratos com as agências Grottera Comunicação S/C Ltda. Lowe Ltda., DNA Propaganda Ltda. e o segundo aos contratos com as agências D-Brasil Comunicação Total S/A, DNA Propaganda Ltda. e Ogilvy Brasil Comunicação Ltda.

7. Em atendimento a nossa solicitação foi-nos fornecida uma relação, em meio óptico (CD), dos pagamentos promovidos no âmbito das contratações, ao longo do período de vigência dos contratos resultantes dos dois certames afetos ao período de abrangência de nossos trabalhos, um de 2000, que teve por contratadas as agências DNA, Grottera e Lowe; e outro de 2003, que teve por contratadas as agências D- (Calia), DNA e Ogilvy. A partir dessa relação, selecionamos as ações/campanhas que seriam objeto de nossos exames.

Processo nº 09/2005 - QN
por CONTRATAÇÕES
0651
FIS: 3768
Doc: _____



8. Considerando que cada contrato de publicidade dava origem a diversos processos de campanhas publicitárias, denominados PT, e em razão da impossibilidade de análise de todos os PT, foi selecionada uma amostra de cinquenta processos, utilizando-se das informações constantes da relação de pagamentos supracitada e tendo como critério a materialidade de cada PT, cuja execução seria analisada. No transcorrer da auditoria percebeu-se que a análise de cinquenta PT era demasiado ambiciosa, tendo em vista a falta de padronização na organização dos processos, a ausência de documentos nos PT e a suposta dificuldade da instituição em encontrá-los, além da diversidade da matéria abordada. Nesse sentido, reduziu-se a amostra a dezoito PT. Nestes processos, foram realizadas as verificações planejadas bem como o registro de informações constantes das cotações apresentadas pelas empresas fornecedoras para verificação de eventual relacionamento entre as empresas fornecedoras e entre estas e as agências.
9. De posse de informações sobre fornecedores coletadas no Banco, foram realizadas, em conjunto com a Secretaria Federal de Controle Interno - SFC, visitas a empresas subcontratadas pelas agências, localizadas no Distrito Federal e no estado de São Paulo, com o intuito de verificar a existência e a capacidade produtiva das empresas, irregularidades relativas às notas fiscais, bem como o pagamento de bonificação de volume às agências por estes fornecedores.
10. A partir dos registros das informações constantes das cotações apresentadas pelos fornecedores, foram realizadas pesquisas nos sistemas CNPJ e CPF com o intuito de verificar a existência de relação entre as empresas cotadas e as agências em termos societários e, assim, eventual favorecimento de grupos empresariais.
11. Em que pese a urbanidade e presteza do atual Diretor de Marketing e Comunicação no relacionamento e no atendimento das demandas da equipe de auditoria, cumpre ressaltar as dificuldades encontradas na condução da fiscalização.
12. Atualmente, as fiscalizações no Banco do Brasil são intermediadas pela Auditoria Interna da entidade, de forma que as solicitações de fiscalização são feitas à Auditoria Interna que, então, comunica aos setores responsáveis as demandas recebidas. De posse das informações solicitadas pela equipe de fiscalização a unidade demandada encaminha as respostas à Auditoria Interna do Banco que as encaminha ao fiscalizador.
13. No decorrer desta fiscalização, a equipe de auditoria em razão da demora da entrega de documentos, principalmente dos PT, suspeitou da existência de triagem da documentação apresentada à fiscalização assim como do retardamento premeditado do atendimento das demandas. Em que pese não se possa comprovar a suposta triagem de documentos, é fato que a forma de fiscalização mediante intermediação da Auditoria Interna e com a fixação de prazo para atendimento das demandas prejudica a qualidade e os resultados alcançados pela fiscalização.
14. Sugerimos, assim, que as novas fiscalizações no Banco do Brasil sejam realizadas de forma diferenciada. Entendemos oportuno que as demandas da equipe de auditoria, relacionadas a documentos já existentes, devam ser atendidas de imediato. Caso o Banco entenda conveniente a intermediação da Auditoria Interna, sugerimos que seja destacado um funcionário daquela unidade para, juntamente com membro da equipe de auditoria, procurar a documentação solicitada. Por óbvio, naquelas demandas que implicassem elaboração de texto/informação seria fixado prazo como ocorre atualmente.

1.3 Volume de recursos fiscalizados.

15. Em atendimento à Portaria TCU nº 222/2003, informamos que o volume de recursos fiscalizados, nos termos do item 1.4 do anexo I da citada portaria, por não se tratar de amostra estatisticamente

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fls: 0652
3768
Doc:



representativa, perfaz o montante de recursos efetivamente analisados, que neste caso equivale a R\$ 66.902.818,68 (sessenta e seis milhões, novecentos e dois mil, oitocentos e dezoito reais e sessenta e oito centavos), conforme demonstrado em planilha (fl. 3384). Não obstante, informamos que foram realizadas análises sobre banco de dados contendo todos pagamentos efetuados pelo Banco do Brasil às agências de publicidade no montante de R\$ 959.116.618,28. Este montante não foi agregado ao volume de recursos fiscalizados por entendermos que tal análise não está contemplada no anexo I da referida portaria.

1.4 Benefícios.

16. Tendo em vista o custo da auditoria, no valor de R\$ 218.503,13, e o total de recursos fiscalizados, R\$ 66.902.818,68, há uma relação custo-benefício da ordem de 1:316,19, na qual cada R\$ 1,00 investido na fiscalização contribuiu para a verificação da conformidade na gestão de mais de R\$ 316,00.

17. A presente auditoria apurou débitos decorrentes de apropriação indevida de bonificação de volume pelas agências de publicidade em desacordo com os dispositivos dos contratos firmados entre o Banco do Brasil e as agências de publicidade, bem como da omissão dos gestores do Banco no acompanhamento dos referidos contratos. Este achado, cujo débito total perfaz o montante de R\$ 5.654.246,82 (cinco milhões, seiscentos e cinquenta e quatro mil, duzentos e quarenta e seis reais e oitenta e dois centavos) em valores originais, foi tratado separadamente, nos termos da Comunicação da Presidência deste Tribunal, de 06.07.2005, nas representações 019.032/2005-0; 019.018/2005-0; 019.024/05-8; 019.476/05-6; 019.164/2005-9.

18. Foi apurado, ainda, débito no valor de R\$ 97.647,30 no âmbito dos contratos 2004/86160017 e 2004/86160019 do Banco Popular do Brasil com as empresas de consultoria Biombo Sistemas Ltda. e Boanerges e Serviços de Informação Ltda., decorrente de pagamento de remuneração variável indevida que, por sua vez, decorreu de inclusão incorreta de pré-contas em cadastro de contas do Banco Popular do Brasil. Este achado está sendo tratado na representação TC 019.454/05-9, proposta por esta equipe de auditoria nos termos da Comunicação da Presidência deste Tribunal, de 06.07.2005.

19. Foi constatada, também, prática irregular do Banco no sentido de solicitar às agências de propaganda que indicassem uma empresa de eventos que ficaria responsável pelas ações promocionais e receberia para tanto comissão de 15%. Esta prática não está prevista contratualmente e nem encontra amparo legal. Foi apurado débito no valor de R\$ 60.860,11 (sessenta mil, oitocentos e sessenta reais e onze centavos) decorrente de pagamento indevido de honorários à agência Ogilvy em razão da ausência de efetiva intermediação na contratação da promotora De Simoni, igualmente objeto de representação em elaboração.

20. As determinações e citações decorrentes desta auditoria poderão contribuir, primeiramente, para o retorno dos recursos supracitados aos cofres do Conglomerado Banco do Brasil e, não menos importante, para o aprimoramento dos procedimentos de controle nas contratações de serviços de publicidade e propaganda da aludida instituição financeira.

1.5 Processos Conexos

21. Os processos conexos perfazem os TCs 019.032/2005-0; 019.018/2005-0; 019.024/05-8; 019.476/05-6; 019.164/2005-9 que tratam da apropriação indevida de bonificação de volume pelas agências de publicidade cujos contratos com o Banco do Brasil vigoraram nos exercícios 2000, 2001, e o TC 019.454/05 que trata de pagamento indevido de remuneração variável pelo Banco Popular do Brasil no exercício 2004.



22. Quanto ao reflexo dos resultados desta auditoria nas Prestações de Contas do Banco do Brasil e Banco Popular do Brasil, cabe informar que serão impactadas as Prestações de Contas do Banco do Brasil dos exercícios 2000 a 2004, TCs 009.373/01-2; 009.744/02-0; 014.060/03-5; 008.925/04-8; 014.194/05-5, bem como a prestação de contas do exercício 2005 a ser apresentada em 2006. Impactarão, ainda, a Prestação de Contas do Banco Popular do Brasil do exercício 2004, TC 014.306/2005-3.

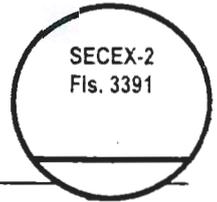
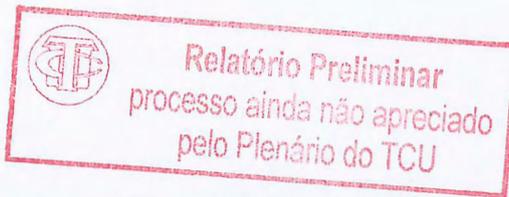
2 DAS REPRESENTAÇÕES

23. No decorrer desta auditoria foram autuadas seis representações, sendo cinco delas referentes à apropriação de bonificação de volume pelas agências e uma relacionada à pagamento a maior a empresa de consultoria. Destacamos que os assuntos abordados nestas representações exprimem os principais achados desta auditoria.

24. No caso da representação TC 019.018/2005-0, verificamos que a agência Grottera apropriou-se de bonificação de volume referente a dezessete aquisições de três fornecedores distintos. A agência emitiu quatro notas fiscais e um recibo a título de bonificação de volume, totalizando R\$ 178.242,18. De acordo com o item 2.5.11 do contrato (fl. 62) esse valor deveria ter sido devolvido ao Banco do Brasil assim como o valor de R\$ 3.564,84 referentes aos honorários recebidos indevidamente sobre a bonificação de volume, totalizando um débito de R\$ 181.807,02. Adotando um postura conservadora e considerando a prática usual da bonificação de volume, estimamos os valores obtidos pela agência Grottera à título de bonificação de volume nas intermediações efetuadas sob o já mencionado contrato de publicidade com o Banco do Brasil, vigente de 22/03/2000 a 21/09/2003, em mais de R\$ 16 milhões, considerando o percentual médio de 10% para a bonificação de volume.

25. No TC 019.024/2005-8, verificamos o recebimento pela agência Lowe Ltda. de bonificação de volume referente a nove aquisições de dois fornecedores distintos. A agência emitiu seis notas fiscais a título de bonificação de volume, totalizando R\$ 91.591,66. Por disposição do item contratual 2.5.11 (fl. 34), esse valor deveria ter sido devolvido ao Banco do Brasil assim como o valor de R\$ 1.831,83 referentes aos honorários recebidos indevidamente sobre a bonificação de volume, totalizando um débito de R\$ 93.423,49. Adotando um postura conservadora e considerando a prática usual da bonificação de volume, estimamos os valores obtidos pela agência Lowe à título de bonificação de volume nas intermediações efetuadas sob a égide do mencionado contrato de publicidade com o Banco do Brasil, vigente de 22/03/2000 a 21/09/2003, em mais de R\$ 15 milhões, considerando um percentual médio de 10% para a bonificação de volume.

26. No caso da representação TC 019.032/2005, constatamos o recebimento de bonificações de volume pela agência DNA Propaganda Ltda. referentes à diversas contratações com fornecedores distintos. A agência DNA Propaganda Ltda. emitiu contra os fornecedores subcontratados diversas notas fiscais a título de bonificação de volume, totalizando a quantia não atualizada monetariamente de R\$ 4.275.618,92 (quatro milhões, duzentos e setenta e cinco mil, seiscentos e oito reais e noventa e dois centavos). Por disposição contratual (fls. 89 e 233/234), esse valor deveria ter sido devolvido ao Banco do Brasil, assim como o valor não atualizado de R\$ 124.587,00 (cento e vinte e quatro mil, quinhentos e oitenta e sete reais) referentes aos honorários recebidos indevidamente incidentes sobre as bonificações de volume, totalizando um débito não monetariamente atualizado de R\$ 4.400.195,97 (quatro milhões, quatrocentos mil, cento e noventa e cinco reais e noventa e sete centavos). A propósito, após atualização monetária desse valor, pelo sistema débito do TCU, até a data de 27/10/2005, o total do débito alcançou a quantia de R\$ 6.388.644,72 (seis milhões, trezentos e oitenta e oito mil, seiscentos e quarenta e quatro reais e setenta e dois centavos).



27. Além dessas notas, outras emitidas pela agência DNA a título de bonificação de volume foram obtidas pela equipe junto aos fornecedores subcontratados pela agência, no entanto, nestas, não foi viável evidenciar a relação entre as bonificações e os serviços prestados ao Banco do Brasil, devido a ausência na nota de bonificação da menção a nota de faturamento do fornecedor contra o Banco, a ausência de dados sobre as correspondentes notas fiscais dos fornecedores nos sistemas de informação do Banco, a morosidade de setores do Banco em localizar os referidos documentos, bem como, a inviabilidade de se obter os dados junto aos fornecedores no curto prazo desta auditoria.

28. Adotando uma postura conservadora e considerando a prática usual da bonificação de volume, estimamos, utilizando um percentual médio de 10%, para os valores que podem ter sido obtidos pela agência DNA a título de bonificação de volume no âmbito dos contratos de publicidade firmados com o Banco do Brasil, vigentes de 22/03/2000 a 21/09/2003 e de 23/09/2004 a 27/09/2005, as quantias de R\$ 18.506.831,60 e R\$ 19.156.712,09 respectivamente, totalizando, sem considerar a atualização monetária, a quantia de R\$ 37.663.543,69 (trinta e sete milhões, seiscentos e sessenta e três mil, quinhentos e quarenta e três reais e sessenta e nove centavos) em todo o período.

29. Na representação TC 019.164/2005-9, verificamos o recebimento de bonificações de volume pela agência D+Brasil referente a dez aquisições de três fornecedores distintos. A agência emitiu cinco notas fiscais a título de bonificação de volume, totalizando R\$ 163.595,14. Por disposição contratual (181/182) esse valor deveria ter sido devolvido ao Banco do Brasil, assim como o valor de R\$ 212.150,00 e o valor de R\$ 8.103,55 referente aos honorários recebidos indevidamente sobre a bonificação de volume, totalizando um débito de R\$ 383.848,69. Da mesma forma que as representação supracitadas estimamos de um débito de mais de R\$ 14 milhões, considerando um percentual médio de 10% para a bonificação de volume.

30. No TC 019.476/2005-6, constatamos que a agência Ogilvy Brasil Comunicação Ltda. apropriou-se de *bonificações de volume* referentes à contratações com fornecedores distintos. A agência Ogilvy Brasil Comunicação Ltda., ou seus intermediários, as empresas De Simoni Marketing Services Ltda. e Côncio Assessoria Empresarial Ltda. emitiram contra os fornecedores subcontratados diversas notas fiscais a título de *bonificação de volume*, totalizando a quantia não monetariamente atualizada de R\$ 566.639,66 (quinhentos e sessenta e seis mil, seiscentos e trinta e nove reais e sessenta e seis centavos). Por disposição contratual, esse valor deveria ter sido devolvido ao Banco do Brasil, assim como o valor não atualizado de R\$ 28.331,99 (vinte e oito mil, trezentos e trinta e um reais e noventa e nove centavos) referentes aos honorários recebidos indevidamente incidentes sobre as *bonificações de volume*, totalizando um débito não atualizado monetariamente de R\$ 594.971,65 (quinhentos e noventa e quatro mil, novecentos e setenta e um reais e sessenta e cinco centavos).

31. Além dessas notas, outras emitidas pela Ogilvy a título de *bonificação de volume* foram obtidas pela equipe junto aos fornecedores subcontratados pela agência, no entanto, nestas, não foi viável evidenciar a relação entre as *bonificações* e os serviços prestados ao Banco do Brasil, devido a ausência na nota de *bonificação* da menção a nota de faturamento do fornecedor contra o Banco.

32. Adotando uma postura conservadora e considerando a prática usual da *bonificação de volume*, estimamos, utilizando um percentual de 10%, que os valores que podem ter sido obtidos pela agência Ogilvy a título de *bonificação de volume* nas intermediações efetuadas sob o já mencionado contrato de publicidade com o Banco do Brasil, iniciado em 23/09/2004 e ainda vigente, alcançariam, sem considerar a atualização monetária, a quantia de R\$ 10.826.900,79 (dez milhões, oitocentos e vinte e seis mil, novecentos reais e setenta e nove centavos).

33. A quantificação do prejuízo total aos cofres do Banco do Brasil somente poderá ser realizada a partir da obtenção de todas as notas de *bonificação de volume* emitidas pelas Agências e fornecedores. Para tanto, foi informado nas referidas representações que a providência mais indicada

RQS nº 03/2005 - CN -
CPM - CORREIOS
0655
7768
Doc: _____



seria a requisição de todos os documentos fiscais, mediante quebra de sigilo fiscal das agências pela CPMI dos Correios, medida que certamente propiciaria a quantificação de um débito significativamente maior.

34. No TC 019.454/2005-9 verificamos débito no valor de R\$ 97.647,30 no âmbito dos contratos 2004/86160017 e 2004/86160019 do Banco Popular do Brasil com as empresas de consultoria Biombo Sistemas Ltda. e Boanerges e Serviços de Informação Ltda., decorrente de pagamento de remuneração variável indevida que, por sua vez, decorreu de disposição contratual que vinculava parte da remuneração variável ao número de contas abertas e de inclusão indevida de pré-contas em cadastro de contas do Banco Popular do Brasil.

35. Finalmente, alertamos que encontra-se em fase de elaboração duas representações. Uma delas refere-se ao achado disposto no item 4.4.10 deste relatório. A outra decorre da negativa de informações pelo Banco do Brasil ao Ofício de Requisição nº 915/2005-31 (1062), principalmente no que concerne aos itens "d", "e" e "f" do referido ofício, que solicitava informações acerca das ações de publicidade e propaganda do Banco custeadas com recursos provenientes da Visanet.

3 DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

36. Os procedimentos licitatórios de serviços de publicidade - concorrências 99/1131 (8616) e 01/2003(9984) (fls. 112/177) - estabeleceram, a seu tempo, as regras para a realização de certames visando à contratação de três agências para a prestação de serviços de publicidade e propaganda ao conglomerado Banco do Brasil.

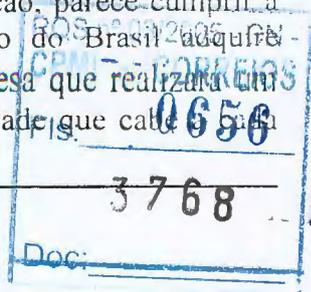
37. Da análise dos referidos editais, verifica-se a existência de dois pontos controversos. O primeiro deles refere-se à contratação de três agências para a execução de um único objeto. O segundo refere-se à adoção de critérios subjetivos para a escolha da melhor proposta técnica.

38. A adjudicação de um objeto a três licitantes, ao nosso ver, não encontra respaldo na letra da Lei 8.666/93. Entretanto para que não se limite a interpretação do referido normativo, elevaremos a análise aos princípios da Lei de Licitações e Contratos e da Administração Pública.

39. É sabido que a Administração Pública é regida pelo princípio da impessoalidade ou finalidade. O referido princípio veda a prática de ato administrativo sem interesse público ou conveniência para a administração e impõe ao administrador público que só pratique o ato para o seu fim legal, ou seja, aquele que a lei indica expressa ou implicitamente como objetivo do ato, de forma impessoal. Assim, a Administração não pode atuar com vistas a prejudicar ou beneficiar pessoas determinadas, uma vez que somente o interesse público deve nortear o seu comportamento.

40. A própria Lei 8.666/93, ao estabelecer normas gerais sobre licitações e contratos administrativos, esclareceu, em seu art. 3.º que " A licitação destina-se a garantir a observância do princípio constitucional da isonomia e a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e será processada e julgada em estrita conformidade com os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da publicidade, da probidade administrativa, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e dos que lhes são correlatos ".

41. Portanto, ao estabelecer as normas para as licitações e contratos, o legislador quis garantir a observância do princípio da impessoalidade na condução das licitações e contratos. O Banco do Brasil ao atribuir um único objeto a três licitantes, num primeiro momento, o da licitação, parece cumprir a determinação legal. Entretanto, uma vez contratadas três empresas, o Banco do Brasil adquire discricionariedade, que a Lei nº 8.666/93 não lhe confere, na escolha da empresa que realizará um determinado serviço, ou na indicação do percentual do orçamento para publicidade que cada empresa.





42. Segundo Hely Lopes Meirelles, o ato discricionário praticado por autoridade competente, ou realizado por forma diversa da prescrita em lei, ou informado de finalidade estranha ao interesse público, é ilegítimo e nulo. Em tal circunstância, deixaria de ser ato discricionário para ser ato arbitrário - ilegal, portanto.¹

43. Ademais, a Instrução Normativa nº 7 (fls.553/558), de 13 de novembro de 1995, da Secretaria de Comunicação da Presidência da República, esclarece em seu item 4:

"4 A entidade cujo plano anual de comunicação compreenda diferentes linhas de atuação, e que disponha de recursos financeiros compatíveis, dividirá estes recursos em mais de uma conta publicitária.

4.1 Nessa hipótese, cada conta publicitária será atendida por uma agência ou consórcio de agências diferente.

4.2 As diferentes contas publicitárias de uma mesma entidade poderão ser colocadas em licitação simultaneamente, por meio de um só processo licitatório ou mediante processos licitatórios concomitantes e paralelos".

44. Do exposto, conclui-se que o procedimento adotado pelo Banco do Brasil fere o princípio da impessoalidade, afronta a Lei de Licitações e Contratos, assim como os procedimentos previstos na IN nº 7 da Secom.

45. Ante o exposto, sugerimos, quando da análise do mérito, a realização de determinação ao Banco do Brasil no sentido de que o procedimento licitatório seja realizado no sentido de contratar uma única agência para a consecução de um objeto determinado, sem prejuízo de, em razão do caráter abrangente do achado e o papel fundamental da Secom nos editais dos certames, se encaminhar esta questão à 6ª SECEX para análise na oportunidade da consolidação das auditorias.

46. No que tange à adoção de critérios subjetivos para a escolha da melhor proposta técnica, encontramos clara afronta aos artigos 44, § 1º e 45; caput, da Lei 8.666 os quais prevêem:

Art. 44. No julgamento das propostas, a Comissão levará em consideração os critérios objetivos e definidos no edital ou convite, os quais não devem contrariar as normas e princípios estabelecidos por esta Lei.

§ 1º É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fator sigiloso, secreto, subjetivo ou reservado que possa ainda que indiretamente elidir o princípio da igualdade entre os licitantes.

Art. 45. O julgamento das propostas será objetivo, devendo a Comissão de licitação ou o responsável pelo convite realizá-lo em conformidade com os tipos de licitação, os critérios previamente estabelecidos no ato convocatório e de acordo com os fatores exclusivamente nela referidos, de maneira a possibilitar sua aferição pelos licitantes e pelos órgãos de controle (g.n.)

47. Conforme verifica-se no anexo 1 da já referida IN/Secom nº 7 que dispõe sobre os aspectos considerados no julgamento das propostas, principalmente no que tange à idéia criativa, não há possibilidade de aplicação de critérios objetivos e, portanto, do cumprimento dos dispositivos da Lei 8.666/93 no caso de contratação de serviços de publicidade e propaganda, em razão da própria natureza do objeto.

48. Assim, por exemplo, como poderia a comissão de licitação julgar objetiva a "originalidade da combinação dos elementos" que constituem a idéia criativa? Ou ainda

¹ Meirelles, Hely Lopes, *Direito Administrativo Brasileiro*, 28ª edição, Malheiros Editores.





multiplicidade de interpretações favoráveis que (a idéia criativa) comporta, considerados os objetivos da entidade?

49. Notícias demonstram que as empresas publicitárias ligadas a grupos políticos alcançam excepcional sucesso nas licitações quando esses grupos chegam ao poder (fls. 3340/3346). Tal fato, autoriza ilações no sentido de que a suscetibilidade da Lei 8666/93 a fraudes na contratação de serviços de publicidade e propaganda tem se materializado em escolha discricionária de agências pelos gestores públicos.

50. Consta-se que o advento da Lei 8.666/93, fazendo constar taxativamente em seu art. 2º que os serviços de publicidade seriam contratados por intermédio de licitação, não conseguiu resolver o problema da contratação discricionária de empresas de publicidade que remonta os tempos regidos pelo Decreto-Lei nº 2.300/86. Atualmente, a Administração continua a escolher discricionariamente as agências de publicidade com as quais deseja trabalhar, conforme ocorria no período anterior à Lei de Licitações e Contratos via inexigibilidade de licitação, entretanto, atualmente os gestores públicos, ao realizarem licitações cujos critérios de seleção são altamente subjetivos, atuam discricionariamente sob o manto da legalidade exarada pela Lei 8.666/93.

51. Tendo em vista o caráter geral do assunto, sugerimos o encaminhamento dessa discussão à 6ª SECEX para análise na oportunidade da consolidação das auditorias.

4 DOS CONTRATOS COM AS AGÊNCIAS

4.1 Considerações preliminares

52. No transcorrer dos trabalhos da auditoria foram analisados os contratos celebrados entre as agências Grottera Comunicação S/C Ltda. Lowe Ltda., DNA Propaganda Ltda. e o Banco do Brasil S.A. em 22/03/2000, para a prestação de serviços de publicidade e propaganda decorrente do processo de Concorrência nº 99/1131 (8616), bem como aqueles contratos celebrados entre as agências D+ Brasil Comunicação Total S/A, DNA Propaganda Ltda. e Ogilvy Brasil Comunicação Ltda e o Banco do Brasil S/A em 23/09/2003 para a prestação de serviços de publicidade e propaganda decorrente do processo de Concorrência nº 01/2003.

53. Os contratos celebrados entre o Banco do Brasil e as agências de publicidade seguem um modelo-padrão. Assim os contratos firmados a partir de uma mesma licitação são idênticos. Entretanto os contratos celebrados a partir da licitação nº 99/1131 (8616) (com as empresas DNA, Lowe e Grottera) diferem de forma sutil daqueles originados da concorrência 01/2003 (DNA, Ogilvy e D+).

54. A diferença acima citada refere-se à forma de remuneração, tendo em vista que nos contratos relacionados à concorrência nº 99/1131 (8616) havia incidência de honorários sobre a produção sujeitas à veiculação que por sua vez gerava a remuneração de 15% à agência denominada desconto padrão de agência. Nos contratos relativos à concorrência 01/2003 não ocorre a incidência sobre a produção sujeita à veiculação. Aqui, entretanto, os honorários, que agora incidem somente sobre a produção não sujeita à veiculação, foram majorados para 5% e o desconto padrão de agência manteve-se em 15%. No item 5 deste relatório são discutidos os efeitos de tal majoração na remuneração das agências.

4.2 Análise do Ministro-Relator

55. Transcrevemos abaixo trecho do voto do Exmo. Sr. Ministro Benjamin Zymler, relator do TC 019.024 2005-8, que deu origem ao Acórdão 1803/2005 - Plenário/TCU, no qual consta análise do contrato firmado entre o Banco do Brasil e Lowe Ltda. e que, em razão da forma padrão de contratação de agências de publicidade pelo Banco do Brasil, pode ser estendido a todos os contratos de publicidade e propaganda analisados nesta auditoria.



"A par do débito apontado pela unidade técnica, que decorre de ilicitudes perpetradas na execução do contrato, como se verá, não posso deixar de tecer algumas considerações sobre as irregularidades que permeiam o próprio contrato, que segue modelo-padrão fornecido pela então Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom) e que em nada se aproxima dos rigores da Lei n.º 8.666/1993.

[...]

Também numa análise preliminar, pude observar que o contrato celebrado entre o Banco do Brasil S/A e Lowe Lintas & Partners Ltda. reproduz muitos daqueles vícios. Em primeiro lugar, a avença celebrada abrange múltiplos e indeterminados objetos: além de atividades relacionadas a campanhas publicitárias, também inclui atividades de promoção, patrocínio, pesquisa de opinião e mercado, elaboração de marcas, logotipos, projetos de arquitetura e decoração, montagem de estandes em feiras e exposições e organização de eventos. Por ocasião da concessão da mencionada cautelar, observei que a inclusão no contrato de atividades de patrocínio implica ato de gestão antieconômico, uma vez que a agência passa a constituir intermediário desnecessário e oneroso.

Outra impropriedade observada refere-se à indefinição do valor do contrato, que decorre de sua vinculação à verba de publicidade do Banco do Brasil, originalmente prevista em R\$ 85 milhões (fl. 11). Já no primeiro termo aditivo, o valor foi elevado para R\$ 118 milhões. Esse aumento de 38,8% extrapola o limite de 25% estipulado no § 1º do art. 65 da Lei de Licitações e não pode ser atribuído à inflação do período, uma vez que o INPC foi de apenas 6,3%.

Também contribui para a indefinição do valor do contrato o fato de a verba de publicidade ser vinculada a três contratos, consoante cláusula 5.1.2:

"5.1.2 Referido valor estimado será distribuído entre as três agências contratadas de forma que o valor mínimo dos serviços solicitados a cada uma delas corresponderá a 25% (vinte e cinco por cento) do montante apontado no item 5.1 e o valor máximo poderá alcançar 40% (quarenta por cento) daquele montante."

Saliento que os preços finais dos produtos de publicidade e afins não foram estipulados no contrato. Constava, apenas, o percentual de remuneração da agência, resultante de honorários de 2ºº incidentes sobre os custos dos serviços realizados por terceiros, como serviços gráficos, pesquisas de mercado e opinião, dentre outros. No tocante à veiculação, a remuneração fixada para a agência foi de 15%, de um total de 20% de desconto padrão de agência de que cuida o art. 11 da Lei n.º 4.680/1965, nos seguintes termos:

"Art. 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo único. Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agências de Propaganda, como definidos na presente Lei." (grifei)

Na hipótese de ser adotado preço especial de divulgação, diferente daquele fixado em tabela, ou seja, supostamente menor, o desconto padrão de agência incidiria sobre o preço negociado.

Verifica-se, portanto, que a lógica do modelo adotado não contribui para que a execução do contrato seja feita da forma menos onerosa para a Administração Pública, muito pelo contrário. Quanto maior o custo dos serviços de terceiros, indicados pela própria contratada, maior será seu ganho.



A possibilidade de subcontratar serviços de terceiros cria uma situação singular, na qual as despesas da administração são elevadas, ao passo que os custos da contratada são reduzidos e seus honorários elevados. Isso decorre do fato de a empresa não ser diretamente remunerada por seu trabalho de criação, mas apenas de forma indireta, mediante percentual incidente sobre serviços de terceiros, como impressão de cartazes e folders e veiculação de anúncios, etc.

A forma de remuneração estipulada reforça a propensão da contratada de repassar o serviço que poderia ser realizado internamente para terceiros. Na subcontratação normal, quem fatura os serviços é a própria contratada, que por eles responde. Não é o que ocorre no contrato em tela, uma vez que o executor do serviço estabelece vínculo direto com o anunciante e a contratada recebe honorários sobre os pagamentos efetuados ao executor.

A faculdade de apresentar despesas de terceiros, sem limitação quanto à natureza do serviço a ser executado, torna mais vantajoso para a agência repassar o trabalho de execução das peças publicitárias para outras empresas, pois, além de não incorrer em custos, a agência ainda será remunerada em razão do trabalho de outrem. E também o será quando o trabalho executado pela subcontratada for veiculado ou impresso. Ora, essa espécie peculiar de "subcontratação" significa, portanto, aumento injustificado de despesa para a contratante, que passa a pagar por serviços que antes somente seriam remunerados pelos honorários pactuados. Além disso, pagará honorários sobre esses mesmos serviços, antes da divulgação, o que também não ocorreria se o trabalho fosse diretamente executado pela contratada, como previsto no objeto do contrato (subcláusula 1.2.1).

[...]

Essa modalidade sui generis de "subcontratação" decorre da falta de maior precisão do contrato quanto à natureza dos serviços a serem executados por terceiros, bem como sobre aqueles que necessariamente deveriam ser executados pela contratada. Destarte, entendo que a prática rotineira de repassar serviços típicos de publicidade para terceiros deve ser coibida contratualmente, de modo a evitar que a contratada se torne uma mera e dispendiosa intermediária na realização dos serviços. Isso poderia ser feito mediante melhor definição do objeto do contrato, de molde a impedir que a agência de publicidade contratada atuasse como uma mera organizadora de contratações sem licitação.

Não menos grave, a cláusula 6.5 do contrato estabelece a possibilidade de as formas de pagamento serem objeto de renegociação, quando da renovação ou prorrogação do contrato, o que contraria a finalidade da licitação, que é buscar a proposta mais vantajosa para a administração. Essa cláusula também torna indefinidas as condições para a execução do contrato, em violação ao § 1º do art. 54 da Lei n.º 8.666/1993, e não se coaduna com as possibilidades de alteração contratual estipuladas no art. 65 da mesma lei. Não obstante, não há, nos termos aditivos juntados aos autos, nenhuma indicação de repactuação dos percentuais regularmente fixados.

5. Diante a constatação de irregularidades na concepção dos contratos celebrados com as agências de publicidade vislumbramos a necessidade de chamar em audiência os Srs. Renato Luiz Belinetti Naegale e Henrique Pizzolato, representantes do BB na celebração dos contratos provenientes das licitações nº09 1131(8616) e 01 2003, respectivamente, em razão da (a) vinculação da execução dos serviços a verba orçamentária disponível (Cláusula 5ª, item 5.1 dos contratos), caracterizando a existência de contrato com preço indeterminado, em infração ao art. 55, inciso III, da Lei de Licitações e Contratos; (b) indeterminação do objeto (cláusula 1ª); (c) cláusula 6.5 e 6.6 dos contratos estabelecem a possibilidade de as formas de pagamento serem objeto de renegociação, quando da renovação ou

3768
Doc: _____



prorrogação dos contratos provenientes das licitações nº99/1131(8616) e 01/2003, respectivamente, o que contraria a finalidade da licitação.

57. Vislumbramos ainda a audiência dos Sr. Renato Luiz Belinetti Naegale em razão majoração dos gastos com publicidade acima do limite de 25% permitido no art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93 ao celebrar aditivo a s contrtos de publicidade decorrentes da concorrência nº 99/1131(8616) em 21.03.2001.

58. Pelo mesmo motivo propomos a adiência do Sr.Cáudio de Castro Vasconcelos e Henrique Pizzolato, representantes do BB no aditamento dos mesmos contratos em 22.03.2002.

59. Propomos, ainda, a audiência dos Sr. Henrique Pizzolato e em razão da majoração dos gastos com publicidade acima do limite de 25% permitido no art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93 ao celebrar aditivo aos contratos de publicidade decorrentes da concorrência nº 01/2003 em 22.09.2004.

4.3 Fluxo processual

60. Em complemento à análise do Exmo. Sr. Ministro-Relator, faz-se necessário discorrer sucintamente sobre o fluxo processual no âmbito da Diretoria de Marketing e Comunicação do Banco do Brasil - DIMAC, destacando-se que tal fluxo pode ser encontrado, de forma pormenorizada, no documento constante das folhas 323/332. Uma vez firmado os contratos com as agências de publicidade, a cada campanha publicitária a ser realizada é aberto um processo, identificado por um número de protocolo, denominado PT.

61. No âmbito do processo as agências são demandadas a apresentar os trabalhos referentes ao planejamento, criação, execução e veiculação de campanhas. As agências, por sua vez, contratam empresas no mercado para a execução dos trabalhos da campanha, com exceção dos serviços de criação.

62. Segundo a cláusula 2.5.6 dos contratos firmados em decorrência da licitação 99/1131/(8616) e a cláusula 2.7.4 dos contratos firmados partir da concorrência 01/2003, no caso de contratação de terceiros as agências devem, fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 3 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

63. Na pratica, as propostas são apresentadas ao Banco via *e-mail* contendo singela planilha com relação de três fornecedores e seus preços. Também por *e-mail* o banco autoriza a realização de serviços sem que se examine os orçamentos ou sequer tenha posse deles.

64. Neste ponto cabe destacar a existência do documento denominado Estimativa de Custo, habitualmente chamada de EC. Este documento foi criado, a rigor, para suprir a exigência contratual de anuência prévia, por escrito, para contratação de terceiros. Conforme verifica-se nos PT, a finalidade de tal documento foi deturpada dentro dos procedimentos da DIMAC, tendo em vista que, ao invés de servir como elemento de prévia análise de orçamentos, constitui-se em verdadeira autorização de pagamentos razão pela qual é confeccionada e assinada somente após a execução dos serviços.

65. Para a realização dos pagamentos, competência da Gerência Regional de Logística – GEREL, são necessárias a análise das notas fiscais, das EC e a verificação, no sistema Sismark, da existência de autorização de pagamento pelo Gerente de Divisão responsável pela condução da campanha publicitária.

66. Ante estes esclarecimentos complementares, entendemos que os achados relatados a seguir e pormenorizadamente relatados no anexo “A” deste relatório, podem ser melhor contextualizados e compreendidos.

4.4 Achados na execução dos contratos



67. Para cada PT analisado, passamos a relacionar os achados de auditoria, cuja análise das respostas do Banco aos questionamentos da equipe de auditoria constam do anexo "A" deste relatório.

4.4.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo

68. O achado sob análise foi observado nos PT 2004/0976, 2004/0977, 2004/1319, 2004/2331, 2004/2444, 2005/0251 e 2005/0506, cuja análise mais acurada pode ser encontrada nos itens 1.3.1, 1.4.1, 1.5.1, 1.6.1, 1.8.1, 1.9.1, e 1.11.1 do anexo "A" deste relatório.

69. Na análise dos PT supracitados, foram identificadas falhas as quais foram atribuídas a denominação genérica de "falhas na organização e formalização do processo". Sob esta denominação foram englobadas falhas, que constituem desrespeito ao art. 38 e 67, § 1º, da Lei 8.666/93, relacionadas à ausência de numeração e rubrica das folhas do processo, documento "Estimativa de Custo" sem a devida data de aprovação, bem como ausência de alguns documentos comprobatórios dos atos e fatos que permearam a contratação de serviços de publicidade e propaganda.

70. A análise agregada desse achado, em razão de caracterizar erro sistêmico, evidencia falta de supervisão e normatização acerca das rotinas estabelecidas na Diretoria de Marketing e Comunicação. No que tange à falta de supervisão, o registro no Livro de Instruções Codificadas – LIC 155.2.95-1 (fls. 490-498) estabelece que é responsabilidade da DIMAC

"g) garantir que os produtos e serviços da Diretoria estejam sendo conduzidos de acordo com as leis e regulamentos aplicáveis, as exigências da supervisão bancária, as políticas e procedimentos internos e as expectativas legítimas da sociedade;

h) responder pela qualidade, confiabilidade, adequabilidade e integridade dos controles internos nos processos, produtos e serviços a cargo da Diretoria".

71. O mesmo normativo, define como função da Gerência de Propaganda "acompanhar o cumprimento dos mecanismos que garantem que as ações desenvolvidas estão em conformidade com a legislação, regulamentos externos e com as políticas e normas internas". Nesse sentido, torna-se necessário chamar em audiência além daqueles mencionados no anexo "A" deste relatório, os funcionários que ocuparam a função de Gerente-Executivo de Propaganda e Diretor de Marketing e Comunicação no período analisado pela auditoria, pela falta de acompanhamento e supervisão dos processos visando garantir que os mesmos fossem conduzidos de acordo com as leis e regulamentos aplicáveis.

72. Na análise dos fatos, a proposta de encaminhamento atribuída a cada um dos achados foi determinada, via de regra, a partir da frequência em que os fatos se sucediam dentro de um mesmo processo. Assim, como exemplo, se em um determinado PT foram encontrados inúmeros documentos do tipo Estimativa de Custo sem a respectiva data de aprovação, foi atribuída maior gravidade ao achado ensejando a proposta de audiência para responsabilização dos gestores incumbidos da apreciação e aprovação das EC. Entretanto, se esse mesmo achado ocorreu de forma esporádica, foi proposta determinação ao Banco do Brasil para que adote providências no sentido de sanear e coibir novas ocorrências da espécie.

73. Reforçamos que a ausência de numeração e rubrica das folhas do processo, de data de aprovação das EC (que autorizam pagamentos) e de documentos comprobatórios dos atos e fatos do processo, além de afrontar a Lei de Licitações e Contratos, fragiliza sobremaneira o controle e possibilita a fraude nos negócios do Banco.

CPML - CORREIOS
Fls: 0662
3768
Doc:



4.4.2 Achado 2: ausência no processo de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.

74. Da análise dos PT, no que concerne aos procedimentos para a aprovação dos custos pela Secom, identificou-se que a aprovação ocorria informalmente, por meio de *e-mail*. Além do informalismo, os custos, muitas das vezes, eram aprovados após o início da produção.

75. O achado sob análise foi observado nos PT 2004/0615, 2004/1462, 2004/1319, 2004/2331, 2004/2444, 2005/0506, 2004/2024 e 2005/0110, cuja análise mais acurada pode ser encontrada nos itens 1.1.1, 1.5.2, 1.6.2, 1.9.2 e 1.10.1 do anexo "A" deste relatório.

76. De acordo com os arts. 8º, inc. III, e 2º, inc. III, do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003, as ações publicitárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, do planejamento à execução, devem ser submetidas à prévia aprovação da Secom. Portanto, a ausência de aprovação formal e até a aprovação informal *a posteriori* ferem os dispositivos do referido Decreto.

77. Os esclarecimentos prestados pelo Banco confirmaram que a aprovação dos custos pela Secom ocorre de modo informal. Embora a utilização de *e-mails* possibilite maior agilidade na apreciação dos custos, esse procedimento não garante que os serviços contratados e os seus custos foram os mesmos submetidos à apreciação da Secom e por ela aprovados. As cópias dos *e-mails* enviados à Secom, acompanhadas das planilhas de preços que teriam sido a eles anexadas, não comprovam que aquela Secretaria, de fato, apreciou os serviços e custos descritos nos orçamentos que integram os PT.

78. Quanto a este achado, a responsabilização foi definida de acordo com a presença de cópia de *e-mail* demonstrando a aprovação prévia pela Secom, porém informal, ou a total ausência de documentação comprobatória da referida aprovação. O primeiro caso ensejou determinação ao Banco no sentido de que obtenha formalmente a autorização prévia e, no segundo, em razão da total ausência da comprovação da aprovação prévia foi proposto a audiência dos gerentes de divisão que autorizaram pagamento em cujos serviços não está demonstrada a referida aprovação prévia.

79. Reitera-se que a ausência no processo de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias está em desacordo com o Decreto nº 4.799/2003 e demonstra forte descontrole na condução dos serviços de publicidade do Banco do Brasil, elevando os riscos de contratação de serviços em condições desfavoráveis à instituição.

4.4.3 Achado 3: ausência no processo de aprovação formal do Banco para realização dos serviços.

80. Da análise dos PT verificou-se que os registros sobre a avaliação promovida pelo Banco antes das cotações de preços apresentadas pelas agências, para fins de aprovação de realização de serviços quando existentes, consistiram de cópias de mensagens eletrônicas (*e-mails*) trocadas entre as agências e funcionários daquela instituição, configurando ausência de aprovação formal.

81. Em relação a alguns serviços, não foi verificado sequer o registro, por *e-mail*, da submissão de propostas a avaliação do Banco antes da execução dos serviços.

82. Este achado foi observado nos PT 2004/0615, 2004/1462, 2004/1319, 2004/2331, 2004/2444, 2005/0251, 2005/0506, 2004/2024 e 2005/0110, cuja análise mais acurada pode ser encontrada nos itens 1.1.2, 1.5.3, 1.6.3, 1.8.3, 1.9.3 e 1.10.3 do anexo "A" deste relatório.

83. A informalidade nos procedimentos adotados pelo Banco contraria disposições dos contratos de publicidade firmado com as agências (fls. 178/256), pois, de acordo com as cláusulas 12.4, a contratada poderia executar os serviços somente após aprovação formal do Banco.



84. A concepção de documento formal denominado Estimativa de Custo em sua gênese visava, tão-somente, suprir a exigência contratual acerca da autorização formal prévia pelo Banco do Brasil para os gastos realizados pelas agências de publicidade, que, por sua vez, foi incluída no contrato com a finalidade de manter sob controle os gastos efetuados por agências em nome da instituição financeira.

85. Em várias oportunidades, o Banco afirma que “A Estimativa de Custo nada mais é do que uma autorização de pagamento.” (fls. 957 e 1.518 por exemplo). Dessa forma, a entidade confirmou que a aprovação da estimativa de custo - EC era posterior à realização dos serviços contratados, de forma a atestar a prestação desses e autorizar os pagamentos subsequentes, não sendo utilizada como aprovação prévia para realização de serviços.

86. Atente-se que os contratos não prevêm a autorização prévia por *e-mail*, haja vista que, se assim o desejasse, teria especificado conforme o fez no item 2.7.14.2 ao dispor sobre o registro de contatos, reuniões e telefonemas de serviço entre o banco e as agências.

87. Assim, em razão de pagamentos de serviços efetuados sem que houvesse aprovação formal do Banco para a execução dos trabalhos, fato que colide com as cláusulas contratuais 2.7.4, 2.7.12 e 13.4 e caracteriza enorme descontrole dos gastos com serviços de publicidade e propaganda, foi proposto a audiência dos gestores que autorizaram os pagamentos nestas condições.

4.4.4 Achado 4: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados.

88. O achado sob análise foi observado nos PT 2004/0615, 2004/1462, 2004/0667, 2004/1319, 2004/2331, 2004/2444, 2005/0195, 2005/0506, 2004/2024 e 2005/0110, cuja análise mais acurada pode ser encontrada nos itens 1.1.3, 1.2.2, 1.5.4, 1.6.4, 1.7.1, 1.9.5 e 1.10.3 do anexo “A” deste relatório.

89. Constatou-se, na análise dos referidos PT que os serviços contratados pelas agências não foram atestados pelo Banco, não havendo documentos que demonstrem que os serviços foram realmente executados. Em inúmeros casos as agências, ou ainda as promotoras de eventos a elas vinculadas, atestam o recebimento de produtos entregues pelos contratados, e com base nesses atestes o gestor acaba por autorizar a liberação do pagamento aos fornecedores.

90. Considerando que a aprovação da EC, que autoriza o pagamento, deveria decorrer da certificação da realização dos serviços para, assim, respaldar a efetivação dos pagamentos, propusemos que aqueles gerentes que aprovaram as EC, sem que os serviços tivessem sido devidamente comprovados pelo Banco, sejam, por tal irregularidade, chamados em audiência para apresentar suas razões de justificativas.

91. Destacamos que a ausência de comprovação, pelo Banco, da regular execução dos serviços pelas contratadas fere dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76, que tratam do recebimento do objeto contratual pela Administração Pública. Ademais, a partir dos esclarecimentos prestados pelos gestores (fls. 1674/1675), restou confirmado que os serviços não foram atestados pelo Banco, fato que demonstra a fragilidade dos procedimentos adotados pelo BB no sentido de certificar-se de que os serviços contratados foram devidamente executados, além de expor a instituição ao risco de efetuar pagamentos sem a contrapartida da prestação dos serviços.

4.4.5 Achado 5: ausência no processo de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência.

92. Este achado foi observado nos PT 2004/0615, 2004/1462, 2004/1319, 2004/2331, 2005/0506, 2004/2024 e 2005/0110, cuja análise mais acurada pode ser encontrada nos itens 1.1.4, 1.5.5, 1.8.4, 1.9.4 e 1.10.4 do anexo “A” deste relatório.



93. Não foram identificados, nos PT analisados, procedimentos internos do Banco consistentes e confiáveis para a aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado e, principalmente, para a certificação da confiabilidade e autenticidade das cotações apresentadas pelas agências e aprovadas pelo Banco.

94. Não consta dos PT a análise promovida pelo Banco acerca dos orçamentos das empresas apresentados pelas agências. Os custos dos serviços cotados junto às empresas, organizados na forma de planilhas, eram encaminhados aos gestores do Banco por meio de *e-mails*. O Banco, então, aprovava a execução dos serviços com base nessas planilhas sem que fossem analisados os orçamentos elaborados pelas empresas ou verificada a compatibilidade de preços com o mercado. Esses orçamentos eram submetidos ao Banco somente quando do envio das EC, as quais, segundo esclarecimentos da instituição, eram aprovadas somente após a realização dos serviços.

95. A inexistência de um exame prévio das propostas coloca em dúvida a confiabilidade das cotações de preços realizadas pelas agências, bem como traz incerteza quanto à vantagem da proposta vencedora e, por conseguinte, dos serviços contratados. A falta de zelo do Banco permitiu que serviços fossem contratados a partir de cotações de preços eivadas de impropriedades, irregularidades e suspeições, que colocaram em dúvida a existência de qualquer vantagem nas contratações intermediadas pela agência.

96. Foi proposta, portanto, em razão dessas ocorrências, a audiência dos gestores que formalizaram a aceitação das cotações mediante a aprovação das EC sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores.

97. Reforçamos que a inexistência de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pelas agências revelou a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pelas agências. Com sua omissão, os gestores colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações e Contratos.

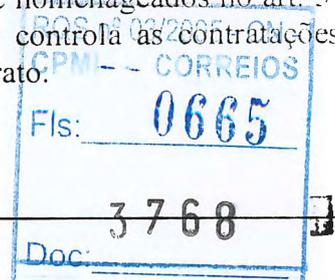
4.4.6 Achado 6: aprovação de custos mediante apresentação de apenas uma proposta.

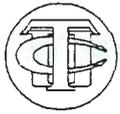
98. Este achado foi observado nos PT 2004/0615, 2004/1462, 2004/0667, 2004/0976, 2004/2024 e 2005/0110, cuja análise mais acurada pode ser encontrada nos itens 1.1.5, 1.2.1, 1.3.2 e 1.10.5 do anexo "A" deste relatório.

99. Consta dos PT acima referidos a contratação de produtos e serviços sem a apresentação de, no mínimo três propostas conforme previsto no item 2.7.4. da cláusula segunda do contrato firmado com as agências.

100. Ante esta irregularidade, foi proposta a audiência dos responsáveis pela aprovação do pagamentos cujos serviços foram contratados sem obediência ao disposto no item 2.4.7 da cláusula segunda do contrato firmado com a agências.

101. Destaca-se que a ausência das propostas de preço para a aquisição de produtos e serviços, ainda que não tenha provocado prejuízo ao Banco, não proporciona a concorrência entre os fornecedores em evidente desrespeito aos princípios da impessoalidade, igualdade, moralidade homenageados no art. 3º da Lei 8.666-93. Demonstra, ainda, que o Banco de forma negligente não controla as contratações efetuadas pelas agências dando-lhes excessiva liberdade na execução do contrato.





4.4.7 Achado 8: Ausência de informações acerca das providências para reparar o problema ocorrido com o “Porta Retratos Time e Photo (Soma)”

102. Este achado foi detectado na análise do PT 2004/0667 e conta do item 1.2.4 do anexo “A” deste relatório.

103. Constam informações de que os Porta-Retratos Time & Photo (Soma) não funcionavam adequadamente e não seriam utilizados como material de relacionamento, todavia os mesmos foram pagos pelo Banco e não constam informações sobre a solução do problema com o brinde. O Banco do Brasil adquiriu 3.300 (três mil e trezentas unidades) ao custo total de R\$ 176.583,00.

104. Questionado sobre as medidas adotadas para sanar o problema, o gestor manifestou que “as providências adotadas foi o recolhimento de parte dos objetos danificados pela Diretoria de Governo e levantamento de peças com defeito já distribuídas pelo país e que ainda não foi concluído. O material com defeito foi entregue para guarda da Diretoria de Governo.”

105. A resposta do gestor não ilide a irregularidade. Nenhuma medida concreta foi adotada para que os brindes fossem trocados ou reparados e nem mesmo para a devolução dos recursos ao Banco do Brasil, conforme preceitua o art. 67, § 1º, da Lei de Licitações e Contratos. Assim, diante da falta de zelo dos gestores na condução da referida compra, foi proposta a audiência do Gerente de Divisão responsável pela ação de marketing, Sr. Carlos Alberto Reis Figueiredo, bem como determinação à DIMAC para que tome as medidas necessárias para que obtenha o ressarcimento da compra ou os produtos em perfeitas condições de uso, nos termos do art. 67, § 1º, da Lei de Licitações e Contratos.

4.4.8 Achado 9: justificativa insuficiente para apresentação de apenas uma proposta e discriminação inadequada dos custos.

106. Este achado foi detectado na análise dos PT 2005/0195 e 2005/0251, constates dos itens 1.7.2 e 1.8.5 do anexo “A” deste relatório.

107. A cláusula segunda, item 2.7.4, do contrato dispõe que quando houver impossibilidade de se obter 3 (três) propostas de preço, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

108. Foi verificado que a agência apresentou justificativa insuficiente para as referidas contratações e não discriminou adequadamente os custos envolvidos.

109. Assim, foi proposta determinação ao Banco do Brasil para que, quando da contratação de fornecedores exclusivos ou quando não for possível a cotação de preços, discrimine e justifique, detalhadamente, os preços contratados.

4.4.9 Achado 10: justificativa insuficiente para pagamento antecipado à empresa Cobram

110. Este achado foi detectado na análise do PT 2005/0195 e conta do item 1.7.3 do anexo “A” deste relatório.

111. Dispõe a cláusula nona, item 9.1.3, do contrato que no interesse do Banco e mediante sua prévia autorização serviços podem ser negociados com previsão de pagamento antecipado.

112. Consta no documento que autorizou o pagamento antecipado ao fornecedor a singela justificativa de que “diante dos prejuízos que podem advir do não pagamento ao fornecedor abaixo por seus serviços prestados” (fls. 2461) deveria ser autorizado a antecipação do pagamento. Não estão claros quais são esses prejuízos, da forma que foi colocado pelo gestor, a antecipação de pagamento passa a ser decisão meramente subjetiva, contrariando preceito fundamental das contratações públicas de se pagar apenas após o recebimento formal do serviço. Apesar de constar a previsão em contrato, tal medida deve ser de exceção, utilizada apenas em casos especiais e suficientemente justificados.



113. Mesmo após o questionamento da equipe o Banco se limitou a indicar a cláusula contratual que faculta a antecipação de pagamento ao fornecedor sem indicar, uma vez mais, as causas que motivaram a decisão.

114. Com vistas a evitar que situações semelhantes possam efetivamente materializar-se em prejuízos para o Banco foi proposta determinação ao Banco do Brasil para que evite a antecipação de pagamento aos fornecedores, e nos casos em que esta antecipação for imprescindível, justifique adequadamente os motivos que fundamentam a decisão.

4.4.10 Achado 11: contratação direta de promotoras para a realização de eventos.

115. Este achado relaciona-se ao PT 2004/2444 e consta do item 1.6.5 do anexo "A" deste relatório.

116. Dois fatos se sobressaem na análise dessa promoção de eventos: o pagamento de honorários à agência mesmo sem a sua efetiva intermediação na contratação e a contratação de promotoras de ventos sem licitação.

117. A pedido do Banco do Brasil, logo após ser firmado o contrato de prestação de serviços de publicidade, resultado da concorrência nº 01/2003 (9984), as agências vencedoras do certame foram instadas a apresentar, cada uma, uma promotora, a qual seria responsável pelo planejamento e implementação das ações promocionais e eventos do Banco do Brasil.

118. A contratação dessas promotoras de forma direta, sem que houvesse qualquer menção sobre elas no edital e no contrato, configura burla à Lei 8.666/93 que institui normas para licitações e contratos da Administração Pública.

119. Configurada a contratação direta das promotoras de eventos, verifica-se o pagamento indevido de honorários de 5% à agência Ogilvy pois não houve efetiva intermediação na contratação e nem sequer a contratação de promotora de eventos foi realizada sob a égide do contrato celebrado entre a Ogilvy e o Banco do Brasil.

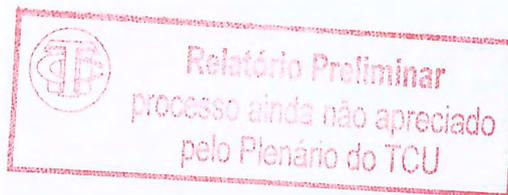
120. Devido a gravidade da ocorrência detectada acima, consideramos conveniente apartar o achado do relatório para trata-lo separadamente em proposta de representação desta equipe de auditoria, ainda não autuada, nos termos da pela Comunicação da Presidência do TCU, de 06/07/2005.

Comentários

121. Ante as constatações de graves irregularidades como a ausência de numeração e rubrica das folhas do processo, vários documentos do tipo "Estimativa de Custo" sem a devida data de aprovação, ausência de documentos comprobatórios dos atos e fatos que permearam a contratação de serviços de publicidade e propaganda, ausência nos processos de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom, ausência nos processos de aprovação formal do Banco para realização dos serviços, pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, ausência nos processos de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, aprovação de custos mediante apresentação de apenas uma proposta, ausência de justificativa e discriminação suficientes dos custos em caso de impossibilidade de cotação de preços no mercado além da contratação direta de promotoras para a realização de eventos, fica caracterizado o imenso descontrole em todas as etapas do procedimento para a execução dos serviços de publicidade e propaganda realizadas após a celebração dos contratos com as agências de publicidade e propaganda.

122. Ressaltamos que em função da materialidade destes gastos no âmbito do Banco do Brasil, atualmente da ordem de R\$ 200 milhões ao ano, não se pode admitir

ROS Nº 032405 - CN -
CPF - CORREIOS
Fls: 0667
768
Doc:



produção/veiculação de publicidade seja gerido com tantas fragilidades, de forma imprudente, negligente e com largos espaços para desvios dos recursos públicos.

5 DOS PATROCÍNIOS.

5.1 Considerações sobre os contratos

123. No curso dessa auditoria foram examinados os patrocínios realizados ao Volei de Praia nos anos de 2001, 2002 e 2003, com base no contrato de patrocínio celebrado entre o Banco do Brasil e a Confederação Brasileira de Volley-Ball – CBV.

124. O contrato de patrocínio esportivo celebrado entre o Banco do Brasil e a CBV, em 02/01/2001, disciplinava as normas que regeram o patrocínio exclusivo do circuito brasileiro de vôlei de praia, denominado Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia, durante o período de 02/01/2001 a 31/12/2004 (fls.1205-1224, anexo “I” deste processo), tasi como fornecimento de camisetas, montar arena de jogo e custear despesa de transporte de dois representantes do Banco.

125. Para a consecução desse contrato o Banco concederia anualmente à CBV R\$ 7.450.000,00, além de R\$ 500.000,00 para as despesas de transporte e hospedagem da comissão técnica, dirigentes da CBV e seus representantes oficiais, através de crédito aberto na BBTUR Viagens e Turismo Ltda. Esses valores seriam atualizados anualmente pelo Índice Geral ao Preços de Mercado (IGPM).

126. Como contrapartida desse recebimento, cabia à CBV a realização do Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia nos anos de 2001, 2002, 2003 e 2004, além de outras obrigações constantes no contrato (fls. 1207/1209, anexo “I” destes autos).

127. Discorreremos abaixo sobre os objetos e as irregularidades encontradas dos PT relacionados a patrocínios. Desde já informamos que as falhas aqui encontradas são objeto de proposta de apensamento ao TC 016.986/2003-6 cujo objeto abrange estas irregularidades.

5.1.1 PT 2001/0002

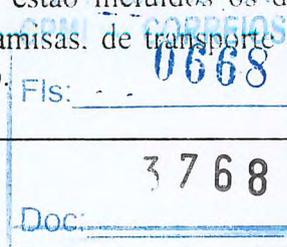
128. Pt 2001/0002 trata do circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia de 2001, objeto do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco e a CBV. Valor anual do patrocínio foi de R\$ 7.450.000,00 mais despesas com transporte e hospedagem da comissão técnica, de dirigentes da CBV e de seus representantes oficiais até o limite de R\$ 500.000,00, conforme previsão contratual (item 1.1, anexo “B” deste relatório).

5.1.2 PT 2002/0037 e 2002/0040

129. PT 2002/0037 trata do circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia de 2002, objeto do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco e a CBV. Para o ano de 2002, o valor do patrocínio foi de R\$ 8.775.210,00 (item 1.2, anexo “B” deste relatório).

130. Para a realização do circuito de 2002, o Banco repassou à essa entidade, em 12 parcelas, o montante de R\$ 8.223.310,00. Além desse repasse, o Banco arcou com as despesas de transporte e de hospedagem da comissão técnica, de dirigentes da CBV e de seus representantes oficiais até o limite de R\$ 551.900,00, conforme previsão contratual (item 1.2, anexo “B” deste relatório).

131. PT 2002/0040 refere-se ao desenvolvimento de ações promocionais durante o Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia. Entre os serviços contratados para essas ações, estão incluídos os de impressão de cartazes, convites e folders, de confecção de bonés, crachás e camisas, de transporte e aluguel de materiais e de assistência médica (item 1.2, anexo “B” deste relatório).





5.1.3 PT 2003/0084

132. PT 2003/0084 trata do circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia de 2003, objeto do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco e a CBV. Para o ano de 2003, o valor do patrocínio foi de R\$ 10.091.491,50 (item 1.10, anexo "B" deste relatório).

133. Para a realização do circuito de 2003, o Banco repassou à essa entidade, em 14 parcelas, o montante de R\$ 9.456.806,50. Além desse repasse, o Banco arcou com as despesas de transporte e de hospedagem da comissão técnica, de dirigentes da CBV e de seus representantes oficiais até o limite de R\$ 634.685,00, conforme previsão contratual (item 1.10, anexo "B" deste relatório).

5.2 Considerações sobre os achados

5.2.1 Achados comuns aos PT 2001/0002, 2002/0037 e 2003/0084:

134. ausência de comprovação de que as exigências contratuais foram cumpridas pela CBV, a exemplo da ausência de comprovação do fornecimento de 1.400 camisetas em cada etapa, além de 100 camisetas de trabalho, 50 de jogo masculino e 50 tops oficiais do circuito de vôlei de praia (itens 1.1.1, 1.2.1 e 2.2.4, anexo "B" deste relatório);

135. fragilidade no controle das exigências contratuais para a comprovação da utilização de recursos pela CBV, como a ausência dos relatório discriminado da utilização dos recursos liberados relativo aos meses de setembro a dezembro e relatório de desempenho das duplas nos campeonatos mundiais (itens 2.2.2, 1.2.2, anexo "B" deste relatório);

136. falta de comprovação da compatibilidade entre a natureza das despesas e a finalidade dos recursos, haja vista a utilização indiscriminada pelo Banco para pagamento das despesas de transporte e de hospedagem realizadas pela CBV e arcadas pelo Banco por previsão contratual. Além disso, não há comprovação de que os beneficiários dessas passagens e hospedagens estivessem incluídos entre os especificados na cláusula 4.2. (itens 1.1.3, 1.2.4 e 2.2.7, anexo "B" deste relatório);

137. ausência no processo de relatórios de acompanhamento da realização do circuito de vôlei de praia, uma vez que não encontramos no processo os relatórios do Banco do Brasil acerca dos resultados concernentes às etapas realizadas no ano de 2001 (itens 1.1.4, 1.2.5 e 2.2.9, anexo "B" deste relatório);

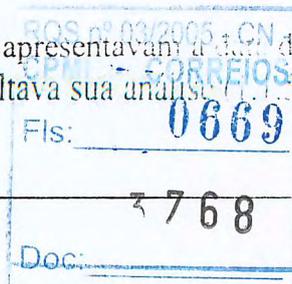
138. Contrato celebrado com a CBV sem data e sem preenchimento de anexos e fragilidades nas cláusulas contratuais, dentre as quais destacamos: o contrato foi assinado sem data e sem assinatura de uma das testemunhas; o não preenchimento do anexo 4 que regulamentaria o circuito dando suporte ao pagamento das premiações aos jogadores (cláusula 5, XV); ausência do anexo 6 contendo a exigências do Patrocinador (cláusula 5, VII) [item 2.2.3, anexo "B" deste relatório).

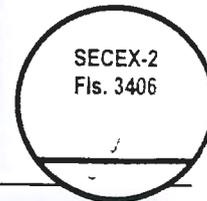
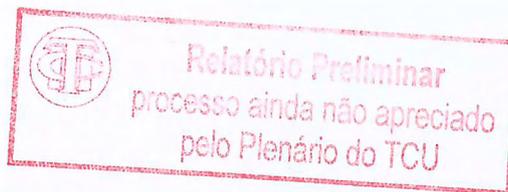
5.2.2 Achados comuns aos PT 2001/0002 e 2002/0037 e 2002/0040:

139. aprovação de estimativas de custos elaboradas a partir de orçamentos apresentados sem a devida formalização como a ausência de assinaturas e/ou de identificação satisfatória dos responsáveis pelos mesmos (itens 1.1.7 e 1.2.8, anexo "B" deste relatório);

140. aquisição dos mesmos produtos, produzidos pela mesma empresa, por preços diferentes com os adquiridos da empresa Malharia Ferreira & Perez Ltda. tanto por meio da agência DNA, como pela BBTur (itens 1.1.8 1.2.9, anexo "B" deste relatório);

141. falhas na organização e formalização do processo, tais como: as EC não apresentavam a data de sua aprovação e o processo não apresentava numeração das folhas, o que dificultava sua análise (item 2.6, anexo "B" deste relatório);





142. pagamentos de serviços sem a comprovação pelo Banco de que foram devidamente executados, pois não constatamos documentos que atestassem a execução dos serviços contratados, em desrespeito aos arts 67, 73 e 76 da Lei de Licitações e Contratos que orientam o devido recebimento do objeto contratual pela Administração Pública (itens 1.1.6, 1.2.7, anexo "B" deste relatório).

5.2.3 Achado específico dos Pt 2002/0037 e 2003/0084:

143. 1-Ressarcimento de despesas para a CBV não previstas contratualmente ou indevidamente comprovadas, tais como: despesas de transporte e de hospedagem realizadas pela CBV e arcadas pelo Banco por previsão contratual. (itens 1.2.3 e 2.2.5, anexo "B" deste relatório);

5.2.4 Achados específicos do Pt 2003/0084

144. Pagamento indevido de passagem aérea a funcionário do Banco conforme Fatura BBTur 03/0059 de 17/2/2003, no valor de R\$ 1.464,25 (um mil, quatrocentos e sessenta e quatro reais e trinta e cinco centavos) no circuito Vôlei de Praia quando a mesma deveria ser paga pela CBV (item 1.2.10, anexo "B" deste relatório);

145. Adiantamento de verbas à BBTur a título de pré-pagamento de serviços de hospedagens e passagens referente ao Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia conforme fatura BBTurimo nº 03.0020 de 9/5/2003 no montante de 536.203,26 (quinhentos e trinta e seis mil, duzentos e três reais e vinte e seis centavos) [item 2.2.5, anexo "B" deste relatório];

146. Ausência de assinaturas nas autorizações de pagamentos a exemplo das faturas BBTur.2003/1304 de 20/6/2003 no montante de R\$ 29.487,19 e fatura nº2003/1260 de 17/6/2003 no montante de 5.189,60 (item 2.2.8, anexo "B" deste relatório).

5.3 Comentários

147. De maneira geral estes protocolos apresentaram graves irregularidades, notadamente por falta de numeração das páginas, ausência de documentação, incorreções nas cláusulas contratuais e ausência de relatórios que comprovassem o acompanhamento da execução contratual por parte do Banco. A repetição das irregularidades nos três anos examinados, ensejam audiência ou até mesmo citação dos responsáveis pela execução desses contratos.

148. A análise completa do patrocínio do Banco do Brasil ao volei de praia abrangeria também o período de 2004 e 2005, inclusive visando examinar o cumprimento das recomendações da auditoria interna. Contudo, a dimensão do escopo da auditoria tornou inviável esse exame no decorrer dos trabalhos.

149. Dado que foi aberta, pelo senador Eduardo Suplicy, a representação TC 016.986/2005-6 com vistas a apurar os contratos de patrocínio de volei indoor, volei de praia e tênis do Banco do Brasil, propomos apartar a análise de patrocínio da análise de publicidade tratada nesse relatório para que esta possa ser tratada minuciosamente na âmbito da representação em questão.

6 CUMPRIMENTO DE ACÓRDÃOS DO TCU

150. No julgamento das cinco representações propostas pela equipe de auditoria para tratar da apropriação indevida das bonificações de volume pelas agências em decorrência de fornecimento de produtos e serviços para o Banco do Brasil, o Plenário do Tribunal proferiu determinações a esta 2ª Secretaria de Controle Externo conforme quadro abaixo.

ROS 01/2005 - CN
SECRETARIA DE CONTROLE EXTERNO
Fls.: 0670
768
Doc:



Quadro de determinações à 2ª SECEX

Determinação	Acórdãos				
	1.803/2005 (Lowe)	1.875/2005 (Grottera)	1.876/2005 (DNA)	2.033/2005 (D+)	2.034/2005 (Ogilvy)
a) a exatidão dos valores pagos a título de veiculação e desconto padrão de agência	X	X	X	X	X
b) a ocorrência ou não de pagamento de faturas referentes a insumos e serviços que deveriam ser assumidos pela contratada	X	X	X	X	X
c) a correção dos pagamentos efetuados, de forma a comprovar a exatidão dos pagamentos de honorários	X	X	X		
d) a natureza de pagamentos efetuados a título de consultoria				X	X
e) a natureza de todos os pagamentos efetuados para a empresa De Simoni Marketing Service					X
f) a existência de terceirização onerosa de atividades de criação publicitária que deveriam ser executados pelas agências	X	X	X		
g) a existência de sobrepreço nos honorários estipulados nos contratos celebrados em 23.09.2003			X		

151. O Tribunal determinou que esta Secretaria de Controle Externo verificasse no âmbito desta auditoria:

6.1 a exatidão dos valores pagos a título de veiculação e desconto padrão de agência. (Acórdãos 1.803/2005, 1.875/2005, 1.876/2005, 2.033/2005 e 2.034/2005)

152. Para emprendermos a verificação da exatidão dos valores pagos a título de veiculação e desconto padrão de agência valemo-nos das informações constantes das bases de dados da Diretoria de Marketing (DIMAC) e de Logística (DILOG), essa última responsável pelos pagamentos.

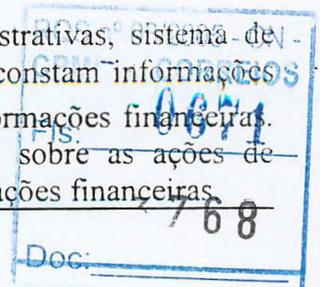
153. A primeira base de dados utilizada é a do Sismark, sistema de informação gerencial da Diretoria de Marketing, utilizado para cadastramento de diversas informações relativas às ações de marketing. Este sistema é também utilizado para que a DIMAC autorize a DILOG a proceder o pagamento aos fornecedores.

154. Para tanto, alguns dados são registrados no Sismark, tais como: número de processo, fornecedor, valor do pagamento, número da fatura da agência, custo, finalidade, etc.

155. Via de regra, o pagamento do honorário e do desconto padrão de agência são registrados separadamente do produto/serviço a que se referem e que originou o respectivo desconto padrão e honorário. Por exemplo, no caso de veiculação de um anúncio em uma revista, existirá um registro no sistema com o valor que foi pago à revista e outro com o valor que foi pago de desconto padrão à agência.

156. Resta destacar que o Sismark é um sistema de informação gerencial e que, talvez por esse motivo, não exige uma padronização no cadastramento dos dados, como, por exemplo, é exigida num sistema contábil. Apesar disso, não são encontradas falhas graves de cadastramento no sistema. Essa ressalva é necessária pois, em comparação ao sistema de pagamento, descrito abaixo, o sistema de marketing pode apresentar certas inconsistências.

157. A segunda base de dados é a do CDA, Controle de Despesas Administrativas, sistema de informações da DILOG, responsável por efetuar os pagamentos. Neste sistema constam informações sobre o número da fatura da agência, o valor do pagamento, a data e outras informações financeiras. Nesse sistema, ao contrário do anterior, não existem informações detalhadas sobre as ações de marketing, até porque essa não é sua principal função, mas sim, armazenar informações financeiras.





158. Logo, quando existir discordância de informações entre os dois sistemas, é do CDA que se extrai o dado correto, já que, como antes dito, é nele em que ficam armazenadas informações sobre os pagamentos efetivamente realizados, enquanto que no Sismark, ainda que possua dados sobre os pagamentos, ficam armazenadas, em essência, informações acerca das atividades de marketing.

159. Apesar disso, a principal base de dados utilizada para a verificação da exatidão dos valores de veiculação e desconto padrão foi o próprio Sismark, pois esse dispõe de registros detalhados que permitem distinguir a natureza do serviço realizado (veiculação, produção, etc.).

160. No Sismark, nos registros relativos a veiculação, via de regra, cada nota fiscal apresentada pela agência é desmembrada em dois registros no sistema, um para a veiculação propriamente dita e outro para o respectivo desconto padrão de agência. Ou seja, existem dois registros no sistema para cada número de fatura da agência. Nesses casos, a verificação do valor exato do desconto padrão devido a agência é mais simples. Todavia, algumas vezes, o registro da veiculação e do desconto padrão está agregado, dificultando a análise. Outras vezes, existem faturas emitidas pela agência exclusivamente para pagamento da veiculação e outras para o pagamento do desconto padrão, cada qual com numeração própria, dificultando, uma vez mais, a vinculação entre a veiculação e o respectivo desconto padrão.

161. Em função das dificuldades expostas, e ainda da grande quantidade de registros relativos a veiculação existentes no Sismark (aprox. 43.4 mil), utilizamos, para a verificação da exatidão dos valores pagos a título de veiculação e desconto padrão o seguinte método:

162. - nos casos em que as informações sobre os valores de veiculação e desconto padrão encontravam-se em registros individuais e separados, ou seja, um para a veiculação e outro para o respectivo desconto padrão, pudemos examinar grande parte dos registros com razoável grau de precisão (aprox. 80% dos valores de veiculação);

163. - nos casos em que as informações sobre os valores de veiculação e desconto padrão encontravam-se agregados em um único registro nada pudemos fazer neste para confirmar a correção dos valores (aprox. 10% dos valores de veiculação); e

164. - nos casos em que as informações sobre os valores de veiculação e desconto padrão encontravam-se em registros múltiplos, ou seja, um ou mais para a veiculação e um ou mais para o respectivo desconto padrão, fizemos uma análise amostral, priorizando os valores mais significativos (aprox. 10% dos valores de veiculação).

165. Pela análise, constatamos as seguintes impropriedades nos registros do Sismark:

- duplicidade de registro para o mesmo pagamento;
- ausência de registros no Sismark presentes no CDA;
- pagamento de desconto padrão em percentuais menores do que 15% (publicações estrangeiras, entre outros);
- outras ações de marketing (produção, consultorias, impressão, etc.) cadastradas como sendo referentes a veiculação;
- registros em nome da própria agência, quando deveriam ter sido registrado em nome do fornecedor;
- casos isolados e reduzidos de desconto padrão em percentual maior que 15%, quase sempre para os grandes veículos, aparentemente tratando-se de "compensações" de outros descontos pagos a menor, todavia, tal suposição somente poderá ser verificada através de diligências ou inspeção.

166. Nestas condições, considerando todas as limitações expostas acima, principalmente as inconsistências e a falta de padronização dos registros do sistema, bem como o reduzido prazo para a

RECEBUEMOS
FIS. 0672
3768
Dec



realização desta verificação, e ainda, o caráter amostral da análise aqui realizada, não constatamos, através da análise dos dados extraídos do Sismark, além das já descritas, impropriedades significativas nos valores e percentuais pagos à título de desconto padrão de agência.

6.2 a ocorrência ou não de pagamento de faturas referentes a insumos e serviços que deveriam ser assumidos pela contratada. (Acórdãos 1.803/2005, 1.875/2005, 1.876/2005, 2.033/2005 e 2.034/2005)

167. Nos processos analisados pela equipe no curso da auditoria, conforme metodologia descrita no item 1.2 deste relatório, não foi constatada a ocorrência de pagamentos efetuados pelo Banco de faturas referentes a insumos ou serviços que deveriam ser assumidos pela contratada.

6.3 a correção dos pagamentos efetuados, de forma a comprovar a exatidão dos pagamentos de honorários. (Acórdãos 1.803/2005, 1.875/2005 e 1.876/2005)

168. Como já descrito no item 6.1, para darmos cumprimento a esta determinação, da mesma forma como no caso do desconto padrão de agência, utilizamos os dados do Sismark, excluídos aqueles referentes a veiculação, e o seguinte método:

- nos casos em que as informações sobre os valores de custos e honorários encontravam-se em registros individuais e separados, ou seja, um para custos e outro para os honorários respectivos, examinamos esses registros (cerca de 77%);
- nos casos em que as informações sobre os valores de custos e honorários encontravam-se agregados em um único registro nada pudemos fazer neste para confirmar a correção dos valores (cerca de 17%). Cabe esclarecer que no caso da DNA, muitos registros dizem respeito à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcionou à Contratada o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação e não estavam sujeitos a pagamento de honorários pelo Banco;
- nos casos em que as informações sobre os valores dos custos e honorários encontravam-se em registros múltiplos, ou seja, um ou mais para custos e um ou mais para honorários, fizemos análises desses registros, procurando fazer o vínculo entre os valores de forma a identificá-los.

169. Nessa análise, constatamos as seguintes impropriedades nos registros do Sismark:

- registros referentes à veiculação não classificados como tal;
- registros consolidados de custos e honorários;
- registros lançados no Sismark, mas não efetivados no CDA;
- registros em nome da própria agência, quando deveriam ter sido registrado em nome do fornecedor.

170. Nestas condições, considerando todas as limitações já expostas no item "a" e o caráter amostral da análise aqui realizada, não constatamos outras impropriedade além das já descritas nos pagamentos de honorários pelo Banco às agências.

171. Além disso, nos processos analisados pela equipe, não foi observado nenhuma impropriedade nos pagamentos de honorários, salvo as ocorrências que serão objeto de representação específica.

6.4 a natureza de pagamentos efetuados a título de consultoria. (2.033/2005 e 2.034/2005)

2005 - CN -
GPMI - CORREIOS
0673
768
Doc:



172. Considerando que os elementos colhidos no curso da execução desta auditoria, de acordo com a metodologia utilizada e mencionada no item 1.2 deste relatório, são insuficientes para que se faça a verificação de todos os pagamentos efetuados a título de consultoria, e que para dar cumprimento a essa determinação seriam necessárias diligências ao Banco, e ainda, que no mesmo acórdão foi dirigida determinação ao Banco do Brasil para que detalhe a natureza dos pagamentos efetuados a título de consultoria no âmbito do contrato celebrado com a empresa Ogilvy Brasil Comunicação Ltda., entendemos que a verificação dos pagamentos deverá ser empreendida após a resposta do Banco à determinação do Tribunal.

6.5 a natureza de todos os pagamentos efetuados para a empresa De Simoni Marketing Service (Acórdão 2.034/2005)

173. Considerando que os elementos colhidos no curso da execução desta auditoria, de acordo com a metodologia utilizada e mencionada no item 1.2 deste relatório, são insuficientes para que se faça a verificação de todos os pagamentos efetuados à De Simoni Marketing Service, e que para dar cumprimento a essa determinação seriam necessárias diligências ao Banco, e ainda, que no mesmo acórdão foi dirigida determinação ao Banco do Brasil para que informe com precisão a natureza dos pagamentos efetuados para a empresa De Simoni Marketing Service, no âmbito do contrato celebrado com a empresa Ogilvy Brasil Comunicação Ltda., entendemos que a verificação dos pagamentos deverá ser empreendida após a resposta do Banco à determinação do Tribunal.

6.6 a existência de terceirização onerosa de atividades de criação publicitária que deveriam ser executados pelas agências (Acórdãos 1.803/2005, 1.875/2005 e 1.876/2005)

174. As Normas-Padrão da Atividade Publicitária definem a prestação de serviços publicitários como conforme transcrito a seguir:

“3.1 Toda Agência, habilitada e certificada em conformidade com o item 2.5 e sub-itens destas Normas-Padrão, deve estar capacitada a prestar a seu Cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

3.1.1 Estudo do conceito, idéia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

3.1.2 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, idéia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

3.1.3 Identificação e análise das idéias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

3.1.4 Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

3.1.5 Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);





3.1.6 Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o no pagamento das faturas."

175. Tendo como critério as definições das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, e considerando que no curso da auditoria foram analisados pela equipe 18 (dezoito) PT, conforme metodologia descrita no item 1.2, informamos que não foram encontradas terceirizações onerosas de atividades de criação publicitária que deveriam ser executados pelas agências.

6.7 a existência de sobrepreço nos honorários estipulados nos contratos celebrados em 23.09.2003

176. Inicialmente, faz-se necessário esclarecer que a sistemática de remuneração das agências de publicidade estabelecida no contrato é baseada em percentual incidente sobre os custos de serviços realizados por terceiros e no desconto padrão de agência.

177. Dispõem os contratos:

"6.1 Pelos serviços prestados, a Contratada será remunerada da seguinte forma:

6.1.1 Honorários de 5 % (cinco por cento) referentes a produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à Contratada o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação, de que trata o item 7.1, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da Contratada.

6.1.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da contratada.

6.1.2 Honorários de 5 % (cinco por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da Contratada, referentes ao desenvolvimento e execução de ações promocionais, incluídos os patrocínios, a montagem de estandes em feiras e exposições e a organização de eventos; a elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual e ao desenvolvimento e execução de ações de assessoria de imprensa, de relações públicas, de pesquisa de opinião e de mercado e das demais ações destinadas a integrar ou complementar os esforços de comunicação;

6.1.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da contratada.

6.3 A Contratada não fará jus ao ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria Contratada, bem como aos honorários ou qualquer outra remuneração sobre os serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja a distribuição proporcione a ela o desconto padrão de agência concedido pelos veículos de divulgação

6.5 A Contratada não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto padrão de agência quanto da utilização, pelo Banco, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, de qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

7.1 Além da remuneração prevista na cláusula sexta, a Contratada fará jus ao desconto padrão de agência – à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela orçamentários acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – a ser concedido pelos veículos de comunicação em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65 e com o artigo 11 do seu regulamento, aprovado pelo Decreto 57.690/66 e alterado pelo Decreto n.º 37.668



7.2 Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, a Contratada repassará ao Banco, sobre a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente a veiculação, 15%(quinze por cento) à Contratada e 5%(cinco por cento) ao Banco.”

178. Dessa forma, as agências de publicidade só são remuneradas pelos serviços que são por ela subcontratados, como expressamente dispõe o item 6.3 acima transcrito.

179. No processo licitatório (Concorrência 01/2003) que deu origem aos contratos, o tipo utilizado foi o de “Técnica e Preço”. De acordo com o que dispõe o art. 46, § 1º, inciso II da Lei nº 8.666/93, o preço máximo que a Administração se propôs a pagar foi o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima na proposta técnica.

180. Dispôs o edital:

“10.12 Após a abertura do Invólucro n.º 3, se as 3 (três) LICITANTES mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica não tiverem apresentado a Proposta de menor preço, abre-se com elas a negociação prevista na Lei n.º 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as LICITANTES classificadas.

10.12.1 No caso de impasse na negociação anterior, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com as demais LICITANTES classificadas, até a consecução de acordo para a contratação.

10.12.2 Na hipótese de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas, consoante item 9.2, o BANCO poderá fixar prazo de 8 (oito) dias úteis para a apresentação de novas propostas, pelas LICITANTES classificadas tecnicamente.

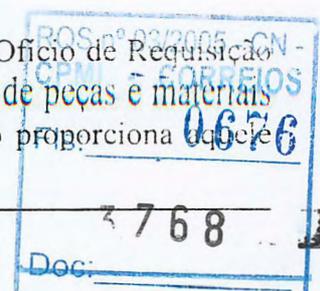
10.12.3 Serão consideradas vencedoras finas desta Concorrência as 3 (três) LICITANTES mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço o que concordarem em praticar o menos preço entre as propostas apresentadas pelas LICITANTES classificadas.

10.12.4 O BANCO poderá realizar negociação, por escrito, com as LICITANTES classificadas, buscando preços e condições mais vantajosos que os obtidos na negociação prevista no item 10.12. A obtenção de propostas substitutivas mais vantajosas implicará obrigação de apresentá-las escritas e assinadas pelas LICITANTES, não cabendo às demais qualquer direito de reclamação.”

181. Dentro desta sistemática, na licitação nº 99/1131, o percentual referente a honorários ficou em 2%. Já na licitação nº 01/2003, a que se referem os contratos firmados com as empresas Calia Assumpção Publicidade S.A, DNA Propaganda Ltda. e Ogilvy Brasil Comunicação Ltda. o percentual ficou em 5% (cinco por cento). Dessa forma, ocorreu um aumento de 150% (cento e cinquenta por cento) em relação ao percentual anteriormente estabelecido.

182. No entanto, verificamos que embora o percentual referente a honorários tenha sofrido um aumento substancial, a base de cálculo também foi alterada. Enquanto os contratos referentes a licitação anterior previam pagamento de honorários incidentes sobre os custos referentes a produção de peças e materiais cuja distribuição proporcionasse à agência o desconto padrão, nos contratos atuais esse percentual incide apenas sobre os custos referentes a produção de peças e materiais cuja distribuição não proporciona à agência o desconto padrão.

183. Com base nas informações encaminhadas pelo Banco em atendimento ao Ofício de Requisição nº 915 2005-19, verificamos que o valor referente a produção se distribui entre a de peças e materiais cuja distribuição proporciona à agência o desconto padrão e a daquelas que não proporciona o desconto nos percentuais de 60% e 40%, respectivamente.





184. Se subtrairmos os honorários de 5% que incidem sobre os 40%, o percentual referente a custos ficaria em 98,1% do total despendido. Se utilizássemos a sistemática anterior, que previa honorários de 2% sobre todos os custos, o valor total despendido ficaria em 100,1%.

185. Dessa forma, demonstra-se que não há diferença expressiva na sistemática adotada nos contratos celebrados em 2003, com honorários de 5%, em relação à sistemática adotada nos contratos da licitação de 1999, com honorários de 2%, se mantida a relação entre a produção que proporciona o desconto padrão e aquela que não o proporciona.

RS1,00

	Valor de produção (custos mais honorários)	Valor dos custos de produção	Valor dos custos de produção acrescido de honorários de 2%
Produção de peças e materiais cuja distribuição proporciona à agência o desconto padrão	50.451.298,48 (60%)	50.451.298,48 (60%)	51.460.324,45 (61,2%)
Produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporciona à agência o desconto padrão	33.722.052,80 (40%)	32.116.240,76 (38,1%)	32.758.565,58 (38,9%)
TOTAL	84.173.351,28 (100%)	82.567.539,24 (98,1%)	84.218.890,03 (100,1%)

Fonte: Arquivo de sistema interno do Banco do Brasil (Sismark) enviados em atendimento ao Ofício de Requisição n.º 915/2005-19 de 22/09/2005.

Obs.: O arquivo enviado pelo Banco possui dados dos contratos celebrados em 2000 e 2003 sem distinção. Para simplificação dos trabalhos, foram utilizados dados apenas das agência D+ Brasil e Ogilvy que possuíam apenas o percentual de 5% referente a honorários.

7 OUTRAS CONSIDERAÇÕES

7.1 TC 014.980/2005-3 - Ouvidoria do Tribunal de Contas da União.

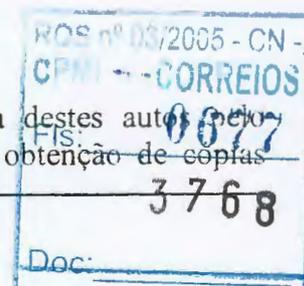
186. Primeiramente, cumpre relatar sobre o TC 014.980/2005-3 apensado aos presentes autos. O TC 014.980/2005-3 trata de reclamação formulada pela Ouvidoria do Tribunal de Contas da União, noticiando a ocorrência de possíveis irregularidades no pagamento de campanhas publicitárias contratadas pelo Banco do Brasil.

187. Em análise prévia pela Unidade Técnica, foi observado que a reclamação não apresentava nenhum indício ou documento relativos aos fatos relatados e que o roteiro natural do processo seria o arquivamento com base nos arts. 237, parágrafo único, c/c 235, parágrafo único, do Regimento Interno do TCU. Não obstante, em razão dos fatos destacados estarem contemplados no escopo desta auditoria, foi sugerida a juntada do TC 014.980/2005-3 a este processo de fiscalização a fim de subsidiar os trabalhos. Em harmonia com a proposta da Unidade Técnica, em despacho de 23.08.2005, o Exmo. Sr. Ministro Benjamin Zymler, relator do TC 014.980/2005-3, determinou o apensamento daqueles autos a este TC 012.095/2005-8.

188. Cabe informar que no transcorrer dos trabalhos de auditoria não foi identificado na amostra analisada nenhum indício de "esquema de desvio de verbas" ou de favorecimento de funcionários do Banco como sugere a informação relatada à Ouvidoria. A apuração de eventual esquema ou favorecimento requer instrumentos com quebra de sigilos bancário e telefônico não disponíveis ao Tribunal de Contas da União.

7.2 Requerimento de vistas/cópias dos autos.

189. Outro assunto afeto à esta auditoria refere-se à requerimento de vista destes autos pelo advogado Luís Justiniano de Arantes Fernandes, em 14.10.2005, para possível obtenção de cópias





reprográficas. Ocorre que no momento da solicitação do citado advogado a auditoria ainda encontrava-se em fase de execução e os autos não estavam constituídos.

190. Segundo o disposto no art. 163. do Regimento Interno do TCU "*as partes poderão pedir vista ou cópia de peça do processo, mediante solicitação dirigida ao relator, segundo os procedimentos previstos neste capítulo, assegurada aos seus advogados a obtenção de vista ou cópia de peça de qualquer processo não sigiloso, desde que demonstrem semelhança de matéria e necessidade atual em face do processo em que estejam atuando*"(g.n.). Considerando que não foi apresentado pelo requerente nenhum documento o constituindo como advogado de parte, proponho o indeferimento do pleito com fulcro no art. 163 do RI/TCU.

7.3 Requisição da Procuradoria da República no Distrito Federal.

191. Finalmente, cumpre salientar a existência do ofício nº 348/2005/PR/DF/BCA. de 08.11.2005, da Procuradoria da República no Distrito Federal, que requer "todos os relatórios de auditoria e representações relacionadas aos trabalhos de auditoria realizados no interesse da CPMI dos Correios, especificamente do Banco do Brasil e do Banco Popular". Assim, visando dar cumprimento ao citado ofício, sugiro o encaminhamento deste relatório, bem como do voto do Exmo. Sr. Ministro-Relator e do acórdão a ser proferido pela Corte de Contas à referida Procuradoria.

8. CONCLUSÃO

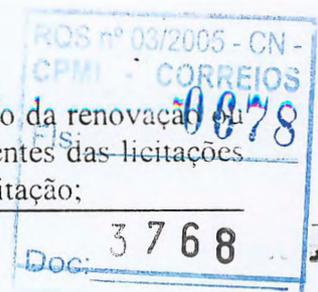
192. A presente auditoria teve por objetivo averiguar as denúncias de irregularidades nas áreas de licitações e contratos de publicidade e propaganda, convênios, consultorias, patrocínios e outras correlatas do conglomerado Banco do Brasil S.A. e do Banco Popular do Brasil.

193. A Equipe de auditoria analisou os processos de licitação nº 99/1131 (8616) e 01/2003 que tinham como objeto a prestação de serviços de publicidade e propaganda. Na análise da execução dos contratos firmados pelo Banco do Brasil com as agências Grottera Comunicação S/C Ltda. Lowe Ltda., DNA Propaganda Ltda, D+ Brasil Comunicação Total S/A e Ogilvy Brasil Comunicação Ltda. para delimitar o escopo dos trabalhos, a equipe de auditoria utilizou-se do critério de materialidade e analisou a execução de dezoito campanhas de publicidade, propaganda e patrocínios. No que concerne ao Banco Popular do Brasil, foi analisado a execução dos contratos firmados com as empresas Gaia Marketing e Participações Ltda, Boanerges Serviços de Informação Ltda. e Biombo Sistemas Ltda..

194. A equipe de auditoria realizou, ainda, visitas a fornecedores situados no estado de São Paulo e no Distrito Federal com o intuito de verificar a existência das empresas, a capacidade de atendimento às demandas do Banco, a existência de notas frias, bem como o pagamento de bonificação de volume às agências por estes fornecedores. Buscou-se, também, verificar nos sistemas CPF e CNPJ eventual existência de relação entre as empresas cotadas e as agência em termos societários que pudesse suscitar dúvidas acerca de favorecimento de grupos empresariais.

195. No transcorrer dos trabalhos foram identificados os seguintes achados de auditoria:

- i. celebração dos contratos provenientes das concorrências nº99/1131(8616) e 01/2003 sem preço determinado conforme cláusula 5ª, item 5.1 dos referidos contratos, em infração ao art. 55, inciso III, da Lei de Licitações e Contratos;
- ii. indeterminação do objeto conforme cláusula 1ª dos referidos contratos;
- iii. possibilidade de as formas de pagamento serem objeto de renegociação, quando da renovação ou prorrogação dos contratos conforme cláusulas 6.5 e 6.6 dos contratos provenientes das licitações nº99 1131(8616) e 01/2003, respectivamente, o que contraria a finalidade da licitação;





- iv. majoração dos gastos com publicidade acima do limite de 25% permitido no art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93;
- v. falta de acompanhamento e supervisão dos processos visando garantir que os mesmos fossem conduzidos de acordo com as leis e regulamentos aplicáveis;
- vi. apropriação indevida de bonificação de volume pelas agências de publicidade em desacordo com os dispositivos dos contratos firmados entre o Banco do Brasil e as agências de publicidade. cujo débito total, comprovado pela equipe, perfaz o montante de R\$ 5.652.414,99 em valores originais. Este achado foi tratado separadamente, nos termos da Comunicação da Presidência deste Tribunal, de 06.07.2005, nas representações 019.032/2005-0; 019.018/2005-0; 019.024/05-8; 019.476/05-6; 019.164/2005-9;
- vii. pagamento indevido de remuneração variável às empresas de consultoria Biombo Sistemas Ltda. e Boanerges Serviços de Informação Ltda pelo Banco Popular do Brasil. Nos termos da Comunicação da Presidência deste Tribunal, de 06.07.2005, este achado foi tratado separadamente na representação TC 019.454/05-9;
- viii. contratação direta da empresa promotora de eventos De Simoni. Foi apurado débito no valor de R\$ 60.860,11 (sessenta mil, oitocentos e sessenta reais e onze centavos) decorrente de pagamento indevido de honorários à agência Ogilvy decorrente de suposta intermediação na contratação da referida promotora. Este achado está sendo apurado em proposta de representação ainda não autuada;
- ix. falhas na organização e formalização dos processos;
- x. ausência nos processos de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom;
- xi. ausência nos processos de aprovação formal do Banco para realização dos serviços;
- xii. pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados;
- xiii. ausência, nos processos, de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência;
- xiv. aprovação de custos mediante apresentação de apenas uma proposta;
- xv. ausência de informações acerca das providências para reparar o problema ocorrido com o "Porta-Retratos Time e Photo" (Soma);
- xvi. ausência de justificativa e discriminação do custos suficientes em caso de impossibilidade de cotação de preços no mercado;
- xvii. justificativa insuficiente para pagamento antecipado à empresa Cobram;
- xviii. contratação direta de promotoras para a realização de eventos;

196. Tendo em vista o tratamento apartado que se deu aos achados dos quais decorriam débitos, foram realizadas propostas nesta auditoria no sentido de reponsabilizar os administradores pela gestão ilícita e antieconômica e contribuir para o aprimoramento da gestão e do controle no âmbito das atividades a cargo da Diretoria de Marketing e Comunicação do Banco do Brasil, principalmente no que tange ao processos para aquisição de serviços perante às agências de publicidade e propaganda.

197. Assim, foi sugerido a audiência dos Srs. Henrique Pizzolato, Renato Luiz Belinetti Naegale, Cláudio de Castro Vasconcelos, Francicero C. Vieira de Araújo, Luciano de Fries, Carlos Alberto Reis Figueiredo, José Humberto Valentino Vieira, Fabrício Gonçalves Costa, Rodrigo Nunes Gurgel, João Daniel da Silva, Roberto Bocorny Messias e Kadiê Rodrigues de Medeiros por participarem de atos ilícitos e antieconômicos na gestão dos recursos destinados à publicidade e propaganda do Banco do Brasil, bem como determinações, quando da análise do mérito, para melhoria nos procedimentos da Diretoria de Marketing e Comunicação do Banco do Brasil.



9. PROPOSTA DE ENCAMINHAMENTO

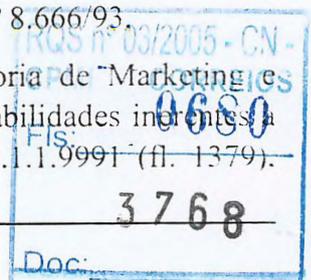
198. Diante do exposto, submetemos os autos à consideração superior, propondo que este Tribunal, preliminarmente, com fulcro no art. 43, inciso II da Lei nº 8.443, de 16.07.1992, realize a audiência dos seguintes gestores para que apresentem as razões de justificativa, em razão das irregularidades abaixo elencadas:

a) Sr. Henrique Pizzolato, CPF. 296.719.659-20:

- a.1) celebração dos contratos provenientes da concorrência nº 01/2003 sem preço determinado conforme cláusula 5ª, item 5.1 dos referidos contratos, em infração ao art. 55, inciso III, da Lei de Licitações e Contratos;
- a.2) celebração dos contratos provenientes da concorrência nº 01/2003 cujos objetos não estão efetivamente determinados conforme cláusula 1ª dos referidos contratos, em infração aos arts. 54 e 55, inciso I, da Lei de Licitações e Contratos;
- a.3) celebração dos contratos provenientes da concorrência nº 01/2003 que estabelecem a possibilidade de as formas de pagamento serem objeto de renegociação, quando da renovação ou prorrogação conforme 6.6 dos contratos, em infração ao arts. 65 e 55, inciso III, e da Lei de Licitações e Contratos;
- a.4) celebração de termo aditivo aos contratos de publicidade decorrentes da concorrência nº 01/2003, em 22.09.2004, no qual consta majoração dos gastos com publicidade e propaganda acima do limite de 25% permitido no art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93.
- a.5) falta de acompanhamento e supervisão dos processos da Diretoria de Marketing e Comunicação durante o período de 17.02.2003 a 15.07.2005, responsabilidades inerentes à função de Diretor de Marketing e Comunicação, conforme LIC 150.1.1.9991 (fl. 1379), visando garantir que os mesmos fossem conduzidos de acordo com as leis e regulamentos aplicáveis.

b) Sr. Renato Luiz Belineti Naegale, CPF. 308.076.621-00:

- b.1) celebração dos contratos provenientes da concorrência nº 99/1131(8616) sem preço determinado conforme cláusula 5ª, item 5.1 dos referidos contratos, em infração ao art. 55, inciso III, da Lei de Licitações e Contratos;
- b.2) celebração dos contratos provenientes da concorrência nº 99/1131(8616) cujos objetos não estão efetivamente determinados conforme cláusula 1ª dos referidos contratos, em infração aos arts. 54 e 55, inciso I, da Lei de Licitações e Contratos;
- b.3) celebração dos contratos provenientes da concorrência nº 99/1131(8616) que estabelecem a possibilidade de as formas de pagamento serem objeto de renegociação, quando da renovação ou prorrogação conforme 6.5 dos contratos, em infração aos arts. 65 e 55, inciso III, da Lei de Licitações e Contratos;
- b.4) celebração de termo aditivo aos contratos de publicidade decorrentes da concorrência nº 99/1131(8616), em 21.03.2001, no qual consta majoração dos gastos com publicidade e propaganda acima do limite de 25% permitido no art. 65, § 1º da Lei nº 8.666/93.
- b.5) falta de acompanhamento e supervisão dos processos da Diretoria de Marketing e Comunicação durante o período de 01.01.2000 a 16.02.2003, responsabilidades inerentes à função de Diretor de Marketing e Comunicação, conforme LIC 150.1.1.9991 (fl. 1379).





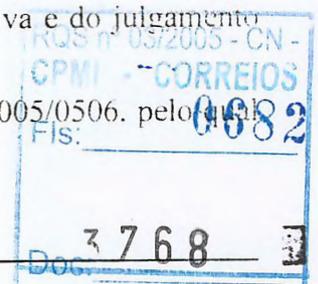
visando garantir que os mesmos fossem conduzidos de acordo com as leis e regulamentos aplicáveis.

- c) Sr. Cláudio de Castro Vasconcelos, CPF. 252.377.641-34:
- c.1) celebração de termo aditivo aos contratos de publicidade decorrentes da concorrência nº 99/1131(8616), em 22.03.2002, no qual consta majoração dos gastos com publicidade e propaganda acima do limite de 25% permitido no art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93.
 - c.2) ausência de acompanhamento e controle dos processos da Gerência-Executiva de Propaganda durante o período de 01.01.2000 a 15.07.2005, responsabilidades inerentes à função de Gerente-Executivo de Propaganda, conforme LIC 161.5.5190.1 (fl. 1348), visando garantir que os mesmos fossem conduzidos de acordo com as leis e regulamentos aplicáveis.
- d) Sr. Francicero Carneiro Vieira de Araújo, CPF. 275.386.051-34, gerente de divisão responsável pela condução de PT e autorização de pagamentos mediante aprovação de EC (fls. 324.332):
- d.1) ausência nos processos PT 2004/0615, PT 2004/2024 e PT 2005/0110, cuja condução era de sua responsabilidade, de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom em desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 04/08/2003, e do art. 67, § 1º, da Lei de Licitações e Contratos;
 - d.2) solicitação à Secom de aprovação das ações publicitárias no âmbito do PT 2004/2331 após o início dessas ações, em flagrante desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003;
 - d.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram previamente e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2004/0615, PT 2004/1319, PT 2004/2331, PT 2005/0251, PT 2004/2024 e PT 2005/0110) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com as agências;
 - d.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito dos PT 2004/0615, PT 2004/2331, PT 2004/1319, PT 2005/0195, 2004/2024 e PT 2005/0110 sem comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
 - d.5) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não houve nos processos, PT 2004/0615, PT 2004/1462 PT 2004/1319, PT 2004/2331, PT 2005/0251, 2004/2024 e PT 2005/0110, análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
 - d.6) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, mesmo na ausência de propostas de preços para a aquisição de produtos nos processos PT 2004/0615, PT 2004/0977 e PT 2005/0110 em afronta ao dispositivo contratual 2.7.4.1 e 2.7.4.2;
 - d.7) recorrente inexistência de registro da data de aprovação no documento Estimativa de Custo, o qual autoriza pagamento, no âmbito dos processos PT 2004/1319, PT 2004/2331, PT 2004/0977 e PT 2005/0251;





- e) Sr. Luciano de Fries, CPF 455.475.720-04, gerente de divisão responsável pela condução de PT e autorização de pagamentos mediante aprovação de EC (fls. 324/332):
- e.1) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2004/1462) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência;
 - e.2) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não há, nos processos, PT 2004/1462 e PT 2005/0251, análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
 - e.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2005/0251) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência;
- f) Sr. Carlos Alberto Reis Figueiredo, CPF. 433.567.457-00:
- f.1) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, mesmo na ausência de propostas de preços para a aquisição de produtos (bolas de vôlei) no processo PT 2004/0667 em afronta ao dispositivo contratual 2.7.4.1 e 2.7.4.2;
 - f.2) omissão ante o recebimento do brinde defeituoso "Porta Retrato Time e Photo". Ausência de qualquer medida para que os brindes fossem trocados ou reparados e nem mesmo para a devolução dos recursos ao Banco do Brasil, conforme preceitua o art. 67, § 1º, da Lei de Licitações e Contratos;
 - f.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2004/1319, PT 2004/2331 e PT 2005/0506) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com as agências;
 - f.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito dos PT 2004 2331 e PT 2005/0506 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
 - f.5) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não há, nos processos, PT 2004/1319 e PT 2004/2331, análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
 - f.6) total ausência de numeração e rubrica das páginas do processo PT 2005/0506, pelo qual era responsável (fls. 324 332), em desrespeito ao art. 38 da Lei 8.666/93





- g) Sr. José Humberto Valentino Vieira, CPF 652.036.156-91, gerente de divisão responsável pela condução de PT e autorização de pagamentos mediante aprovação de EC (fls. 324/332)
- g.1) recorrente inexistência de registro da data de aprovação no documento Estimativa de Custo, o qual autoriza pagamento, no âmbito dos processos PT 2004/1319, 2004/2331;
 - g.2) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco autorizados (PT 2004/1319 e 2004/2331) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência DNA;
 - g.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito dos PT 2004/1319 e 2004/2331 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
 - g.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não há, nos processos, PT 2004/1319 e 2004/2331, análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
- h) Fabrício Gonçalves Costa, CPF 491.889.761-49, gerente de divisão em exercício responsável pela condução de PT e autorização de pagamentos mediante aprovação de EC (fls. 324/332):
- h.1) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2004/1319 e 2004/2331) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência DNA;
 - h.2) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito do PT 2004/2331 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
 - h.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não há, nos processos, PT 2004/1319 e 2004/2331, análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
- i) Sr. Rodrigo Nunes Gurgel, CPF. 033.346.336-67, gerente de divisão responsável pela condução de PT e autorização de pagamentos mediante aprovação de EC (fls. 324/332):
- i.1) recorrente inexistência de registro da data de aprovação no documento Estimativa de Custo, o qual autoriza pagamento, no âmbito do processo PT 2004/2444;
 - i.2) ausência no processo PT 2004/2444, cuja condução era de sua responsabilidade, de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom em desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 04/08/2003, e do art. 67, § 1º, da Lei de Licitações e Contratos;

RGS nº 03/2003 - CN -
CPMI - CORREIOS
0683
3788
Doc:



- i.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2004/2444) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência Ogilvy;
- i.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito do PT 2004/2444 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
- j) Sr. João Daniel da Silva, CPF. 074.645.638- 75:
- j.1) recorrente inexistência de registro da data de aprovação no documento Estimativa de Custo, o qual autoriza pagamento, no âmbito do processo PT 2004/2444;
- j.2) ausência no processo PT 2004/2444, cuja condução era de sua responsabilidade, de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom em desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 04/08/2003, e do art. 67, § 1º, da Lei de Licitações e Contratos;
- j.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2004/2444) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência Ogilvy;
- j.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito do PT 2004/2444 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
- k) Sr. Roberto Bocorny Messias, CPF. 343.047.891-04:
- k.1) de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco autorizados (PT 2004/2331) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência DNA;
- k.2) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco autorizados (PT 2004/2331) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência DNA;
- k.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito do PT 2004/2331 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76;
- k.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não há, no processo, PT 2004/2331, análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
- k.5) ausência no processo PT 2004/2331 de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, mediante a aprovação das EC sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;

POS 02/2005 - CN -
CPM - CORREIOS
Fls. 0684
3768



- l) Sr. Kadiê Rodrigues de Medeiros, CPF. 289.041.761-15, gerente de divisão em exercício responsável pela condução de PT e autorização de pagamentos mediante aprovação de EC (fls. 324/332) :
- 1.1) total ausência de numeração e rubrica das páginas do processo PT 2005/0506 em desrespeito ao art. 38 da Lei 8.666/93;
 - 1.2) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços que não foram prévia e formalmente autorizados pelo Banco (PT 2005/0506) fato que contraria as disposições 2.7.4, 2.7.12 e 12.4 do contrato de publicidade firmado com a agência Ogilvy;
 - 1.3) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços para os quais não há, no processo PT 2005/0506 análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, e, portanto, sem a análise tempestiva dos orçamentos dos fornecedores o que colocou em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e contrariou os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos relacionados no art. 3º da Lei de Licitações e Contratos;
 - 1.4) autorização de pagamento, mediante aprovação de EC, de serviços no âmbito do PT 2005/0506 sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados, em afronta aos dispositivos da Lei de Licitações e Contratos, especialmente os arts 67, 73 e 76:

199. Propomos também que, preliminarmente, que o Tribunal:

- m) determine o encaminhamento de cópia deste relatório à 6ª SECEX para subsidiar a consolidação das auditorias, principalmente com relação aos temas suscitados no item 3 deste relatório em razão do caráter geral do assunto;
- n) determine o encaminhamento de cópia deste relatório à Procuradoria da República no Distrito Federal em atenção ao ofício nº 348/2005/PR/DF/BCA, de 08.11.2005;
- o) indefira a requisição do Sr. Luís Justiniano de Arantes Fernandes, de 14.10.2005, por não estar constituído como advogado de parte como preceitua o art. 163 do Regimento Interno do TCU;
- p) autorize a juntada de cópia deste relatório ao TC 016.986/2005-6 de modo a subsidiar a análise dos contratos de patrocínio objeto daquela representação;
- q) autorize a desapensação do anexo I deste processo e juntada ao TC 016.986/2005-6 de modo a subsidiar a análise dos contratos de patrocínio objeto daquela representação;

200. Propomos, ainda, que na oportunidade da análise do mérito, com fulcro no art. 43, inciso I da Lei nº 8.443, de 16.07.1992, a Corte de Contas determine:

- r) ao Banco do Brasil:
 - r.1) que se abstenha de autorizar pagamento com base em atestes e comprovações de recebimento efetuadas pela agência de propaganda e o faça por meios próprios;
 - r.2) que faça constar de todos os processos da DIMAC os documentos comprobatórios dos atos e fatos que permearam a contratação de serviços de publicidade, propaganda e patrocínios;
 - r.3) que reestruture seus procedimentos de forma que os custos das ações publicitárias sejam submetidos à aprovação prévia e formal da Secom, na forma da legislação em vigor;





- r.4) que discrimine e justifique detalhadamente os preços contratados, quando da contratação de fornecedores exclusivos ou quando não for possível a cotação de preços;
- r.5) que evite a antecipação de pagamento aos fornecedores e nos casos em que esta antecipação seja imprescindível justifique adequadamente os motivos que fundamentam a decisão;
- r.6) que faça constar dos processo, sempre que houver contratação de algum produto exclusivo, justificativa detalhada do motivo/necessidade dessa contratação;
- r.7) que faça constar em todos os processos da área de publicidade, propaganda e demais áreas de competência da Diretoria de Marketing e Comunicação – Dimac todas as autorizações emitidas pela Secom e previstas no art. 8º do Decreto nº 4.799/2003, as quais deverão ser formais;
- r.8) que aprove rotinas que garantam o fiel cumprimento do disposto no art. 38 da Lei nº 8.666/93, inclusive nos PT, e as fiscalize,
- r.9) que os procedimentos licitatórios para contratação de serviços publicitários sejam realizados no sentido de contratar uma única agência para a consecução de um objeto determinado
- r.10) que tome as medidas necessárias para que obtenha o ressarcimento da compra ou os "Porta-Retratos Time e Photo" em perfeitas condições de uso conforme item 4.4.7 deste relatório;

2ª SECEX/2ª DT, em 16 de dezembro de 2005.

Antonio Renato Antunes
ACE – Mat. 5658-8
(Coordenador)

Antônio de Pádua Pinto Júnior
ACE – Mat. 5618-9

Clodomir Lobo Teixeira
ACE – Mat. 5716-9

Guilherme Yadoya de Souza
ACE – Mat. 5641-3

Ricardo Alekmin Herrmann
ACE – Mat. 5671-5

Sander Oliveira de Freitas
ACE – 5058-0





A N E X O - A

1 ACHADOS DE AUDITORIA RELACIONADOS A PUBLICIDADE E PROPAGANDA

1.1 PT 2004/0615 e PT 2004/1462

2. O PT 2004/0615 trata da campanha publicitária “Valores” (Produção), desenvolvida pela agência D+ Brasil. O orçamento de R\$ 1.341.519,13 foi executado na sua totalidade (fls. 2553 e 2622). Para a realização da campanha, foram efetuadas, entre outras, contratações para produção de filmes, trilhas sonoras, fotos e outdoors.

3. Já o PT 2004/1462 trata da divulgação interna da mesma campanha “Valores”, que também foi desenvolvida pela agência D+ Brasil. Do orçamento inicial de R\$ 999.969,48 (fls. 2631) foi executado o valor de R\$ 987.065,73 (fls. 2625) para a distribuição de kit promocional a todos os funcionários do Banco.

1.1.1 Achado 1: ausência no processo de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.

4. Da análise dos procedimentos para a aprovação dos custos pela Secom, identificou-se que a aprovação ocorria informalmente, por meio de *e-mail*, conforme registro das mensagens trocadas entre o Banco e aquela Secretaria (fls. 2555, 2561/2563, 2570, 2575/2576, 2581, 2627/2628).

5. Quanto à ação publicitária propriamente dita, formalizada na Planilha de Ações e Divulgação do PT 2004/1462 (fls. 2631), verificamos que foi aprovada no dia 09/06/2004, quase dois meses após a sua emissão, em 14/04/2004, e a planilha do PT 2004/0615 (fls. 2622) foi aprovada formalmente apenas no dia 24/02/2005, quase um ano após sua emissão, que ocorreu no dia 03/03/2004, momento em que restavam apenas dois pagamentos correspondentes a 5,05% do valor total dispendido.

Análise

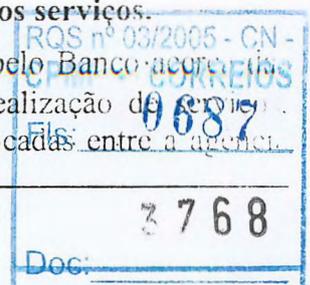
6. De acordo com os arts. 8º, inc. III, e 2º, inc. III, do Decreto n.º 4.799, de 04/08/2003, as ações publicitárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, do planejamento à execução, devem ser submetidas à prévia aprovação da Secom. Portanto, a ausência de aprovação formal dos custos e a aprovação *a posteriori* da campanha publicitária, aqui constatadas, ferem os dispositivos do referido Decreto.

7. Embora encaminhados e aprovados informalmente – por *e-mail* –, os custos dos serviços foram, na maior parte dos casos, submetidos à apreciação prévia da Secom.

8. Quanto a aprovação da Secom após o início das ações publicitárias, diante da materialidade dos recursos envolvidos na campanha e do flagrante desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 04/08/2003, cabe a realização de **audiência** do Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divulgação, responsável pela solicitação da aprovação da Secom.

1.1.2 Achado 2: ausência no processo de aprovação formal para realização dos serviços.

9. Nos PT 2004/0615 e 2004/1462, os registros sobre a avaliação promovida pelo Banco acerca das cotações de preços apresentadas pela agência, para fins de aprovação para realização dos serviços, quando existentes, consistiram de cópias de mensagens eletrônicas (*e-mails*) trocadas entre a agência D+ Brasil e funcionários daquela instituição.





10. Por meio de um prática generalizada e comumente adotada, o Banco prescindiu da devida formalização da aprovação das propostas, limitando-se a anexar cópias de *e-mails* ao processo, conforme exemplificado por documentos trazidos a estes autos (fls. 2555, 2561/2563, 2567/2568, 2570, 2582, 2575/2576, 2581/2582, 2588, 2591, 2618). Ademais, há autorização formal emitida pelo Banco apenas para a realização dos serviços de produção de filmes, trilhas e fotos no PT 2004/0615. (fls. 2583 e 2590)
11. Em relação a alguns serviços, não foi verificado sequer o registro, por *e-mail*, da submissão das propostas à avaliação do Banco antes da execução dos serviços.

Análise

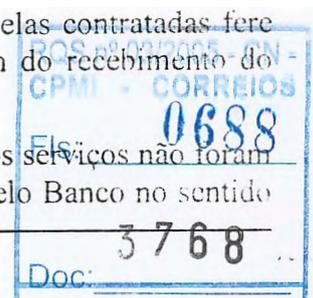
12. A informalidade nos procedimentos adotados pelo Banco contraria disposições do contrato de publicidade firmado com a agência (fls.178/202), pois, de acordo com as cláusulas 2.7.4, 2.7.12 e 12.4, a contratada poderia executar os serviços somente após aprovação formal do Banco.
13. Cabe destacar que em resposta a questionamento da equipe de auditoria por meio do ofício nº 915/2005-38, o Banco afirma que "*A Estimativa de Custo nada mais é do que uma autorização de pagamento.*" (fls. 1546). Dessa forma, a entidade confirmou que a aprovação da estimativa de custo - EC era posterior à realização dos serviços contratados, de forma a atestar a prestação desses e respaldar os pagamentos subsequentes, não sendo utilizada como aprovação para realização de serviços.
14. Tendo em vista que pagamentos de serviços foram efetuados sem que houvesse aprovação formal do Banco para a execução dos serviços, entende-se pertinente a audiência dos gestores que autorizaram os pagamentos, mediante a aprovação das EC: no PT 2004/0615, Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão (fls. 2593, 2594, 2598, 2613 e 2621) e, no PT 2004/1462, Sr. Francícero C. Vieira de Araújo e Luciano de Fries, Gerentes de Divisão (fls. 2634, 2640/2641 e 2647).

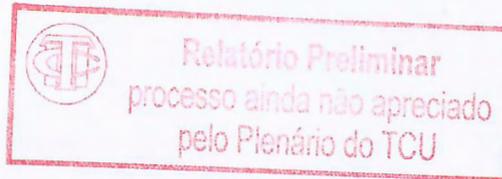
1.1.3 Achado 3: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados.

15. Constatou-se que os serviços contratados pelas agências não foram atestados pelo Banco, não havendo no PT 2004/0615 documentos que demonstrem que os serviços foram realmente executados.
16. Acerca disso, em resposta aos ofícios de requisição nº 43 e 44, de 24/10/2005, o Banco afirmou que "*desde a Ordem de Serviço 11/2004, de 11.02.2004, provocada pela recomendação da Auditoria Interna constante do relatório concluído no final de 2003, o controle de comprovação do recebimento dos produtos serviços entregues/prestados por empresas contratadas vem passando por processo de continuo aprimoramento dos procedimentos adotados na condução de projetos na empresa.*" (fls.1674). No entanto, nenhum comprovante foi apresentado.

Análise

17. A ausência de comprovação, pelo Banco, da regular execução dos serviços pelas contratadas fere dispositivos da Lei de Licitações, especialmente os arts 67, 73 e 76, que tratam do recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.
18. A partir dos esclarecimentos prestados pelos gestores, restou confirmado que os serviços não foram atestados pelo Banco. Isso demonstra a fragilidade dos procedimentos adotados pelo Banco no sentido





de certificar-se de que os serviços contratados foram devidamente executados.

19. Considerando que a aprovação da EC, que autoriza o pagamento, deveria decorrer da certificação da realização dos serviços para, assim, respaldar a efetivação dos pagamentos, aqueles que aprovaram as EC, sem que os serviços tivessem sido devidamente comprovados pelo Banco, deverão, por tal irregularidade, ser chamados em **audiência** para apresentar suas razões de justificativas.

20. Em relação aos serviços contratados no âmbito do PT 2004/0615, as EC foram aprovadas pelo Sr. Francicero C. Vieira de Araújo (fls. 2593, 2594, 2598, 2613 e 2621).

1.1.4 Achado 4: ausência, no processo, de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência.

21. Por imposição do item 2.7.4 do contrato, as agências devem apresentar três propostas com fornecedores distintos, dentre as quais é escolhida a mais vantajosa para o Banco. A fragilidade de tal procedimento, que não prevê pesquisas nem confirmações da compatibilidade dos preços junto a fornecedores por parte dos funcionários do Banco, não garante que as cotações realizadas pelas agências sejam as mais vantajosas para o Banco.

22. Os gestores do Banco informaram que realizam o procedimento usual de cotação de preços previsto no contrato (ver item 21), que a partir de meados deste ano passaram a comparar as ofertas de preços com as bases históricas constantes de seu banco de dados, que a realização de toda e qualquer ação de comunicação deve ser submetida à prévia aprovação da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica-SECOM/PR, por força do Decreto nº 4.799/2003, e que essas práticas garantem o integral respeito às condições contratuais e permitem optar pela proposta mais vantajosa para o Banco *"(...)seja em termos de preço, seja em termos de qualidade, prazo, eficiência ou qualquer outro critério adotado, (...)"*.(fls.1503/1504)

23. Prova da total falta de zelo na condução das análises das propostas dos fornecedores e descontrole por parte do Banco é a resposta encaminhada pelo Banco sobre o significado da expressão *"Ajustar a EC da produção do filme Valores: datas (anterior ao recebimento do filme para veiculação 31/05), discriminação correta e todos os orçamentos com carimbos de CGC e assinaturas;"* mencionada no relatório da reunião do dia 09/06/2004 (fl. 2619):

"O ajuste a que se refere esta questão é que a EC (autorização de pagamento) provavelmente tenha vindo com inconsistências nas especificações, sem carimbo do CGC dos fornecedores e ausência de assinatura por parte da Agência de propaganda nos orçamentos, o que inviabilizaria a autorização do pagamento. Foi solicitada prontamente a correção dessas inconsistências. Lembrando que a autorização do pagamento se deu no dia 04/06/2006. O motivo do registro deste fato na reunião de 09/10, deveu-se ao fato de mera formalização." (fls. 1546 1547)

24. Dessa forma fica demonstrado que somente no momento do pagamento as propostas eram submetidas a alguma análise. Análise essa que, por ser intempestiva, não poderia sanar quaisquer vícios existentes.

25. E mesmo reconhecendo que a documentação apresentada encontrava-se eivada de inconsistências o pagamento foi autorizado, demonstrando um total descomprometimento com o controle e com os princípios que devem nortear a Administração Pública.

26. Verificou-se, ainda, que a produção de fotos, embora tenha sido autorizada formalmente no dia 08/05/2004 (fls. 2590) já havia sido autorizada informalmente, pois em reunião do dia 04/05/2004 as





fotos já estavam prontas (fls. 2584/2586).

27. Mesmo tendo sido reprovados os custos pela Secom (fls.2587), a produção das fotos foi autorizada na expectativa de uma negociação futura, conforme desmonstra a resposta do Banco (fls. 1547):

“A aprovação dos custos das fotos se deu no dia 07/05/2005.

Em virtude do lançamento da campanha estar previsto para meados de maio, e verificando que os custos de produção destas fotos, na época em poder da SECOM, necessitavam de uma negociação apenas no clique do fotógrafo, a produção das fotos foi autorizada verbalmente pela Gerência de Propaganda, visando termos prazo para a produção das peças em tempo hábil.”

28. Dessa forma, fica demonstrado o conhecimento por parte dos servidores do Banco de que os custos apresentados pela agência comportavam abatimentos, uma vez que a autorização foi emitida antes mesmo da formalização da negociação no preço.

29. Entre as propostas apresentadas pelas empresas que concorreram à contratação dos serviços, foram identificados vícios que comprometem a confiabilidade das cotações realizadas pela agência D+ Brasil.

30. Da análise dos PT 2004/0615 e 2004/1462, essa situação foi evidenciada a partir da constatação das seguintes ocorrências:

- a) aprovação informal da produtora Black Box Prod. Fotogr. Ltda sem a aprovação da Secom (fls. 1547, item 7);
- b) aprovação informal da produtora Mais Filmes Ltda e Voicez Empreendimentos Musicais Ltda sem a aprovação da Secom (fls. 1547, item 2);
- c) cotação de preços realizada a partir de propostas com diferentes condições de pagamentos (fls. 2598, 2613);
- d) ausência, no processo, das planilhas que seriam as reais estimativas de custos para aquisição dos serviços e produtos.

Análise

31. A inexistência de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, dando ensejo, por exemplo, às ocorrências acima relatadas, revelou a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência. Com sua omissão, os gestores colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações

32. Conforme já explicado neste relatório, a aprovação, pelo Banco, da proposta vencedora ocorria de modo informal, por meio de e-mail ou até mesmo por telefone (fls. 1546, item 5).

33. Assim sendo, a aprovação formal das cotações apresentadas pela agência e, por conseguinte, da proposta vencedora dava-se, de fato, no mesmo momento da autorização de pagamento, com a aprovação da EC, mesmo ocorrendo em data posterior à conclusão dos serviços.

34. Cabe, portanto, em razão dessas ocorrências, a **audiência** dos gestores que formalizaram a aceitação das cotações mediante a aprovação das EC sem a análise tempestiva dos orçamentos dos



fornecedores: no PT 2004/0615, Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão (fls. 2593, 2594, 2598, 2613 e 2621) e, no PT 2004/1462, Sr. Francícero C. Vieira de Araújo e Luciano de Fries, Gerentes de Divisão (fls. 2634, 2640/2641 e 2647).

1.1.5 Achado 5: ausência de propostas de preços para a aquisição de produtos.

35. Consta no PT 2004/0615 que o Banco contratou pesquisa de pré-teste das ações de comunicação com seus funcionários sem a apresentação das três propostas baseada em argumentos sem sustentação técnica ou operacional.

36. Acerca disso, o Banco afirmou que *“Como já havia sido contratado o IBOPE Solution para a pesquisa anterior, e visando manter um padrão metodológico coerente, dissipando assim qualquer distorção no resultado entre duas pesquisas, foi sugerido pela agência Calia, que o complemento da pesquisa anterior fosse realizado pelo mesmo instituto.”* (fls. 1546, item 5).

Análise

37. Com relação a justificativa para a contratação sem apresentação de três propostas, verifica-se que ela não se sustenta, uma vez que a metodologia adotada na primeira pesquisa poderia ser utilizada na nova pesquisa por uma empresa distinta, sem qualquer comprometimento dos resultados.

38. Cabe, portanto, em razão dessa ocorrência, a **audiência** do Gerente de Divisão, Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, que formalizou a aceitação das cotações mediante a aprovação da Ec (fls. 2593).

1.2 PT 2004/0667 (OGILVY): MATERIAL DE RELACIONAMENTO - BRINDES 04/05

39. Este processo refere-se a aquisição de material de relacionamento (brindes) para utilização no período de 2004/2005 (final de ano de 2004 e decorrer do ano de 2005).

40. Em 2002/2003 os gastos com material de relacionamento foram da ordem de R\$ 6.912.881,70 e nesta ação de marketing, para o período 2004/2005, foram de R\$ 7.216.650,00.

41. Foram convocadas as três agências para que apresentassem propostas de brindes, tendo sido escolhida a agência Ogilvy. Diversos brindes foram reputados como exclusivos, logo, diversas aquisições prescindiram de cotações de preços.

1.2.1 Achado 1: ausência de propostas de preços para a aquisição de produtos

42. Foram adquiridas 2.000 (duas mil) bolas de vôlei da empresa Art Shop Brasil Comercial ao custo unitário de R\$ 15 (quinze reais) sem que houvesse a apresentação de três orçamentos pela agência, contrariando o disposto na cláusula segunda, item 2.7.4 do contrato firmado com a agência Ogilvy (fls. 2.467-2.477)

43. Questionado acerca da ausência de três propostas (fls. 1513/1514), o gestor respondeu o que segue:

“Não foram cotados três fornecedores conforme justificativa da agência Ogilvy em nosso poder (cópia anexa)” (fl. 2.462)



44. A justificativa da agência encontra-se nestes termos:

“Dentre os trinta itens que eram dispensados de cotação pelo fato de serem exclusivos, cometeu-se uma falha no processo: não foi feita a cotação com três fornecedores para o fornecimento das bolas. Estamos seguros, no entanto, que a falha não provocou nenhum prejuízo ao Banco, como pode ser observado nos orçamentos que estamos encaminhando em anexo e cuja média de preço unitário está em torno de R\$ 25,00 quase um ano depois.” (fl. 2463)

45. A agência anexou, ainda, três orçamentos para o fornecimento de bolas de vôlei nos seguintes valores unitários: R\$ 33, R\$ 40 e R\$ 38,60 (fls. 2.464/2.2467) Causa estranheza que pelos orçamentos anexados pela agência não se possa chegar ao preço médio de R\$ 25 que a mesma alegou que ser a média de preço quase um ano depois.

Análise

46. A ausência das propostas de preço para a aquisição das bolas de vôlei, ainda que não tenha, conforme os orçamentos trazidos pela agência, provocado prejuízo ao Banco, demonstra certa falta de controle do gestor sobre as contratações efetuadas pela agência. Ainda que os valores envolvidos na aquisição ora analisada não sejam significativos frente ao valor global da ação de marketing, evidenciam descontrole administrativo do Banco perante a atuação da agência, caracterizando excessiva liberdade da agência perante o Banco.

47. Portanto, dada a irregularidade, entendemos que deve ser chamado em audiência o Gerente de Divisão, Carlos Alberto Reis Figueiredo, que autorizou o pagamento sem que houvessem sido apresentadas três propostas de preço para a aquisição das bolas de vôlei (fl. 2477).

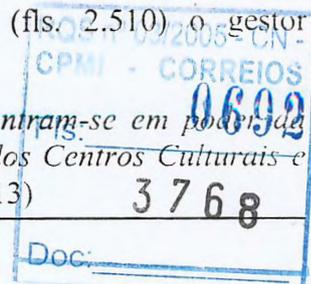
1.2.2 Achado 2: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados. Atestes de produtos e serviços efetuados pela própria agência, amparando, inclusive, autorizações de pagamentos aos fornecedores.

48. Em inúmeros casos a própria agência, ou ainda a promotora de eventos a ela vinculada, atesta o recebimento de produtos entregues pelos contratados, e com base nesses atestes o gestor acaba por autorizar a liberação do pagamento aos fornecedores (fls. 2.505/2.509).

49. Apenas para exemplificar a fragilidade de tal procedimento, relatamos o ocorrido em visita desta Equipe à empresa Kriativa Gráfica e Editora Ltda., situada no Estado de São Paulo, onde foi constatado que diversas caixas para acondicionamento de livros encomendadas pelo Banco e que já haviam sido pagas encontravam-se ainda no depósito da mesma à espera do Banco retirá-las, e, mesmo assim, a agência havia atestado o recebimento (fls. 2.514/2.516).

50. Questionado em relação ao comprovante de recebimento das caixas (fls. 2.510) o gestor manifestou-se:

“As embalagens promocionais para livro pequeno e livro grande encontram-se em poder da Gerel-SP e servem para acondicionar livros e catálogos de exposições dos Centros Culturais e que o Banco opte em utilizá-los com material de relacionamento.” (fl. 2.513)





51. Já questionado sobre a prática de autorizar pagamentos com base em atestes de recebimento efetuados pela própria agência (fls. 1513/1514), o gestor respondeu:

“Esse documento foi encaminhado pela agência após o recebimento das cópias das Notas Fiscais dos fornecedores entregues na Gerel/SP (...).” (fls. 2.462)

Análise

52. Com relação as caixas, o gestor afirma que elas estão em poder da Gerência Regional de Logística de São Paulo - Gerel/SP, local em que normalmente são entregues os produtos adquirido pelo Banco, todavia, conforme dito anteriormente, em visita à gráfica contratada, constatamos que as caixas ainda estavam no depósito, conforme pode ser verificado pela fotos tiradas no local (fls. 3.347/3.350). Considerando que o prejuízo ao Banco não se materializou, mas tão somente a possibilidade de prejuízo, propomos a audiência do Gerente de Divisão em exercício, Sr. Kadiê Rodrigues de Medeiros, que autorizou o pagamento com base no ateste dado pela agência (fl. 2.526).

53. Com relação aos demais atestes de produtos feitos pela agência, não vislumbramos maiores irregularidades. Em grande parte tratavam-se de atestes “intermediários”, explique-se, os brindes deveriam ser, em alguns casos, embalados em caixas confeccionadas por fornecedores distintos daqueles que haviam produzido o brinde, portanto, o que a agência atestava era o recebimento da embalagens em bom estado e entregava-as no fornecedor do brinde propriamente dito para que fosse feito o acondicionamento dentro das embalagens.

54. Ainda assim, propomos que, quando da análise do mérito, seja dirigida determinação ao Banco do Brasil para que se abstenha de autorizar pagamento com base em atestes e comprovações de recebimento efetuadas pela agência de propaganda.

1.2.3 Achado 3: Ausência de informações acerca das providências para reparar o problema ocorrido com o “Porta Retrato Time e Photo (Soma)”

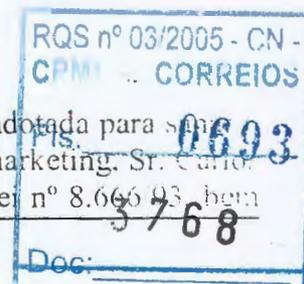
55. Constam informações de que os Portas Retratos Time & Photo (Soma) não funcionavam adequadamente e não seriam utilizados como material de relacionamento (fls. 2.527/2.532), todavia os mesmos foram pagos pelo Banco e não constam informações sobre a solução do problema com o brinde. O Banco do Brasil adquiriu 3.300 (três mil e trezentas unidades) ao custo total de R\$ 176.583,00 (fls. 2.533,2541,2548/2551).

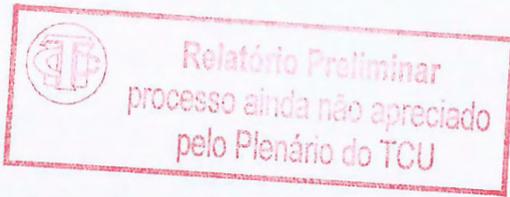
56. Questionado sobre as medidas adotadas para sanar o problema (1513/1514), o gestor manifestou-se:

“As providências adotadas foi o recolhimento de parte dos objetos danificados pela Diretoria de Governo e levantamento de peças com defeito já distribuídas pelo país e que ainda não foi concluído. O material com defeito foi entregue para guarda da Diretoria de Governo.” (fl. 2462)

Análise

57. A resposta do gestor não ilide a irregularidade. Nenhuma medida concreta foi adotada para sanar o problema. Propomos a audiência do Gerente de Divisão responsável pela ação de marketing, Sr. Carlos Alberto Reis Figueiredo (fl. 2547) em razão do desrespeito ao §1º do art 67 da Lei nº 8.666/93, bem





como determinação à DIMAC para que tome as medidas necessárias para que obtenha o ressarcimento da compra ou os produtos em perfeitas condições de uso.

1.3 PT 2004/0976

58. Trata de produção e veiculação da campanha publicitária “Atacado”, desenvolvida pela agência Ogilvy Brasil Comunicação Ltda. Foi executado o montante de R\$ 1.343.995,00, conforme se verifica na planilha anexa extraída do sistema Sismark (fl. 1780). Foram efetuadas, entre outras, contratações para produção de filmes, sessão de fotos, trilhas, serviços gráficos e veiculação em redes de tv.

1.3.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

59. Da análise do protocolo, verifica-se que houve pagamento de “weather day”, conforme Estimativa de custo de nº 36.845/14 (fl. 1859). Segundo o Banco, o custo referente ao “weather day” decorreu de atraso no cronograma de execução de filme causado por tempo chuvoso. O Banco esclarece que tal informação consta de registro no sistema Sismark (fl. 964).

Análise

60. Quanto ao pagamento de “weather day”, em que pese a justificativa apresentada pela Instituição, entendemos que a falta de comprovação desses fatos no processo, que implicaram custo extra de R\$ 54.500,00, perfaz falha formal nos termos do art. 38, XII Lei nº 8.666/93 e impede a comprovação dos fatos relatados.

61. Ante a constatação, cabe determinar ao Banco do Brasil que faça constar de todos os processos da DIMAC os documentos comprobatórios dos atos e fatos que permearam a contratação de serviços de publicidade, propaganda e patrocínios.

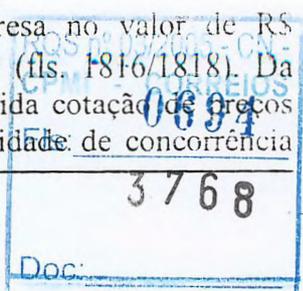
1.3.2 Achado 2: aprovação de custos mediante apresentação de apenas uma proposta.

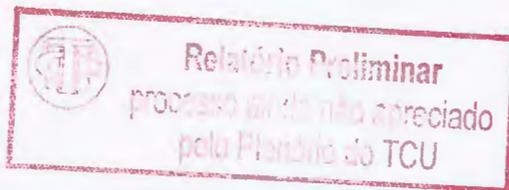
62. A análise da Estimativa de Custos nº 08100964 (fl. 1813) não apresenta, conforme determina a cláusula 2.7.4.1 do contrato firmado com a agência de publicidade (fl. 206), a cotação de preços com, no mínimo, três propostas, sob a alegação de se tratar de complemento de trabalho anteriormente contratado junto a empresa Radar Cinema.

63. Segundo informação do Banco, “a subcontratação da empresa se deu devido a negociação desenvolvida num pacote dentro do projeto “BB no Brasil e no Mundo” (PT 2004/2024) possibilitando ganho em volume de escala” (fl. 964).

Análise

64. Em que pese as alegações do banco acerca dos ganhos de escala, não há nenhum registro no processo que demonstre a vantagem auferida pela instituição. Observamos que no PT 2004/2024, objeto desta auditoria, há proposta para realização de filmes com a empresa no valor de R\$ 3.820.000,00, sendo executado no referido processo somente 50% do serviço (fls. 1816/1818). Da análise do PT 2004/2024, verificamos que lá também não foi realizada a exigida cotação de preços (item 1.10.5 deste anexo), de modo que em momento algum houve a possibilidade de concorrência





entre empresas visando auferir o menor custo para o Banco, afrontando o princípio da impessoabilidade na gestão do patrimônio público.

65. Assim, verificamos que as alegações do Banco não elidem a ausência de prévia apresentação de cotações visando buscar a proposta mais vantajosa para a instituição, nem a ausência de formalização dos autos de forma a demonstrar que a contratação refere-se à proposta apresentada noutro processo e que a referida negociação trouxe ganhos de escala para a instituição. Resta, portanto, chamar em audiência Sr. Francícero C. Vieira de Araújo em razão da autorização de pagamento de serviços realizados sem o cumprimento do disposto no item 2.7.4.1 do contrato firmado entre o Banco e a agência Ogilvy, bem como repetir a sugestão de determinação do parágrafo 60 acima.

1.4 PT 2004/0977

66. O PT 2004/0977 trata de produção e veiculação da "Campanha Soluções 2004 – Pilar Pessoa Física", desenvolvida pelas agências D+ Brasil e DNA. Foi executado o montante de R\$ 2.016.594,01, conforme se verifica na planilha anexa extraída do sistema Sismark (fls. 2111/2112). Foram efetuadas, entre outras, contratações para produção de filmes, sessão de fotos, trilhas e serviços gráficos.

1.4.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

67. A partir da análise do PT 2004/0977, constatou-se que as EC não apresentavam a data de sua aprovação (fls. 2113, 2121, 2125, 2136, 2147, 2149, 2150, 2164, 2168, 2169, 2173, 2180, 2197, 2206, 2210, 2218 e 2226).

68. Segundo o Banco (fl. 963), além de não constar das EC a data de aprovação, "*o documento Estimativa de Custo – EC é utilizado como-liberação/aprovação de pagamento, portanto, a data registrada junto a assinatura do assessor responsável e/ou gerente de divisão é referente à liberação de pagamento. Para a aprovação da realização do evento/produção são utilizadas outras formas: correspondência, e-mail, aprovação na planilha de orçamento negociada entre outras*".

Análise

69. Primeiramente destacamos que segundo relato sintético dos principais procedimentos da Gerência de Propaganda, (fls. 324/332) a competência para aprovar pagamentos é do Gerente de Divisão (fl. 329) e, portanto, a data eventualmente registrada junto a assinatura do assessor, pelo próprio assessor, não é a data autorização de pagamento.

70. A falta da data de aprovação nas EC poderia ser considerada uma falha de caráter formal, se identificada em casos isolados. Destaca-se, no entanto, que o fato de tal constatação ter sido frequente em diversos documentos analisados caracteriza a falta de zelo do gestor na condução e formalização dos atos que compõem o processo, dificultando o controle e tornando obscura a execução do contrato em afronta ao art. 38, XII da Lei 8.666/93.

71. Assim, torna-se necessário chamar em audiência o Sr. Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, gerente de divisão responsável pela autorização de pagamento via aprovação das EC, em razão da frequente ausência de data de aprovação nas Estimativas de Custo.





1.5 PT 2004/1319 e 2004/2331

72. O PT 2004/1319 trata da campanha publicitária de lançamento do Banco Popular do Brasil, desenvolvida pela agência DNA e veiculada no período de 05.04.2004 a 31.12.2004. Do orçamento de R\$5.000.000,00, foi executado o montante de R\$ 4.940.469,00 (fls. 2839/2840). Para a realização da campanha, foram efetuadas, entre outras, contratações para produção de filmes e *jingles*, impressão de volantes, cartazes, manuais e *outdoors*, geração de imagens e confecção de camisetas e bonés (fls. 2871/2874).

73. O PT 2004/2331 contempla as ações de carro de som e panfletagem realizadas no âmbito da campanha de lançamento do Banco Popular do Brasil. Para implementação dessas ações, realizadas em todas as capitais e em algumas cidades do interior do estado de São Paulo, aplicou-se o total de R\$ 4.522.375,72 (fls. 3111/3114). A agência DNA contratou a empresa Prommo7 Comunicações S/C Ltda. para execução das ações em todas as cidades, tendo esta subcontratado outras empresas para que, sob sua supervisão, executassem os serviços de carro de som e panfletagem.

1.5.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

74. A partir da análise dos PT 2004/1319 e 2004/2331, foram identificados alguns documentos sem a devida numeração e rubrica das folhas (fls. 2898/2932 e fls. 3118/3119, respectivamente) e diversas Estimativas de Custo (EC) sem a data de aprovação (fls. 2933, 2946, 2968, 2996, 3003, 3009, 3024, 3032, 3039, 3045, 3051, 3060 e 3068 e fls. 3120, 3125, 3130, 3135, 3140, 3145, 3150, 3155, 3161, respectivamente).

75. A unidade reconheceu as falhas quanto à falta de numeração e rubrica das folhas. Acerca das ocorrências no PT 2004/1319, informou que, como rotina, os documentos não relacionados na ficha de acompanhamento – espécie de sumário dos documentos do PT – são incluídos como anexos do processo (fl. 2760). Quanto ao PT 2004/2331, afirmou que, em decorrência de seguidas alterações do responsável pelo processo, um dos documentos deixou de ser rubricado e numerado, mas que já teria sido providenciada a correção das falhas identificadas (fl. 2772).

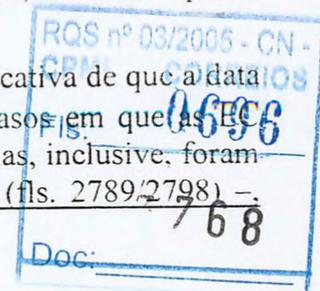
76. Quanto a ausência da data de aprovação, a instituição reconheceu que tal procedimento não foi observado pelo assessor ou gerente de divisão responsável pelo PT 2004/1319 (fl. 2760). Todavia, acerca da mesma constatação no PT 2004.2331, foi informado que a data de conferência do assessor é a data de aprovação da EC (fl. 2772).

Análise

77. Essas ocorrências constituem desrespeito ao art. 22 da Lei n.º 9.784/1999, especialmente aos seus §§ 1º e 4º, bem como ao art. 38 da Lei 8.666/93.

78. A ausência de numeração e rubrica das folhas, cuja ocorrência limitou-se a poucos documentos, alguns organizados na forma de anexos, pode receber o caráter de falha formal, cabendo apenas **determinação** à unidade.

79. Quanto à inexistência de data de aprovação nas EC, não deve prosperar a justificativa de que a data de conferência do assessor corresponde à data de aprovação da EC. Nos raros casos em que as EC trazem a data de aprovação de um dos gerentes de divisão (fls. 3226/3276) – algumas, inclusive, foram apresentadas pelo próprio Banco em resposta ao ofício de requisição da equipe (fls. 2789/2798) –





constatou-se que a data de aprovação do gerente de divisão é distinta da data de conferência do assessor (fls. 3226/3276). Ademais, há EC em que não consta sequer a data de conferência do assessor (3281/3335).

80. Seria possível atribuir a tal ocorrência, se analisada isoladamente, o caráter de falha formal. No entanto, a frequência em que essa foi identificada ao longo da análise do processo enseja a responsabilização dos gestores incumbidos da apreciação e aprovação das EC.

81. A insistência em não registrar a data de aprovação das EC caracteriza a falta de zelo dos gestores na condução e formalização dos atos que compõem o processo, dificultando o controle da execução do contrato e a identificação de possíveis irregularidades.

82. Se, hipoteticamente, em vez da constatação da ausência das datas de aprovação, restasse comprovado, a partir das datas de aprovação que deveriam ter sido inseridas pelos gestores, que todas as EC anexadas a estes autos foram apreciadas somente após a realização dos serviços ou dos pagamentos, tal comprovação, com certeza, motivaria a atuação disciplinar enérgica deste Tribunal. Assim sendo, a frequente ausência da data de aprovação não pode exigir outra atitude do TCU, que não, a audiência dos responsáveis.

83. Nesse sentido, cabe propor a **audiência** dos Srs. Francícero C. Vieira de Araújo e José Humberto Valentino Vieira, Gerentes de Divisão e responsáveis pela aprovação das EC constantes do PT 2004/1319 (fls. 2933, 2946, 2968, 2996, 3009, 3024, 3032, 3039, 3045, 3051, 3060 e 3068) e do PT 2004/2331 (fls. 3120, 3125, 3130, 3135, 3140, 3145, 3150, 3155, 3161), pela recorrente inexistência de registro da data de aprovação.

84. Vale ressaltar que, embora haja, em algumas EC, a assinatura de outros Gerentes de Divisão sem o registro da data, a audiência proposta ficou restrita aos Srs. Francícero e José Humberto pela frequência com que faltaram com a devida formalização dos autos, ficando caracterizado o repreensível descaso na condução dos atos sob sua responsabilidade.

1.5.2 Achado 2: ausência no processo de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.

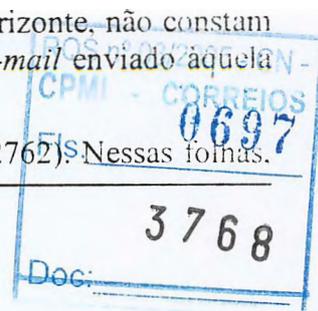
85. Da análise dos procedimentos para a aprovação dos custos pela Secom, identificou-se que a aprovação ocorria de maneira informal, por meio de *e-mail*, conforme registro das mensagens trocadas entre o Banco e aquela Secretaria (fls. 2976/2988 e 3017/3020, por exemplo).

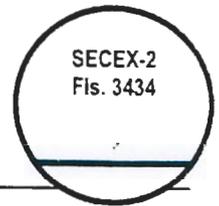
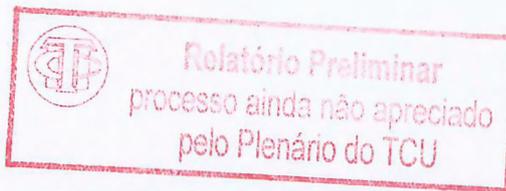
86. A partir da análise do PT 2004/1319, não foi verificada sequer a aprovação informal, pela Secom, dos custos dos serviços de criação da identidade corporativa e manual de marca do Banco Popular do Brasil, realizado pela empresa Studio Vero (fls. 3068/3085), e de impressão de volantes, contratado junto à Gráfica e Editora Brasil Ltda. (fls. 2996/3002).

87. Segundo o Banco (fls. 2760 e 2761), os custos dos referidos serviços foram apreciados pela Secom e a aprovação consta do PT, na relação de peças aprovadas na Planilha de Ações e Divulgação (fl. 2873). No entanto, conforme será relatado, essa planilha foi aprovada pela Secom após a veiculação da campanha.

88. No caso da produção de *backbus* (traseira de ônibus) para a praça de Belo Horizonte, não constam do PT os custos de produção comunicados à Secom, embora conste a cópia do *e-mail* enviado àquela Secretaria em que se faz referência à planilha de custos (fls. 2976 e 2977).

89. O Banco informou que os custos encontram-se nas fls. 683 e 684 do PT (fl. 2762). Nessas folhas,





no entanto, estão as planilhas de custos de produção de volantes, e não de produção de *backbus* (fls. 2980 e 2981).

90. No mesmo PT, houve situações em que a aprovação se deu com base em quantidade distinta da quantidade realmente adquirida, a exemplo da impressão de 20.000.000 de volantes pela Editora Gráfica Ipiranga Ltda. (fls. 2988 e 2989) e pela Gráfica Santa Marta (fls. 2980 e 3009).

91. No caso da aquisição junto à Editora Gráfica Ipiranga, de acordo com o Banco (fl. 2761), embora o orçamento constante do processo esteja com quantidade inferior, a quantidade correta foi informada no *e-mail* enviado à Secom (fl. 2986). Quanto ao serviço prestado pela Gráfica Santa Marta, a unidade, sem apresentar documentos comprobatórios, afirmou que, apesar da incorreção do orçamento presente no PT, o orçamento correto fora apresentado à Secom (fl. 2762).

92. No PT 2004/2331, não houve a aprovação dos custos dos serviços para a realização das ações de divulgação em diversas cidades: Araras, Itu, Socorro, Porto Ferreira, Lins, Rio Claro, Bragança Paulista, Francisco Morato, Amparo, Piracicaba, Jundiaí, São João da Boa Vista e Sorocaba.

93. Conforme esclarecimentos prestados pela unidade (fl. 2772), o Banco Popular, em 30.9.2004, solicitou o cancelamento da divulgação em algumas cidades e a substituição por outras cidades do interior paulista. Como houve a manutenção dos orçamentos, pois a agência de publicidade teria conseguido junto ao fornecedor os mesmos custos das cidades anteriormente previstas, os custos não foram submetidos à Secom novamente.

94. Em ambos os PT, as ações publicitárias foram aprovadas pela Secom em data posterior ao seu período de veiculação. Conforme registrado nas Planilhas de Ações e Divulgação (fl. 2869 e 3111), a ação de lançamento do Banco Popular (PT 2004/1319) foi aprovada em 04.02.2005 e veiculada no período de 05.04.2004 a 31.12.2004, e as ações de carro de som e panfletagem (PT 2004/2331) foram aprovadas em 1º.12.2004, após veiculação no período de 27.09.2004 a 18.11.2004.

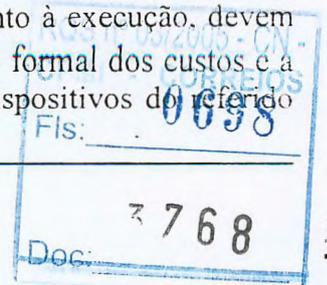
95. Ademais, considerando que as Planilhas de Ações e Divulgação referentes à ação de lançamento do Banco Popular do Brasil e às ações de carro de som e panfletagem datam, respectivamente, de 22.6 e 27.10.2004, depreende-se que o Banco solicitou a aprovação da Secom após o início das ações.

96. Questionado acerca da aprovação da Secom em data posterior à veiculação das ações publicitárias concernentes ao PT 2004/2331, o Banco prestou o seguinte esclarecimento (fl. 2773):

O envio da Planilha de Ações e Divulgação para a Secom era um procedimento que acontecia quase sempre no final do processo. Os custos são aprovados por e-mail. Nesse caso, os orçamentos foram repassados no dia 01.09, conforme cópia de email nas folhas 42 e 86 [não foram anexadas]. A aprovação da Secom, data do dia 02/09, está registrada nas mesmas folhas, em cópia do e-mail. A data 1º.12.2004 acima citada refere-se ao dia em que a Secom despachou fisicamente a Planilha de Ações e Divulgação.

Análise

97. De acordo com os arts. 2º, inc. III, e 8º, inc. III, do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003, as ações publicitárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, do planejamento à execução, devem ser submetidas à prévia aprovação da Secom. **Pontanto, a ausência de aprovação formal dos custos e a aprovação *a posteriori* da campanha publicitária, aqui constatadas, ferem os dispositivos do referido Decreto.**





98. Os esclarecimentos prestados pelo Banco confirmaram que a aprovação dos custos pela Secom ocorre de modo informal. Embora a utilização de *e-mails* possibilite maior agilidade na apreciação dos custos, esse procedimento não garante que os serviços contratados e os seus custos foram os mesmos submetidos à apreciação da Secom e por ela aprovados. As cópias dos *e-mails* enviados à Secom, acompanhadas das planilhas de preços que teriam sido a eles anexadas, não comprovam que aquela Secretaria, de fato, apreciou os serviços e custos descritos nos orçamentos que integram os PT.

99. Prova dessa fragilidade é o fato de a Secom ter aprovado os custos dos serviços para a realização das ações de divulgação em diversas cidades que, posteriormente, foram substituídas pelo Banco sem o conhecimento da Secom e, ainda assim, a Secretaria ter aprovado a ação publicitária após a sua veiculação. Além disso, somente em razão da informalidade dos procedimentos adotados pelo Banco, é possível que se afirme, como afirmou a unidade, que o orçamento apresentado à Secom estava correto, embora o orçamento constante no processo estivesse com valor inferior à realmente adquirida.

100. Em que pese tais considerações, é provável que os custos dos serviços tenham sido, na maior parte dos casos, submetidos à apreciação prévia da Secom, a despeito de serem encaminhados e aprovados informalmente por meio de *e-mail*. Os casos supracitados – em que não houve a aprovação ou esta ocorreu com base em quantitativos distintos dos realmente adquiridos – apresentaram-se como casos isolados. Portanto, a tais ocorrências pode ser atribuído o caráter de falha formal, sem prejuízo de se propor **determinação** à unidade no sentido de rever seus procedimentos de forma que os custos das ações publicitárias sejam submetidos à aprovação prévia e formal da Secom, na forma da legislação em vigor.

101. Quanto à solicitação de aprovação das ações publicitárias após terem sido iniciadas, diante da materialidade dos recursos envolvidos na campanha e do flagrante desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003, cabe a realização de **audiência** do Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão responsável pela solicitação da aprovação da Secom (fls. 2869 e 3111).

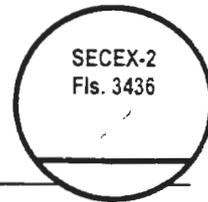
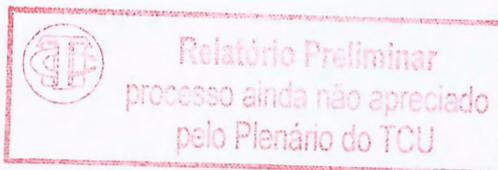
1.5.3 Achado 3: ausência no processo de aprovação formal para a realização dos serviços.

102. Em ambos os PT analisados, PT 2004/1319 e 2331, os registros sobre a avaliação promovida pelo Banco acerca das cotações de preços apresentadas pela agência, quando existentes, consistiram de cópias de mensagens eletrônicas (*e-mails*) trocadas entre a agência DNA e funcionários daquela instituição.

103. Por meio de uma prática generalizada e normalmente adotada, o Banco prescindiu da devida formalização da aprovação das propostas, limitando-se a anexar cópias de *e-mails* ao processo, conforme exemplificado por documentos trazidos a estes autos (fls. 2977/2979, 2982, 2984, 2986, 2987). Não houve, portanto, autorização formal emitida pelo Banco para a realização dos serviços contratados.

104. Em relação a alguns serviços, não foi verificado sequer o registro, por *e-mail*, da submissão das propostas à avaliação do Banco antes da execução dos serviços, a exemplo da produção de 40.000 volantes pela empresa Gráfica e Editora Brasil Ltda. (PT 2004/1319, fls. 2996/3002), e da execução dos serviços de carro de som e panfletagem em diversas cidades (PT 2004/2331): Araras, Itu, Sorocaba, Porto Ferreira, Lins, Rio Claro, Bragança Paulista, Francisco Morato, Amparo, Piracicaba, Jundiaí, São João da Boa Vista e Sorocaba.

105. Questionado sobre a ausência de aprovação formal dos orçamentos apresentados pelas agências,



o Banco informou, em relação ao PT 2004/1319, que o “*e-mail é utilizado para formalizar aprovações às agências*” (fl. 2760). No caso do PT 2004/2331, a aprovação foi fornecida por telefone, pois o assessor responsável pelo processo estaria em viagem a serviço (fl. 2772).

Análise

106. A informalidade nos procedimentos adotados pelo Banco contraria disposições do contrato de publicidade firmado com as agências, pois, de acordo com as cláusulas 2.7.4, 2.7.12 e 12.4, a contratada poderia executar os serviços somente após aprovação formal do Banco.

107. Cabe destacar que a aprovação da EC não se constituía em aprovação formal, pelo Banco, dos orçamentos apresentados pela agência, nem em autorização para a execução dos serviços pelas empresas.

108. A partir da análise de relatórios sumários da agência DNA (fls. 3021 e 3022), constatou-se que as EC eram aprovadas pelo Banco após a realização dos serviços. Nesses relatórios, ao se referir à situação das ações promocionais que estavam em andamento, a agência relata, de forma sintética, que alguns dos materiais já haviam sido entregues, sendo aguardada a emissão da EC.

109. De fato, em resposta aos ofícios de requisição da equipe de auditoria (fls. 2761 e 2772), a entidade confirmou que a aprovação da EC era posterior à realização dos serviços contratados, de forma a atestar a prestação desses e respaldar os pagamentos subsequentes. Por exemplo, acerca do procedimento adotado no PT 2004/2331 (fl. 2772), o Banco assim esclareceu:

A Estimativa de Custo (EC) é utilizada pelo Banco como documento para autorizar o pagamento de produção. O Banco só autoriza o pagamento quando do recebimento das EC seguidas dos orçamentos originais, a descrição dos serviços, seus quantitativos, preços e honorários, bem como da comprovação de entrega.

110. Tendo em vista que os pagamentos dos serviços foram efetuados sem que houvesse aprovação formal do Banco para a execução dos serviços, entende-se pertinente a **audiência** dos gestores que autorizaram os pagamentos, mediante a aprovação das EC: no PT 2004/1319, Srs. Francicero C. Vieira de Araújo, Carlos Alberto Reis Figueiredo e José Humberto Valentino Vieira, Gerentes de Divisão, e o Sr. Fabricio Gonçalves Costa, Gerente de Divisão em execução e, no PT 2004/2331, além desses, o Sr. Roberto Bocorny Messias, Gerente de Divisão.

1.5.4 Achado 4: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados.

111. Constatou-se que alguns dos serviços contratados pelas agências não foram atestados pelo Banco. Não há, no PT 2004/1319, documentos que atestem os seguintes serviços:

- a) produção de 6.300.000 volantes (formato 8x17cm, a 4x4 cores e impresso em papel AP 120 gramas), no valor de R\$ 135.943.50, pela empresa Gráfica e Editora Posigraf S/A (fls. 2968/2975);
- b) produção de 80 *busdoors* (formato de 2,90x2,30m) para a praça de Belo Horizonte, no valor de R\$ 20.328.00, pela empresa Sigprint Impressão Digital Ltda. (fls. 3032/3038);
- c) produção de 4070 *busdoors* (em diferentes formatos) para diversas praças, no valor total de R\$

Fls: 0700
Doc: 768





402.300,00, pela empresa Sigprint Impressão Digital Ltda. (fls. 3024/3031);

d) produção de 774.000 volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel couche fosco 150 g), no valor de R\$ 29.257,20, pela empresa Gráfica e Editora Brasil Ltda. (fls. 3060 e 3063/3067).

112. Acerca da produção de *busdoor* para veiculação no interior de ônibus, a Gerência de Propaganda do Banco do Brasil informou que o comprovante de veiculação de mídia, em posse da Gerência Regional de Logística em Brasília (Gerel Brasília), serve como comprovante de produção, pois trata-se de uma produção para veiculação em mídia (fl. 2762). Os comprovantes de veiculação, no entanto, não foram anexados pelo Banco à resposta ao ofício de requisição da equipe.

113. Em relação à falta de ateste da produção dos 6.300.000 volantes (fls. 1367/1374 do PT 2004/1310 e fls. 2968/2975, deste processo), o Banco não prestou esclarecimentos, embora tenha sido questionado (fl. 2762).

114. Para os outros 774.000 volantes – acerca dos quais, consta do PT apenas a informação de que estariam no depósito da Gráfica Brasil em 27.7.2004 (fl. 3063) –, o Banco não possui documentos que comprovem a entrega do material em data posterior, mas irá “solicitar ao subcontratado que forneça uma segunda via do comprovante de entrega do material” (fl. 2762).

115. No mesmo PT, em alguns casos, o recebimento do material adquirido pelo Banco, em vez de ser atestado por funcionário competente da instituição, foi certificado por empresa subcontratada pela agência DNA, a Prommo7 Comunicações S/C Ltda:

- a) produção de 20.000.000 de volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel AP 90g), no valor de R\$ 382.200,00, pela empresa Editora Gráfica Ipiranga Ltda. (fl. 2989 e 2995);
- b) produção de 10.000.000 de volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel AP 90g), no valor de R\$ 194.250,00, pela empresa Gráfica e Editora Brasil Ltda. (fl. 3003 e 3008);
- c) produção de 20.000.000 de volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel AP 90g), no valor R\$ 380.100,00, pela empresa Gráfica Santa Marta Ltda. (fl. 3009 e 3015);
- d) produção de 1.000.000 de volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel couche fosco 150g), no valor R\$ 41.790,00, pela empresa Gráfica e Editora Brasil Ltda. (fls. 3039, 3043 e 3044);
- e) produção de 226.000 volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel couche fosco 150 g), no valor de R\$ 8.542,80, pela empresa Gráfica e Editora Brasil Ltda. (fl. 3060 e 3064).

116. No caso da produção de 11.000.000 de volantes (formato 8 x 17 cm, a 4/4 cores, em papel AP 120g), no valor de R\$ 228.480,00, pela empresa Gráfica e Editora Posigraf S/A. (fl. 3051), os atestes de recebimento dos produtos adquiridos pelo Banco foram fornecidos pelas empresas JC New Center S/C Ltda.-ME e Parceria Promoções e Eventos Ltda. (fls. 3055/3058), subcontratadas pela Prommo 7 para a realização das ações de carro de som e panfletagem nos estados de São Paulo e Paraná (fls. 2837 e 2838).

117. Inquirido da confirmação da entrega de material por empresa subcontratada pela agência, o Banco ofereceu esse esclarecimento (E3):

"A empresa subcontratada realizou todas as ações do início ao fim, em todo o país. A dinâmica de distribuição dos volantes foi passada ao fornecedor, que tinha pessoas coordenando as ações em todas as cidades atendidas. Dessa forma, para que a entrega ocorresse num prazo mínimo para realização de cada etapa, o fornecedor centralizou a distribuição nas principais praças e



realizava a distribuição para as outras cidades, sem custo adicional".

118. Também da análise do PT 2004/2331, restou evidenciada a falta de comprovação, pelo Banco, da devida prestação dos serviços contratados. Não consta do PT qualquer relatório do Banco acerca da realização das ações de carro de som e panfletagem nas diversas cidades, nem mesmo dos resultados alcançados e do desempenho satisfatório das empresas contratadas. Os serviços prestados pelas empresas subcontratadas pela Prommo 7 não foram, portanto, atestados por funcionário competente do Banco, constando do processo apenas relatórios de campo elaborados pela própria Prommo 7, dos quais foram extraídos os quadros anexados às fls. 2878/2882.

119. Quanto à ausência de relatórios elaborados pelo Banco acerca da realização das ações e dos resultados alcançados, a Gerência de Propaganda prestou o seguinte esclarecimento (fl. 2773): "no que diz respeito a realização das ações, a checagem é de responsabilidade da agência de publicidade" e, "quanto aos resultados alcançados, esses são aferidos pelo demandante e não foram informados à Dimac [Diretoria de Marketing e Comunicação]".

120. Sobre o fato de os serviços subcontratados não terem sido atestados por funcionário competente do Banco, informou que (fl. 2773): "*dada a abrangência das ações de comunicação, bem como a sua quantidade, não foram realizados atestes*".

Análise

121. A ausência de comprovação, pelo Banco, da regular execução dos serviços pelas contratadas fere dispositivos da Lei de Licitações, especialmente os arts 67, 73 e 76, que tratam do recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.

122. A partir dos esclarecimentos prestados pelos gestores, restou confirmado que alguns dos serviços executados no âmbito do PT 2004/1319 não foram atestados pelo Banco, sendo que parte desses foram recebidos por empresas subcontratadas. Isso demonstra a fragilidade dos procedimentos adotados pelo Banco no sentido de certificar-se de que os serviços contratados foram devidamente executados.

123. Diferentemente do que foi afirmado pelo Banco, entende-se que o ateste, pelo Banco, de cada serviço subcontratado mostrou-se ainda mais necessário em razão da abrangência e quantidade das ações de comunicação e, principalmente, da materialidade dos recursos envolvidos, que, no PT 2004/2331, superaram R\$ 4.500.000,00 (fls. 3111/3115).

124. Considerando que a aprovação da EC deveria decorrer da certificação da realização dos serviços para, assim, respaldar a efetivação dos pagamentos (fls. 2761 e 2772), aqueles que aprovaram as EC, sem que os serviços tivessem sido devidamente comprovados pelo Banco, deverão, por tal irregularidade, ser chamados em **audiência** para apresentar suas razões de justificativas.

125. Em relação aos serviços contratados no âmbito do PT 2004/2331, as EC foram aprovadas pelos Srs. Francicero C. Vieira de Araújo (fls. 3120, 3125, 3130, 3135, 3140, 3145, 3150), José Humberto Valentino Vieira (fls. 3120, 3125, 3130, 3135, 3140, 3145, 3150), Sr. Roberto Bocorny Messias (fls. 3155, 3161, 3167, 3173, 3179, 3185) e Sr. Carlos Alberto Reis Figueiredo (fls. 3191, 3196, 3201, 3206, 3211, 3216, 3221), Gerentes de Divisão, e pelo Sr. Fabricio Gonçalves Costa, Gerente de Divisão em execução (3226, 3231, 3236, 3241, 3246, 3251 e 3256).

126. Quanto ao PT 2004/1319, as EC relativas aos serviços não atestados pelo Banco foram aprovadas pelos Srs. Francicero C. Vieira de Araújo e José Humberto Valentino Vieira, Gerentes de Divisão (fl.



2968, 3032, 3024, 3060).

127. Os responsáveis pela aprovação das EC dos serviços atestados somente pela empresa Prommo 7 foram: item "a", Sr. Fabrício Gonçalves Costa, Gerente de Divisão em execução (fl. 2989); item "b", Srs. José Humberto Valentino Vieira e Carlos Alberto Reis Figueiredo, Gerentes de Divisão (fl. 3003); item "c", Srs. José Humberto Valentino Vieira, Gerente de Divisão, e Fabrício Gonçalves Costa, Gerente de Divisão em execução (fl. 3009); itens "d" e "e", Srs. Francícero C. Vieira de Araújo e José Humberto Valentino Vieira, Gerentes de Divisão (fls. 3039 e 3060).

128. Os Srs. Francícero C. Vieira de Araújo e José Humberto Valentino, Gerentes de Divisão, respondem pela aprovação da EC referente à produção de volantes cujos atestes de recebimento foram fornecidos apenas pelas empresas JC New Center e Parceria Promoções e Eventos (fl. 3051).

1.5.5 Achado 5: ausência, no processo, de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência.

129. Não foram identificados procedimentos internos do Banco consistentes e confiáveis para a aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado e, principalmente, para a certificação da confiabilidade e autenticidade das cotações apresentadas pela agência DNA e aprovadas pelo Banco.

130. Não consta dos PT a análise promovida pelo Banco acerca dos orçamentos das empresas apresentados pela agência DNA. Conforme relatado, os custos dos serviços cotados junto às empresas, organizados na forma de planilhas, eram encaminhados aos gestores do Banco por meio de *e-mails*. O Banco, então, aprovava a execução dos serviços com base nessas planilhas, sem que fossem analisados os orçamentos elaborados pelas empresas. Esses orçamentos eram submetidos ao Banco quando do envio das EC, as quais, segundo esclarecimentos daquela instituição já relatados, eram aprovadas somente após a realização dos serviços (fls. 2761 e-2772).

131. A inexistência de um exame prévio das propostas coloca em dúvida a confiabilidade das cotações de preços realizadas pela agência DNA, bem como traz incerteza quanto à vantagem da proposta vencedora e, por conseguinte, dos serviços contratados. A falta de zelo do Banco permitiu que serviços fossem contratados a partir de cotações de preços eivadas por impropriedades, irregularidades e suspeições, que, no mínimo, colocaram em dúvida a vantagem das contratações intermediadas pela agência DNA. Como exemplo desses vícios no PT 2004/1319, têm-se:

- a) aprovação informal da produtora Academia de Filmes com base em orçamentos sem padronização (valores apresentados de forma diferenciada pelas empresas) e sem assinatura dos responsáveis pelo orçamento (fl. 3090/3100) e, posteriormente, aprovação da EC a partir dos mesmos orçamentos, que, embora assinados, permanecessem com os valores apresentados de forma diferenciada, com o agravante de a proposta da empresa vencedora ser a única a constar a discriminação, ou "decupagem", dos custos (fls. 2946/2967);
- b) cotação de preços realizada com base em orçamentos cujos valores incluíam frete para cidades distintas: Recife, Brasília e São Paulo (fls. 3009/3016);
- c) cotação de preços realizada, sem justificativa, com base em orçamentos apresentados somente por empresas de Belo Horizonte, embora a cidade de São Paulo fosse o local previsto para entrega do material que seria produzido (fls. 2824/2830);



d) cotação de preços realizada a partir de orçamentos para produtos com diferentes especificações de medida e material (fls. 2831/2836).

132. O Banco não contestou tais constatações, nem foi capaz de justificá-las, ao responder aos questionamentos da equipe de auditoria (fls. 2760 e 2761, itens 6, 7, 10 e 13). Quanto à aprovação da produtora Academia de Filmes, destaca-se o argumento de que “cada fornecedor tem seu formulário próprio para apresentação de orçamentos” e “os referidos custos foram conferidos por funcionário da agência de publicidade”.

133. Além dessas ocorrências, observaram-se indícios de parcialidade na contratação de serviço de criação da identidade corporativa e manual de marca do Banco Popular do Brasil. Do processo analisado, constam documentos da Diretoria de Marketing e Comunicação (Dimac) de 5.11.2003 e 26.12.2003 (fls. 2906/2908) que fazem referência, respectivamente, à minuta do documento “Gestão da Marca – Manual de Identidade Visual Banco Popular do Brasil”, apresentado pela empresa Studio Vero Design em 29.10.2003, e ao “Manual de Identidade da Marca BB”.

134. Todavia, as propostas das empresas para “Criação da Identidade Corporativa e manual de Marca do Banco Popular do Brasil” foram apresentadas posteriormente, em 23 e 26.4.2004 (fls. 3070/3085). O contrato firmado entre a agência DNA e a Mobile Brasil Indústria e Comércio Ltda. (Studio Vero Design), para desenvolvimento de um “projeto de criação de Identidade Corporativa e Manual de Identidade”, foi firmado em 26.4.2004 (fls. 3086/3089).

135. Sobre isso, o Banco ofereceu as seguintes explicações (fl. 2760):

“O documento da Dimac de 05.11.03 faz referência a apresentação do Studio Vero, acontecida em outubro/03, ou seja, a empresa apresentou proposta para o Banco Popular, algumas considerações em relação ao projeto foram apontadas pela Dimac, nos documentos citados, e posteriormente o Banco Popular do Brasil decidiu-se por executar o projeto e efetuar o pagamento ao fornecedor com verba proveniente da campanha”.

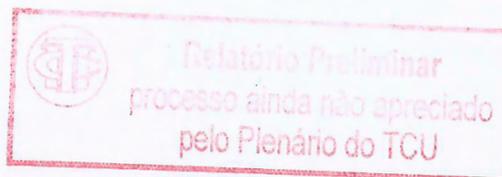
136. No âmbito do PT 2004/2331, a agência DNA apresentou ao Banco cotações de preços das ações de carro de som e panfletagem para cada cidade, totalizando 85 cotações. Em todas essas, foram consultadas as empresas Prommo 7 Comunicações S/C Ltda., de Brasília/DF, Work Factory Administração de Serviços Ltda., de Barueri/SP, e Super People Serviços Temporários Ltda., de Itaim Bibi SP. Para todas as cidades, a empresa Prommo 7 apresentou os menores preços.

137. Com base nessas cotações de preços realizadas pela agência DNA, o Banco aprovou as 85 propostas de orçamento ofertadas pela empresa Prommo7, embora somente o seu orçamento tenha sido apresentado de forma discriminada, com “decupagem” detalhada dos custos, enquanto as demais empresas apresentaram suas propostas de forma bastante genérica (por exemplo, fls. 3122/3124, 3127/3129, 3157/3160, 3163/3166, 3169/3172, 3193/3195, 3198/3200, 3228/3230, 3233/3235).

138. Segundo o Banco (fl. 2773), para os projetos de propaganda e publicidade, exigia-se somente a discriminação dos custos, ou decupagem, do orçamento de menor preço, que, no caso das ações de comunicação, fora apresentado pela Prommo7.

139. Ações de carro de som e panfletagem também integraram os serviços constantes do PT 2004/1319. Para duas dessas ações, a DNA apresentou ao Banco propostas das empresas Prommo 7,

CPMI - CORREIOS
0204
3768
Doc:



Ação Panfletagem Ltda. – ME e Super People Serviços Temporários Ltda. Em ambas as cotações, sagrou-se vencedora a empresa Prommo7 (fls. 2874/2883).

140. No entanto, quando da realização da ação, a Prommo7 subcontratou a empresa Ação Panfletagem, uma de suas concorrentes, para executar o “serviço de distribuição de panfletos”, conforme se depreende da nota fiscal emitida por esta empresa em 25.8.2004 (fl. 2884), poucos dias após o fim das ações de rua desenvolvidas em Brasília até 20.8.2002. Trata-se, portanto, de uma “quarteirização” que, de início, com a participação da quarteirizada nas cotações de preços realizadas pela DNA, coloca em dúvida a confiabilidade do processo de escolha da proposta mais vantajosa para o Banco.

141. Essa suspeita quanto à confiabilidade das cotações se justifica a partir da análise dos preços orçados. Nas propostas da empresa Ação Panfletagem, apresentadas ao Banco pela DNA, as diárias dos “Homens Placa” e dos “Agitadores de Bandeira” foram orçadas, sem considerar a “Taxa da Ação Panfletagens” (10%), em R\$ 44,14 e R\$ 54,12, respectivamente (fls. 2877 e 2882). Esses valores são bastante superiores à diária de R\$ 30,00 cobrada pela mesma empresa quando foi subcontratada pela Prommo7 para a realização de outra ação de rua (fls. 2885/2896), ocorrida em Brasília em novembro de 2002, em que foi prestado o “serviço de apoio a evento ‘bandeiradas’”, conforme nota fiscal daquela empresa (fl. 2897). Cabe destacar que tanto esta última ação como as demais retromencionadas previam a utilização de “Homens Placa”.

142. Conforme informado, o bônus de volume repassado à DNA pela Prommo7 em razão desses serviços de panfletagem e carros de som constituiu objeto de representação desta equipe de auditoria.

143. Inquirido dos procedimentos adotados pelo Banco com vistas a avaliar a autenticidade dos orçamentos e sua compatibilidade com os preços praticados pelo mercado, informou, aquela instituição, que “a compatibilidade do orçamento foi avaliada por meio da análise da decupagem dos custos de produção para cada praça e, também, todos os orçamentos foram submetidos à Secom, que os comparou com os custos praticados pelos órgãos do Governo” (fl. 2773).

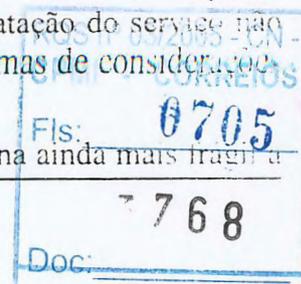
Análise

144. A inexistência de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, dando ensejo, por exemplo, às ocorrências acima relatadas, revelou a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência. Com sua omissão, os gestores colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações.

145. Cabe analisar os esclarecimentos dos gestores sobre alguns dos vícios supracitados, embora estes tenham sido trazidos a estes autos como casos exemplificativos dos resultados da irregular ausência de análise, pelo Banco, das propostas dos fornecedores.

146. No que se refere à contratação de serviço de criação da identidade corporativa e manual de marca do Banco Popular do Brasil, entende-se que os esclarecimentos prestados pelo Banco não apenas confirmaram aqueles fatos, como também reforçaram os indícios de que a contratação do serviço não decorreu, essencialmente, da análise das propostas apresentadas pelas empresas, mas de considerações prévias acerca da proposta elaborada pela empresa Studio Vero.

147. A exigência da decupagem dos custos apenas para a empresa vencedora torna ainda mais fragil a





análise das cotações de preços, principalmente diante da afirmação do próprio banco de que a compatibilidade do orçamento com os preços de mercado fora avaliada mediante a análise da decupagem dos custos de produção para cada praça. Assim sendo, era de se esperar que a mesma análise fosse realizada comparando-se os orçamentos das diferentes empresas concorrentes.

148. Conforme já explicado neste relatório, a aprovação, pelo Banco, da proposta vencedora ocorria de maneira informal, por meio de *e-mail*. A EC era aprovada após a realização dos serviços, como forma de certificar sua execução e respaldar os pagamentos.

149. Assim sendo, a aprovação formal das cotações apresentadas pela agência e, por conseguinte, da proposta vencedora dava-se, de fato, com a aprovação da EC, mesmo ocorrendo em data posterior à conclusão dos serviços.

150. No PT 2004/1319, os responsáveis pela aprovação das EC foram os Srs. Francicero C. Vieira de Araújo, Carlos Alberto Reis Figueiredo e José Humberto Valentino Vieira, Gerentes de Divisão, e o Sr. Fabricio Gonçalves Costa, Gerente de Divisão em execução. Quanto ao PT 2004/2331, além desses, aprovou as EC o Sr. Roberto Bocorny Messias, Gerente de Divisão.

151. Cabe, portanto, a **audiência** desses gestores em razão da aprovação das EC e, por conseguinte, da autorização de pagamento de serviços contratados sem que, previamente, constasse do processo a análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência DNA.

1.6 PT 2004/2444

152. O PT 2004/2444 trata de ações promocionais do Banco Popular, realizadas no evento "Super Casas Bahia", visando o atingimento das metas estabelecidas no Plano de Negócios de 2004, realizado no período de 01 a 30 de dezembro de 2004. O processo foi conduzido pela agência Ogilvy por meio de sua promotora De Simoni.

1.6.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

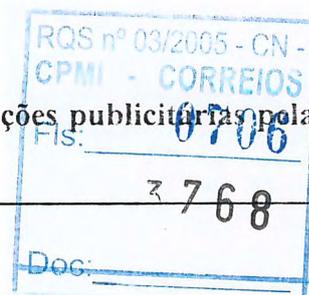
153. A partir da análise dos protocolos, foram identificados Estimativas de Custo sem a respectiva data de aprovação (fls.2270, 2271, 2275, 2323 e 2326).

Análise

154. Seria possível atribuir à inexistência de data de aprovação nas EC, se analisada isoladamente, o caráter de falha formal. No entanto, a frequência em que essa foi identificada ao longo da análise do processo enseja a audiência dos gestores responsáveis pela aprovação das EC. A insistência em não registrar a data de aprovação das EC caracteriza a falta de zelo dos gestores na condução e formalização dos atos que compõem o processo, dificultando o controle sobre a execução do contrato.

155. Nesse sentido, cabe propor a **audiência** dos Srs. Rodrigo Nunes Gurgel e João Daniel da Silva, Gerentes de Divisão responsáveis pela aprovação das EC constantes do PT 2004/2444 (fls. 2270, 2271, 2275, 2323 e 2326)

1.6.2 Achado 2: ausência de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.





156. Da análise do PT 2004/2444, verificou-se a ausência de qualquer documento que comprovasse a aprovação dos custos das ações publicitárias pela SECOM, não constando do processo nem mesmo cópia de *e-mails* conforme se verificou em outros PT.

Análise

157. De acordo com os arts. 8º, inc. III, e. 2º, inc. III, do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003, as ações publicitárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, do planejamento à execução, devem ser submetidas à prévia aprovação da Secom. Portanto, a ausência de aprovação formal dos custos, aqui constatada, fere os dispositivos do referido Decreto.

158. Cabe, portanto, propor a **audiência** dos responsáveis, Srs. Rodrigo Nunes Gurgel e João Daniel da Silva, Gerentes de Divisão, pela ausência de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.

1.6.3 Achado 3: ausência de aprovação formal do Banco para realização dos serviços contratados.

159. Os registros sobre a avaliação promovida pelo Banco sobre as cotações de preços apresentadas pela promotora de eventos, com finalidade de aprovação prévia dos custos dos serviços, quando existentes, consistiram de cópias de mensagens eletrônicas (*e-mails*) trocadas entre a promotora De Simoni e funcionários do Banco do Brasil.

160. Por meio dessa prática generalizada e comumente adotada, o Banco prescindiu da devida formalização da aprovação das propostas, limitando-se a anexar cópias de alguns *e-mails* ao processo, conforme exemplificado por documentos trazidos a estes autos (fls.2358, 2360, 2361 e 2367). Ademais disso, não há autorização formal emitida pelo Banco para a realização dos serviços contratados.

Análise

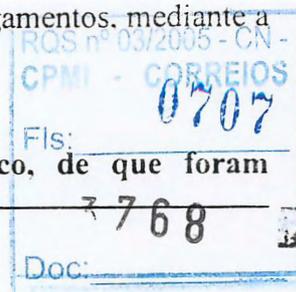
161. A informalidade nos procedimentos adotados pelo Banco contraria disposições do contrato de publicidade firmado com a agência (fls.203/229), pois, de acordo com as cláusulas 2.7.4, 2.7.12 e 12.4, a contratada poderia executar os serviços somente após aprovação formal do Banco.

162. Cabe destacar que a aprovação da EC não se constituía em aprovação formal, pelo Banco, dos orçamentos apresentados pela agência, nem em autorização para a execução dos serviços pelas empresas.

163. Em resposta a ofício de requisição da equipe de auditoria (fls.1518), a entidade afirmou que a aprovação da EC era posterior à realização dos serviços contratados, de forma a atestar a prestação desses e respaldar os pagamentos subsequentes.

164. Tendo em vista que os pagamentos dos serviços foram efetuados sem que houvesse aprovação formal do Banco para a execução dos serviços, entende-se pertinente a **audiência** dos Srs. Rodrigo Nunes Gurgel e João Daniel da Silva, Gerentes de Divisão, que autorizaram os pagamentos, mediante a aprovação das EC.

1.6.4 Achado 4: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados.





165. Constatou-se que os serviços contratados pelas agências não foram atestados pelo Banco. Não há, no PT 2004/2444, documentos que atestem qualquer dos serviços prestados.

166. Em visita realizada a fornecedores, na cidade de São Paulo, foi encontrado na empresa Kriativa-Litokromiaprint 600.000 folders que haviam sido produzidos em novembro de 2004 para o evento Super Casas Bahia. O fornecedor informou que na ocasião 800.000 folders foram confeccionados referentes à ação promocional "Super Casas Bahia", porém, a pedido da promotora De Simoni, somente 200.000 foram entregues.

167. Perguntado sobre a ocorrência, o Banco do Brasil enviou cópia das notas fiscais de simples remessa referentes aos 200.000 folders entregues pela empresa Kriativa, informando ainda que havia solicitado à agência Ogilvy que enviasse as demais notas de simples remessa (fls.1017/1020).

168. No ofício 2005/4130f, de 09 de novembro de 2005 (fls.1021/1042), o Banco do Brasil encaminhou a resposta da agência Ogilvy em relação a esta solicitação. A agência informou, por meio de sua promotora De Simoni, que os folders realmente haviam sido produzidos pela gráfica mas que na ocasião não haviam sido encaminhados em remessa única à promotora porque está não contava "com um depósito capaz de armazenar todo o material, muito menos a quantidade total de folheteria (800.000 unidades)." (fl.1027). Assim, foram enviados duas remessas de 100.000 unidades de folders e o restante, segundo a De Simoni, não foi solicitado devido à falta de demanda. No mesmo comunicado, feito pela De Simoni, foi solicitado ao Banco que definisse nova destinação do material que estava na gráfica.

169. Em resposta ao comunicado da De Simoni, o Banco do Brasil encaminhou um novo cronograma de distribuição de 600.000 folders no período de outubro a dezembro de 2005. (fl.1032)

170. Em outro comunicado da agência Ogilvy, de 01/11/2005, foi esclarecido que o Banco do Brasil não havia sido informado formalmente que ocorreria sobra de material na gráfica. A Ogilvy também declarou que produziu novos folders em decorrência da defasagem dos antigos, que faziam referência ao evento Super Casas Bahia. (fl.1030)

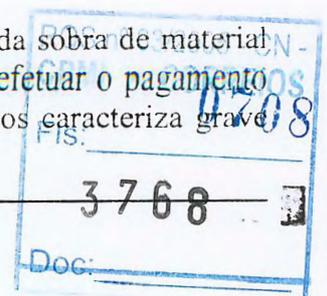
Análise

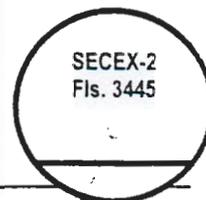
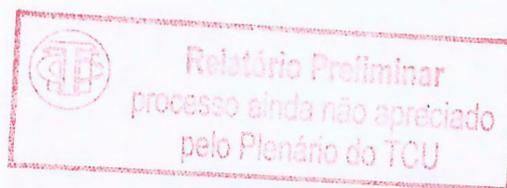
171. A ausência de comprovação, pelo Banco, da regular execução dos serviços pelas contratadas fere dispositivos da Lei de Licitações, especialmente os arts 67, 73 e 76, que tratam do recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.

172. No caso concreto citado acima, observamos a total negligência dos gestores responsáveis pelo acompanhamento do processo. Nos resta claro que o conhecimento do Banco da sobra de material ocorreu somente após a cobrança dessa equipe de auditoria pela não entrega do material produzido.

173. A alegação da De Simoni para o não recebimento do produto, de que não possuía depósito capaz de abrigar tamanha quantidade de folders, também nos parece absolutamente descabida. Como pudemos observar pelos registros fotográficos efetuados pela equipe (fls.3350/3351), o material estocado na gráfica possuía pouco mais de um metro cúbico, sendo difícil admitir a inexistência de espaço em depósito capaz de absorver tal estoque.

174. Ademais, a falta de comunicação formal da promotora ao Banco do Brasil da sobra de material não exime o Banco da sua obrigação de conferir todo produto entregue antes de efetuar o pagamento pelo serviço prestado. Este exemplo comprova que a falta de atestes nos processos caracteriza grave irregularidade pois o pagamento ocorreu sem o devido recebimento do serviço.





175. Considerando que a aprovação da EC deveria decorrer da certificação da realização dos serviços para, assim, respaldar a efetivação dos pagamentos, os Srs. Rodrigo Nunes Gurgel e João Daniel da Silva, Gerentes de Divisão que aprovaram as EC, sem que os serviços tivessem sido devidamente comprovados pelo Banco, deverão ser chamados em **audiência** para apresentar suas razões de justificativas.

1.6.5 Achado 5: contratação direta de promotoras para a realização de eventos.

176. Dois fatos se sobressaem na análise dessa promoção de eventos. Em primeiro lugar, fica nítido a completa falta de participação da agência no processo, como pode ser observado em todas as trocas de *e-mails* realizadas entre a promotora De Simoni e o Banco do Brasil (fls.2353,2355,2356, 2359, 2361, 2366, 2369 e 2386).

177. Outro problema diz respeito à contratação das promotoras realizadas pelo Banco no caso de ações promocionais. A pedido do Banco do Brasil, logo após ser firmado o contrato de prestação de serviços de publicidade, resultado da concorrência nº 01/2003 (9984), as agências vencedoras do certame foram obrigadas a apresentar, cada uma, uma promotora, a qual seria responsável pelo planejamento e implementação das ações promocionais e eventos do Banco do Brasil.

178. A contratação dessas promotoras de forma direta, sem que houvesse qualquer menção sobre elas no edital e no contrato, configura-se em burla a Lei 8.666/93 que institui normas para licitações e contratos da Administração Pública.

179. Devido a gravidade da ocorrência detectada acima, consideramos conveniente apartar o achado acima do relatório para tratá-lo separadamente em proposta de representação desta equipe de auditoria.

1.7 PT 2005/0195 (D+): 2ª RENOVAÇÃO DO PROGRAMA “EM BOA COMPANHIA”

180. Este processo refere-se a segunda renovação (terceira fase, portanto) da produção e difusão do programa de rádio “Em Boa Companhia”, transmitido, conforme informações constantes no processo, em mais de 300 emissoras de rádio durante o período de 7 de fevereiro a 7 de abril de 2005, contemplando inserções comerciais do Banco do Brasil.

181. O valor total despendido com a ação de marketing foi de R\$ 984.900,00, tendo sido subcontratada a Companhia Brasileira de Marketing S/C Ltda. - Cobram, responsável pela produção e irradiação do programa (fls. 2454/2457).

182. As duas primeiras fases da ação de marketing foram pagas com recursos do “Fundo de Incentivo Visanet”, razão pela qual diversas informações necessárias à análise não constavam neste processo (PT), mas sim nos dois processos antecedentes (PT 20041047 e PT 20042296). Esta peculiaridade acarretou limitação à análise do processo, na medida em que o Banco do Brasil negou-se a fornecer informações acerca das campanhas pagas com recursos do referido fundo por alegar questões de sigilo comercial (fls. 1064/1067).

1.7.1 Achado: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados

183. Apesar de constar que o programa seria veiculado em mais de 300 emissoras de rádio, não





existem no processo documentos que comprovem, ainda que singelamente, a veiculação.

184. Questionado sobre a impropriedade (fl. 1513), o gestor limitou-se a informar que “Por se tratar de produção, exigiu-se da empresa apenas o comprovante de produção.”(fl. 2458)

Análise

185. A afirmação do gestor não encontra amparo na realidade. Nos próprios documentos encaminhados em resposta ao questionamento constam informações sobre a quantidade de emissoras que veiculariam o programa (fls. 2459/2460). Ademais, como se constata pelo teor da resposta do gestor para o achado seguinte (item 1.7.2) era responsabilidade da contratada o acompanhamento das transmissões por meio de contatos com as emissoras, ou seja, afirmar que tratava apenas de produção não é condizente com a real ação de marketing executada.

186. Ademais, a vantajosidade do custo desta ação de marketing justificou-se exatamente pela quantidade de emissoras de rádios que transmitiram o programa, concluindo-se que as inserções custariam menos do que era pago por espaços similares no mesmo tipo de mídia.

187. Por todos estes motivos, não exigir do contratado a comprovação da veiculação, ainda que, dada a particularidade da ação, de forma mais singela que a normalmente exigida nos casos envolvendo veiculação, caracteriza conduta negligente dos gestores em clara afronta aos artigos 73 e 74 da Lei n.º 8.666/93 que tratam de recebimento de serviços pela Administração. Portanto, entendemos que deve ser chamado em audiência o Gerente de Divisão responsável pela ação de marketing, Sr. Francicero Vieira de Araújo (fl. 2457).

1.7.2 Achado: ausência de justificativa e discriminação do custos suficientes em caso de impossibilidade de cotação de preços no mercado.

188. A cláusula segunda, item 2.7.4, do contrato dispõe que quando houver impossibilidade de se obter 3 (três) propostas de preço, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

189. Todavia, entendemos que as justificativas presentes no processo não são suficientes para amparar a impossibilidade da obtenção de três propostas. A justificativa de preço foi apresentada de forma global, contendo apenas a indicação dos serviços que estavam nele contido.

190. Questionado (fl. 1513), o gestor reiterou a discriminação de preços global constante do processo:

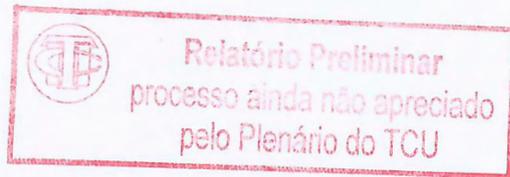
“Os custos estão discriminados [...], conforme reproduzido abaixo:

“Custo mensal de produção: R\$ 469.000,00 (quatrocentos e sessenta e nove mil reais).

Os custos acima incluem:

- 1) Cachê dos dois apresentadores;*
- 2) Pesquisa e Redação dos programas;*
- 3) Edição e direção da redação;*
- 4) Direção artística*
- 5) Produção geral;*





- 6) *Locação de estúdio, gravação, edição e masterização;*
- 7) *Duplicação de materiais, manuseio e remessa via Sedex (Correios) às emissoras;*
- 8) *Acompanhamento das transmissões por meio de contatos diários com as emissoras;*
- 9) *Recebimento de cartas (Caixa Postal exclusiva para os ouvintes);*
- 10) *Coordenação geral do projeto.” (fl. 2458)*

Análise

191. Entendemos que os custos não estão adequadamente discriminados. Em se tratando de fornecedores “exclusivos”, que dispensem a cotação de preços, para que se possa analisar a adequação dos preços, deve ser feito detalhamento completo dos preços contratados.

192. Portanto, propomos, que, quando da análise de mérito, seja feita determinação ao Banco do Brasil para que, quando da contratação de fornecedores exclusivos ou quando não for possível a cotação de preços, discrimine e justifique, detalhadamente, os preços contratados.

1.7.3 Achado: justificativa insuficiente para pagamento antecipado à empresa Cobram

193. Dispõe a cláusula nona, item 9.1.3, do contrato que no interesse do Banco e mediante sua prévia autorização serviços podem ser negociados com previsão de pagamento antecipado.

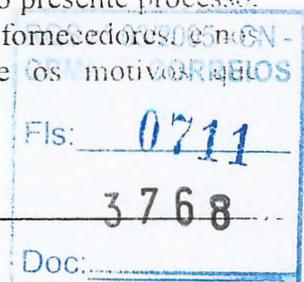
194. Consta no documento que autorizou o pagamento antecipado ao fornecedor a singela justificativa de que “*diante dos prejuízos que podem advir do não pagamento ao fornecedor abaixo por seus serviços prestados*” (fls. 2461) deveria ser autorizado a antecipação do pagamento. Não estão claros quais são esses prejuízos, da forma que foi colocado pelo gestor, a antecipação de pagamento passa a ser decisão meramente subjetiva, contrariandô preceito fundamental das contratações públicas de se pagar apenas após o recebimento formal do serviço. Apesar de constar a previsão em contrato, tal medida deve ser de exceção, utilizada apenas em casos especiais e suficientemente justificados.

195. Questionado sobre a impropriedade (fl. 1513), o gestor manifestou-se nos seguintes termos:

“O pagamento antecipado foi autorizado pelo Banco conforme previsto no contrato de prestação de serviços de publicidade entre o Banco do Brasil S.A e a agência Dmais Brasil cláusula parágrafo 1, item 3.” (fl. 2458)

Análise

196. Mesmo após o questionamento da equipe o Banco se limitou a indicar a cláusula contratual que faculta a antecipação de pagamento ao fornecedor sem indicar, uma vez mais, as causas que motivaram a decisão. Com vistas a evitar que situações semelhantes possam efetivamente materializar-se em prejuízos para o Banco, propomos, que seja dirigida, quando da análise do mérito do presente processo, determinação ao Banco do Brasil para que evite a antecipação de pagamento aos fornecedores em casos em que esta antecipação for imprescindível, justifique adequadamente fundamentam a decisão.





1.8 PT 2005/0251

197. O PT 2005/0251 trata da campanha publicitária de atualização e impressão de peças de merchandising do BB Crediário, desenvolvida pela agência DNA. Foram efetuadas, entre outras, contratações para produção de filipetas, adesivos e mobiles.

1.8.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

198. A partir da análise do PT 2005/0251, foram identificadas diversas Estimativas de Custo (EC) sem a data de aprovação (fls. 2246, 2249, 2252, 2255 e 2258, respectivamente).

Análise

199. Seria possível atribuir a tal ocorrência, se analisada isoladamente, o caráter de falha formal. No entanto, a frequência em que essa foi identificada ao longo da análise do processo enseja a responsabilização dos gestores incumbidos da apreciação e aprovação das EC.

200. Foi constatado que dois Gerentes de Divisão foram responsáveis pela apreciação das EC, o Sr. Francicero C. Vieira de Araújo e o Sr. Luciano de Fries. Em todas as EC examinadas pelo Sr. Luciano de Fries observamos no processo a data de aprovação das EC. O mesmo não ocorreu quando o responsável foi o Sr. Francicero C. Vieira de Araújo. Em nenhuma das EC em que este atuou como gerente de divisão consta a data de aprovação.

201. A insistência em não registrar a data de aprovação das EC caracteriza a falta de zelo do gestor na condução e formalização dos atos que compõem o processo, dificultando o controle da execução do contrato e a identificação de possíveis irregularidades.

202. Se, hipoteticamente, em vez da constatação da ausência das datas de aprovação, restasse comprovado, a partir das datas de aprovação que deveriam ter sido inseridas pelos gestores, que todas as EC anexadas a estes autos foram apreciadas somente após a realização dos serviços ou dos pagamentos, tal comprovação, com certeza, motivaria a atuação disciplinar enérgica deste Tribunal. Assim sendo, a frequente ausência da data de aprovação não pode exigir outra atitude do TCU, que não, a audiência dos responsáveis.

203. Nesse sentido, cabe propor a **audiência** do Srs. Francicero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão e responsável pela aprovação das EC: BCB305-0997(fl.2252), BCB305-0963(fl.2249), BCB305-1012(fl.2258), BCB305-0964(fl.2255) e BCB305-0962(fl.2246) constantes do PT 2005 0251, pela recorrente inexistência de registro da data de aprovação.

1.8.2 Achado 2: ausência no processo de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.

204. Da análise dos procedimentos para a aprovação dos custos pela Secom, identificou-se que a aprovação ocorria de informalmente, por meio de *e-mail*, conforme registro das mensagens trocadas entre o Banco e aquela Secretaria.

Análise

205. De acordo com os arts. 8º, inc. III, e. 2º, inc. III, do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003, as ações





publicitárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, do planejamento à execução, devem ser submetidas à prévia aprovação da Secom. Portanto, a ausência de aprovação formal dos custos aqui constatada fere os dispositivos do referido Decreto.

206. Os esclarecimentos prestados pelo Banco confirmaram que a aprovação dos custos pela Secom ocorre de forma informal. Embora a utilização de *e-mails* possibilite maior agilidade na apreciação dos custos, esse procedimento não garante que os serviços contratados e os seus custos foram os mesmos submetidos à apreciação da Secom e por ela aprovados. As cópias dos *e-mails* enviados à Secom, acompanhadas das planilhas de preços que teriam sido a eles anexadas, não comprovam que aquela Secretaria, de fato, apreciou os serviços e custos descritos nos orçamentos que integram os PT.

207. Em que pese tais considerações, é provável que os custos dos serviços tenham sido, na maior parte dos casos, submetidos à apreciação prévia da Secom, a despeito de serem encaminhados e aprovados informalmente por meio de *e-mail*. Portanto, a tais ocorrências pode ser atribuído o caráter de falha formal, sem prejuízo de se propor **determinação** à unidade no sentido de rever seus procedimentos de forma que os custos das ações publicitárias sejam submetidos à aprovação prévia e formal da Secom, na forma da legislação em vigor.

1.8.3 Achado 3: ausência no processo de aprovação formal para a realização dos serviços.

208. Por meio de uma prática generalizada e comumente adotada, o Banco prescindiu da devida formalização da aprovação das propostas, limitando-se a anexar cópias de *e-mails* ao processo. Não há autorização formal emitida pelo Banco para a realização dos serviços contratados.

Análise

209. A informalidade nos procedimentos adotados pelo Banco contraria disposições do contrato de publicidade firmado com a agência (fls.230/256), pois, de acordo com as cláusulas 2.7.4, 2.7.12 e 12.4, a contratada poderia executar os serviços somente após aprovação formal do Banco.

210. Cabe destacar que a aprovação da EC não se constituía em aprovação formal, pelo Banco, dos orçamentos apresentados pela agência, nem em autorização para a execução dos serviços pelas empresas.

211. Constatou-se que as EC eram aprovadas pelo Banco após a realização dos serviços. Em resposta aos ofícios de requisição da equipe de auditoria (fls. 1518), a entidade confirmou que a aprovação da EC era posterior à realização dos serviços contratados, de forma a atestar a prestação desses e respaldar os pagamentos subsequentes.

212. Tendo em vista que os pagamentos dos serviços foram efetuados sem que houvesse aprovação formal do Banco para a execução dos serviços, entende-se pertinente a **audiência** dos gestores, Srs. Francicero C. Vieira de Araújo e Luciano de Fries, Gerentes de Divisão, que autorizaram os pagamentos, mediante a aprovação das EC.

1.8.4 Achado 4: ausência, no processo, de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência.

213. Não consta dos PT a análise promovida pelo Banco acerca dos orçamentos das empresas apresentados pela agência DNA. Conforme relatado, os custos dos serviços cotados junto às empresas,



organizados na forma de planilhas, eram encaminhados aos gestores do Banco por meio de *e-mails*. O Banco, então, aprovava a execução dos serviços com base nessas planilhas, sem que fossem analisados os orçamentos elaborados pelas empresas. Esses orçamentos eram submetidos ao Banco quando do envio das EC, as quais, segundo esclarecimentos daquela instituição já relatados, eram aprovadas somente após a realização dos serviços

214. A inexistência de um exame prévio das propostas coloca em dúvida a confiabilidade das cotações de preços realizadas pela agência DNA, bem como traz incerteza quanto à vantagem da proposta vencedora e, por conseguinte, dos serviços contratados. A falta de zelo do Banco permitiu que serviços fossem contratados a partir de cotações de preços que, no mínimo, colocaram em dúvida a vantagem das contratações intermediadas pela agência DNA.

215. Inquirido dos procedimentos adotados pelo Banco com vistas a avaliar a autenticidade dos orçamentos e sua compatibilidade com os preços praticados pelo mercado, informou, aquela instituição, que a pesquisa de preços era feita através de análise dos preços históricos praticados pelo Banco e, também, que todos os orçamentos foram submetidos à Secom, que os comparou com os custos praticados pelos órgãos do Governo.

Análise

216. A inexistência de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência revelou a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência. Com sua omissão, os gestores colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações.

217. Conforme já explicado neste relatório, a aprovação, pelo Banco, da proposta vencedora ocorria de forma informal, por meio de *e-mail*. A EC era aprovada após a realização dos serviços, como forma de certificar sua execução e respaldar os pagamentos.

218. Assim sendo, a aprovação formal das cotações apresentadas pela agência e, por conseguinte, da proposta vencedora dava-se, de fato, com a aprovação da EC, mesmo ocorrendo em data posterior à conclusão dos serviços.

219. No PT 2005/0251, os responsáveis pela aprovação das EC foram os Srs. Francicero C. Vieira de Araújo e o Sr. Luciano de Fries, Gerentes de Divisão. Cabe, portanto, a **audiência** desses gestores em razão da aprovação das EC e, por conseguinte, da autorização de pagamento de serviços contratados sem que, previamente, constasse do processo a análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência DNA.

1.8.5 Achado 5: ausência de justificativa e discriminação do custos suficientes em caso de impossibilidade de cotação de preços no mercado..

220. As cláusulas 2.7.4.1 e 2.7.4.2 do contrato entre o Banco do Brasil e as agências de publicidade determinam que cabe às agências:

2.7.4.1 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 3 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução.

2.7.4.2 Se não houver possibilidade de obter 3 (três) propostas, a contratada deve apresentar as



justificativas pertinentes, por escrito.”

221. No âmbito do PT 2005/0251, a Empresa Marins foi subcontratada para produzir totens ao Banco do Brasil sem a apresentação de três propostas. Em um *e-mail*, datado de 16 de fevereiro de 2005 (fl.2268), foi informado que a empresa se tratava de fornecedor exclusivo porém nenhuma justificativa de sua contratação constava no processo.

222. Perguntado sobre a contratação dessa empresa sem análise de propostas e sem apresentação de justificativa pertinente, a instituição nos informou que anexo à EC BCB 305-0997(fl.2252), constava termo legal de exclusividade (fls.2251).

Análise

223. Conforme salientado no item 1.1.4, as EC não se tratavam de estimativas de custo, e sim de documentos que autorizavam o pagamento do serviço. O procedimento de contratação da empresa Marins parece ter seguido o mesmo padrão das outras subcontratações, onde as propostas eram enviadas juntamente com as EC.

224. Nos resta claro que o documento de patente apresentado só foi examinado após a conclusão do serviço. Além disso, entendemos que a justificativa do Banco deveria abranger a importância da contratação de um produto patentado em detrimento de outros semelhantes que pudessem ser cotados.

225. Tendo em vista que o problema da falta de análise de propostas foi tratado em outro achado, entendemos ser pertinente uma determinação ao Banco para que sempre que houver contratação de algum produto exclusivo, conste no processo justificativa detalhada do motivo/necessidade dessa contratação.

1.9 PT 2005/0506

226. O PT 2005/0506 trata de produção e veiculação da campanha publicitária “Valores do Brasil”, desenvolvida pela agência Ogilvy Brasil Comunicação Ltda. Foi executado o montante de R\$ 7.471.712,32, conforme se verifica na planilha anexa extraída do sistema Sismark (fls. 1948/1959). Destes, R\$ 2.192.125,46 foram utilizados em produção e R\$ 5.279.586,86 com veiculação. Para a realização da campanha, foram efetuadas, entre outras, contratações para produção de filmes, jingles, vinhetas, trilhas, filmless e banners, os quais foram veiculados em TV, rádio, revistas, jornais e internet.

1.9.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

227. Da análise do protocolo, verifica-se que não houve numeração das páginas, conforme se verifica nos documentos extraídos do processo (fls. 1959/2104). Observa-se a existência de carimbos, em nome de Kadiê Rodrigues de Medeiros com vistas a numerar as folhas do processo, fato que não ocorreu.

228. Foram observadas, ainda, estimativas de custo sem a data de aprovação (fls. 2090 e 2101) ou com data posterior à emissão de nota fiscal do fornecedor(fls. 1960, 1994, 1996, 2031, 2054 e 2063).

229. Acerca disso, a unidade afirmou que “a EC Estimativa de Custos serve como autorização de pagamento, uma vez que recebemos essa documentação para autorizar os pagamentos” (fl. 195). Nesse sentido, a unidade informa que a aprovação de custos “se dá por meio eletrônico ou em reunião



que se manifesta nos seguintes termos: “*Damos conformidade as custos apresentados, condicionada aprovação de leiautes e roteiros. Solicitamos anexar esta mensagem a Planilha no momento do envio*”(fl. 961). Cabe esclarecer que não há no *e-mail* nenhuma vinculação conclusiva entre a aprovação da Secom e o serviço adquirido pelo Banco de forma que entendemos insuficiente a aprovação via *e-mail* na forma apresentada pelo assessor.

236. Ante a constatação, entendemos pertinente que o Tribunal determine que o Banco faça constar em todos os processos da área de publicidade, propaganda e demais áreas de competência da Diretoria de Marketing e Comunicação – Dimac todas as autorizações, que deverão ser formais, emitidas pela Secom e previstas no art. 8º do Decreto nº 4.799/2003.

1.9.3 Achado 3: ausência de aprovação formal do Banco para realização dos serviços contratados.

237. A concepção de documento formal denominado Estimativa de Custo em sua gênese visava, provavelmente, suprir a exigência contratual acerca da autorização formal prévia pelo Banco do Brasil para os gastos realizados pelas agências de publicidade, que, por sua vez, foi incluída no contrato com a finalidade de manter sob controle os gastos efetuados por agências em nome da instituição financeira.

238. Tendo em vista a informação do Banco do Brasil de que o documento denominado Estimativa de Custo é utilizado, na prática, como instrumento para autorização de pagamento, fica demonstrada a inexistência de autorização por escrito (formal) conforme prevê a cláusula segunda do contrato firmado entre o Banco do Brasil e a Ogilvy, itens 2.7.4 e 2.7.12(fls. 206 e 208).

239. Atente-se que o contrato não prevê a autorização prévia por *e-mail*, haja vista que, se assim o desejasse, teria especificado conforme o fez no item 2.7.14.2 ao dispor sobre o registro de contatos, reuniões e telefonemas de serviço entre o banco e a Ogilvy.

240. Nesse sentido, cabe propor a audiência do Sr. Kadiê Rodrigues de Medeiros, Assessor Sênior e Gerente de Divisão em Exercício no decorrer do processo, e funcionário mais atuante no processo conforme se verifica nas Estimativas de Custo supracitadas e do gerente de divisão, Sr. Carlos Alberto Reis de Figueiredo, pela autorização de pagamentos sem a prévia e formal autorização de serviços pelo Banco do Brasil. Em que pese a participação dos assessores Silvio Bizzo, Cláudia Muniz, Juçara M. Franco e Cláudio de Mattos Brito Filho na condução do processo, esta se dá de forma esporádica, suplementar, sendo desarrazoado considerá-los responsáveis pela falha apontada.

1.9.4 Achado 4: ausência de análise prévia das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência

241. Segundo esclarecimentos do Banco, registrados na resposta ao item “a” do Ofício de Requisição 915 2005-22 (fl. 957), a aprovação (dos custos) se dá em meio eletrônico através de planilhas as quais contém, no que se refere aos custos, os valores orçados por cada fornecedor. A aprovação dos custos é efetuada pelo Banco sem que este tenha analisado as propostas (orçamentos) efetivamente encaminhadas pelos fornecedores. Posteriormente à execução dos serviços, a instituição financeira recebe a estimativa de custo acompanhada dos orçamentos encaminhados pelos fornecedores, a qual é assinado por um assessor e o gerente de divisão da área responsável e se constitui em autorização de pagamento.

242. Por meio desta prática generalizada e comumente adotada, o Banco prescindiu da devida crítica aos orçamentos apresentados, limitando-se aprovar custos informal e negligentemente. Da negligência



do Banco do Brasil, resultaram vícios na escolha dos fornecedores conforme se constata nas Estimativas de Custo nº 41.211/7 e 41.211/24 (fls. 1996 e 2017) em que as empresas Circus Filmes e Cinema Filmes são empresas de mesmos sócios e apresentam propostas de serviços simultaneamente para os mesmos objetos, descaracterizando a concorrência e inviabilizando a possibilidade de escolha das propostas mais vantajosas para a Administração. Ver documentos extraídos do sistemas CNPJ (fls. 2105/2110) para verificar a mesma composição societária das empresas Circus e Cinema Filmes.

243. Acerca disso, a unidade afirmou que *“Ficam prejudicadas, conforme esclarecimentos prestados no item 1 (que afirma que estimativa de custos é, na verdade, autorização de pagamentos). Esclarecemos que essa aprovação (de custos) se dá por meio eletrônico”* (fls. 957).

244. As ocorrências acima relatadas, ao revelarem a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência, colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações.

245. Cabe, portanto, em razão dessas ocorrências, a audiência dos responsáveis pela autorização de pagamento sem prévia crítica das propostas apresentadas pelos fornecedores, Srs. Carlos Alberto Reis de Figueiredo (fls. 1194, 2054) e Kadiê Rodrigues de Medeiros (fls. 1960, 1981, 1994, 1996, 2030, 2044, 2054, 2063, 2079 e 2090), gerente de divisão e gerente de divisão substituto, respectivamente.

1.9.5 Achado 5: falta de comprovação, pelo Banco, de que os serviços contratados foram devidamente executados.

246. Constatou-se que não há, no PT 2005/0506, documentos que atestem o recebimento, pelo Banco do Brasil, dos serviços contratados pela agência Ogilvy. Acerca disso, a unidade afirmou que *“não foi solicitado à agência de propaganda esse documento, uma vez que por tratar-se de execução de filmes e anúncios, entendemos que a correta execução do trabalho é verificada através da veiculação na TV e publicação nas revistas previstas no Plano de Midia. Entretanto passaremos a adotar esse procedimento a partir desta data”* (fl. 957).

247. Por considerar insuficiente a resposta do anterior, a equipe de auditoria voltou a questionar nos OR nº 915 2005-43 e 915/2005-44 (fls. 1671/1672) acerca dos comprovantes de recebimento de produtos/serviços adquiridos no âmbito de 50 PT, incluindo o de número 2005/0506. O questionamento foi realizado nos seguintes termos: *“Solicito de V. Sª, nos termos dos artigos 42 e 87 da Lei nº 8.443/92, fornecer a esta equipe de auditoria, comprovantes de recebimento (nota fiscal com identificação carimbo do recebedor ou outro documento que comprove o recebimento) dos produtos/serviços entregues/prestados pelas contratadas no âmbito dos protocolos relacionados abaixo”*. A resposta, novamente, confirma a completa inexistência de procedimento de certificação de recebimento de produtos/serviços no âmbito do conglomerado Banco do Brasil.

“Ao considerarmos a média de 50 itens contratados/produzidos por projeto e o total de 50 projetos relacionados nos ofícios desse Egrégio Tribunal, teríamos mais de 2.000 comprovantes de recebimento a serem levantados, o que envolveria relevante quantidade de diferentes fornecedores de diferentes regiões do país. Para levantamento de cada um dos canhotos das notas fiscais com identificação do recebedor, o Banco do Brasil teria que



contactar cada uma das agências de publicidade envolvida nos projetos, que por sua vez contactaria a respectiva agência de promoção, que por sua vez teria que contactar cada um dos inúmeros fornecedores envolvidos, os quais, de seu turno, teriam que eventualmente contactar as transportadoras que efetivaram a entrega do material produzido, correndo-se o risco de que não mais mantenham em arquivo os pretendidos documentos.

O tempo (vários níveis de contatos a serem realizados), a estrutura (quantidade de pessoas envolvidas) e o custo (ligações telefônicas e fretes aéreo/terrestre de várias partes do País para São Paulo, sede de algumas das agências de publicidade e do Banco do Brasil) envolvidos atentariam contra os princípios da economicidade, eficiência e celeridade por que deve se pautar qualquer administração". (fls.1674/1675)

Análise

248. A resposta apresentada pelo Banco, assinada por todos os gerentes-executivos da DIMAC, evidencia a total ausência de comprovação, pelo Banco, da regular execução dos produtos/serviços e, assim, afronta fortemente os dispositivos da Lei de Licitações, especialmente os arts 67, 73 e 76, que tratam do recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.

249. Considerando que a aprovação da EC deveria decorrer da certificação da realização dos serviços para, assim, respaldar a efetivação dos pagamentos, os Srs. Carlos Alberto Reis de Figueiredo (fls. 1994, 2054) e Kadiê Rodrigues de Medeiros (fls. 1960, 1981, 1994, 2030, 1996, 2044, 2054, 2063, 2079, 2090), gerente de divisão e gerente de divisão substituto, respectivamente, que aprovaram as EC, sem que os serviços tivessem sido devidamente comprovados pelo Banco, deverão ser chamados em audiência para apresentar suas razões de justificativas

1.10 PT 2004/2024 e PT 2005/0110

250. O PT 2004/2024 trata da campanha publicitária "Valores" (Produção de Comerciais para Televisão), desenvolvida pela agência D+ Brasil. Neste PT foram gastos R\$ 2.098.645,00 (fls. 2652) para a produção dos filmes, cachês, cópias para veiculação e geração de imagens.

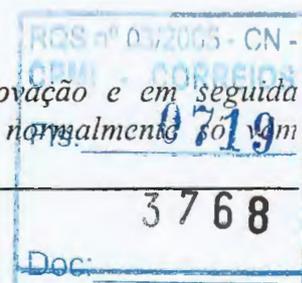
251. Já o PT 2005/0110 trata da continuação do PT 2004/2024, que também foi desenvolvida pela agência D+ Brasil. Foram gastos R\$ 1.039.532,00 (fls. 2708) para a mesma finalidade.

1.10.1 Achado 1: ausência de aprovação prévia e formal dos custos e das ações publicitárias pela Secom.

252. A partir da análise do PT 2004/2024 e do PT 2005/0110, verificamos a aprovação apenas informal dos custos pela Secom, por meio de *e-mail*, conforme registro das mensagens trocadas entre o Banco e aquela Secretaria (fls. 2670, 2673, 2677, 2715/2716 e 2727/2728). Além do informalismo, os custos, muitas das vezes, eram aprovados após o início da produção. (fls. 2667 e 2726)

253. Acerca disso, o Banco informou que:

"Os custos são repassados via correspondência eletrônica para aprovação e em seguida encaminhados à SECOM. Os orçamentos originais são assinados e normalmente anexados à EC na ocasião do pagamento da produção.





A data do lançamento da Campanha estava marcada para o dia 15/08/04, conforme nota técnica DIMAC 2004/2752, que foi despachada pelo Comitê de Administração da DIMAC em 20/07/04, despachada pelo Comitê de Comunicação em 27/07/04 e aprovado pelo Conselho Diretor em 03/08/04. Da data de aprovação restariam apenas 8 dias úteis para a produção dos primeiros filmes com gravações previstas no Brasil e no exterior."

Análise

254. De acordo com os arts. 8º, inc. III, e. 2º, inc. III, do Decreto n.º 4.799, de 4.8.2003, as ações publicitárias dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, do planejamento à execução, devem ser submetidas à prévia aprovação da Secom. Portanto, a ausência de aprovação formal e até a aprovação informal *a posteriori*, aqui constatadas, ferem os dispositivos do referido Decreto.

255. Os esclarecimentos prestados pelo Banco confirmaram que a aprovação dos custos pela Secom ocorre de modo informal. Embora a utilização de *e-mails* possibilite maior agilidade na apreciação dos custos, esse procedimento não garante que os serviços contratados e os seus custos foram os mesmos submetidos à apreciação da Secom e por ela aprovados. As cópias dos *e-mails* enviados à Secom, acompanhadas das planilhas de preços que teriam sido a eles anexadas, não comprovam que aquela Secretaria, de fato, apreciou os serviços e custos descritos nos orçamentos que integram os PT.

256. A justificativa apresentada pelo Banco para o início da produção antes da aprovação da Secom foi a de que o tempo destinado para a produção seria insuficiente. Essa justificativa não parece nem um pouco razoável, uma vez que um erro de planejamento não pode justificar um descumprimento normativo, ainda mais se considerarmos a materialidade dos recursos envolvidos (proposta de R\$ 3.820.000,00) (fls. 2661/2662).

257. Em que pesem tais considerações, é provável que os custos dos serviços tenham sido, na maior parte dos casos, submetidos à apreciação prévia da Secom, a despeito de serem encaminhados e aprovados informalmente por *e-mail*. Portanto, a tais ocorrências pode ser atribuído o caráter de falha formal, sem prejuízo de se propor determinação à unidade no sentido de rever seus procedimentos de forma que os custos das ações publicitárias sejam submetidos à aprovação prévia e formal da Secom, na forma da legislação em vigor.

258. Quanto à solicitação de aprovação dos custos da produção de filmes após ter sido iniciada, diante da materialidade dos recursos envolvidos e do flagrante desrespeito aos dispositivos do Decreto n.º 4.799, de 04.08.2003, cabe a realização de audiência do Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão responsável pela solicitação da aprovação da Secom (fls. 2698/2699).

1.10.2 Achado 2: ausência, no processo, de aprovação formal do Banco para realização dos serviços contratados.

259. Nos PT 2004 2024 e 2005 0110, os registros sobre a avaliação promovida pelo Banco acerca das cotações de preços apresentadas pela agência, quando existentes, consistiram de cópias de mensagens eletrônicas (*e-mails*) trocadas entre a agência D+ Brasil e funcionários daquela instituição.

260. Por meio de um prática generalizada e comumente adotada, o Banco prescindiu da devida formalização da aprovação das propostas, limitando-se a anexar cópias de *e-mails* ao processo, conforme exemplificado por documentos trazidos a estes autos (fls. 2670, 2673, 2677, 2715, 2716, 2727, 2728). Ademais, não há autorização formal emitida pelo Banco para a realização dos serviços.



261. Em relação a alguns serviços, não foi verificado sequer o registro, por *e-mail*, da submissão das propostas à avaliação do Banco antes da execução dos serviços.

Análise

262. A informalidade nos procedimentos adotados pelo Banco contraria disposições do contrato de publicidade firmado com a agência, pois, de acordo com as cláusulas 2.7.4, 2.7.12 e 12.4, a contratada poderia executar os serviços somente após aprovação formal do Banco.

263. Cabe destacar que em resposta a questionamento da equipe de auditoria por meio do ofício nº 915/2005-38, o Banco afirma que *“Normalmente a EC [Estimativa de Custo] é emitida na ocasião do pagamento, quando a produção já foi realizada. Os custos são repassados por correspondência eletrônica e aprovados anteriormente à emissão de EC, que só é encaminhada ao BB na data do pagamento, juntamente com as propostas originais assinadas.”* (fls. 1534). Dessa forma, a entidade confirmou que a aprovação da EC era posterior à realização dos serviços contratados, de forma a atestar a prestação desses e respaldar os pagamentos subsequentes, não sendo utilizada como aprovação para realização de serviços.

264. Tendo em vista que pagamentos de serviços foram efetuados sem que houvesse aprovação formal do Banco para a execução dos serviços, entende-se pertinente a audiência do gestor que autorizou os pagamentos, mediante a aprovação das EC, Sr. Francícero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão (fls. 2698, 2699, 2744/2747).

1.10.3 Achado 3: falta de comprovação, pelo Banco, de que os serviços contratados foram devidamente executados.

265. Constatou-se que os serviços contratados pelas agências não foram atestados formalmente pelo Banco. Há no PT 2004/2024 apenas recibos de 13 filmes e, ainda, 22 filmes em CD. Já no PT 2005 0110 não há nenhum documento do Banco atestando o recebimento do produto ou a prestação de serviço.

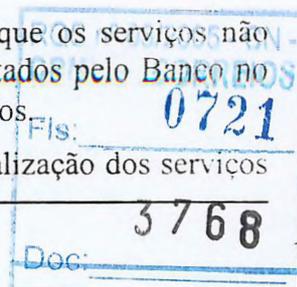
266. Acerca disso, em resposta aos ofícios de requisição nº 43 e 44, de 24/10/2005, o Banco afirmou que *“desde a Ordem de Serviço 11/2004, de 11.02.2004, provocada pela recomendação da Auditoria Interna constante do relatório concluído no final de 2003, o controle de comprovação do recebimento dos produtos serviços entregues/prestados por empresas contratadas vem passando por processo de continuo aprimoramento dos procedimentos adotados na condução de projetos na empresa.”* (fls. 1674). No entanto, nenhum comprovante foi apresentado.

Análise

267. A ausência de comprovação, pelo Banco, da regular execução dos serviços pelas contratadas fere dispositivos da Lei de Licitações, especialmente os arts 67, 73 e 76, que tratam do recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.

268. A partir dos esclarecimentos prestados pelos gestores, restou confirmado que os serviços não foram atestados pelo Banco. Isso demonstra a fragilidade dos procedimentos adotados pelo Banco no sentido de certificar-se de que os serviços contratados foram devidamente executados.

269. Considerando que a aprovação da EC deveria decorrer da certificação da realização dos serviços





para, assim, respaldar a efetivação dos pagamentos (fls. 1534), aqueles que aprovaram as EC, sem que os serviços tivessem sido devidamente comprovados pelo Banco, deverão, por tal irregularidade, ser chamados em **audiência** para apresentar suas razões de justificativas.

270. Em relação aos serviços contratados no âmbito do PT 2004/2024 e do PT 2005/0110, as EC foram aprovadas pelo Sr. Francícero C. Vieira de Araújo (fls. 2698/2699, 2744/2747).

1.10.4 Achado 4: ausência, no processo, de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência.

271. Por imposição contratual, as agências devem apresentar três propostas com fornecedores distintos, dentre as quais é escolhida a mais vantajosa para o Banco. A fragilidade de tal procedimento, que não prevê pesquisas nem confirmações da compatibilidade dos preços junto a fornecedores por parte dos funcionários do Banco, não garante que as cotações realizadas pelas agências sejam as mais vantajosas para o Banco.

272. Questionados pela equipe de auditoria acerca dos procedimentos adotados no sentido de assegurar o cumprimento da cláusula 2.7.4.6 que obrigava a agência a transferir integralmente as bonificações (fls. 1497), os gestores do Banco se limitaram a informar que realizam o procedimento usual de cotação de preços previsto no contrato (ver item 270), que a partir de meados deste ano passaram a comparar as ofertas de preços com as bases históricas constantes de seu banco de dados, que a realização de toda e qualquer ação de comunicação deve ser submetida à prévia aprovação da Secretaria de Comunicação de Governo e Gestão Estratégica-SECOM/PR, por força do Decreto nº 4.799/2003, e que essas práticas garantem o integral respeito às condições contratuais e permitem optar pela proposta mais vantajosa para o Banco "(...)*seja em termos de preço, seja em termos de qualidade, prazo, eficiência ou qualquer outro critério adotado, (...)*". (fls. 1503 e 1504)

273. Prova da total falta de zelo e descontrole por parte do Banco é a mensagem eletrônica (*e-mail*) encaminhada por assessor do Banco a funcionários da D+ Brasil (fls. 2680/2682) com os seguintes dizeres: "*Fernando, com relação às EC, assinei um milhão de EC de geração/cópia de veiculação ... cadê a relação disso pra eu poder controlar... olha a auditoria... E a EC de 475 mil de produção e finalização dos 23 filmes???? Pode me explicar??? Vivi*".

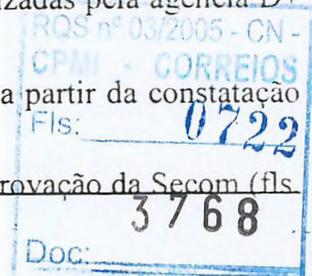
274. Em resposta ao ofício de requisição nº 915/2005-38 que solicitava a discriminação por filme, emissora e praça da utilização dos serviços de geração de imagem e cópias de veiculação, o Banco se limitou a enviar tabela com os filmes e seus respectivos períodos de veiculação, além de uma grade demonstrando a veiculação dos filmes, não encaminhando nenhum documento que esclarecesse de que forma foram utilizados, e se foram, os serviços de geração de imagem e de cópias para veiculação (fls. 1534).

275. Dessa forma, fica comprovado o total descontrole do Banco em relação a esses serviços contratados, que ainda assim foram pagos, demonstrando um total descomprometimento com o controle e com os princípios que devem nortear a Administração Pública.

276. Entre as propostas apresentadas pelas empresas que concorreram à contratação dos serviços, foram identificados vícios que comprometem a confiabilidade das cotações realizadas pela agência D+ Brasil.

277. Da análise dos PT 2004/2024 e 2005/0110, essa situação foi evidenciada a partir da constatação das seguintes ocorrências:

278. aprovação informal da produtora Radar Cinema e Televisão Ltda sem a aprovação da Secom (fls.





1534, item 5);

279. cotação de preços realizada a partir de propostas com diferentes condições de pagamentos (fls. 2698/2708);

280. ausência, no processo, das planilhas que seriam as reais estimativas de custos para aquisição dos serviços e produtos.

Análise

281. A inexistência de análise das propostas dos fornecedores apresentadas pela agência, dando ensejo, por exemplo, às ocorrências acima relatadas, revelou a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência. Com sua omissão, os gestores colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações

282. Conforme já explicado neste relatório, a aprovação, pelo Banco, da proposta vencedora ocorria de forma informal, por meio de *e-mail*.

283. Assim sendo, a aprovação formal das cotações apresentadas pela agência e, por conseguinte, da proposta vencedora dava-se, de fato, com a aprovação da EC, mesmo ocorrendo em data posterior à conclusão dos serviços.

284. Cabe, portanto, em razão dessas ocorrências, a audiência do Sr. Francicero C. Vieira de Araújo, Gerente de Divisão (fls. 2698, 2699, 2744/2747), responsável pela autorização de pagamento de serviços cujos custos foram aprovados informalmente e sem análise de cotações.

1.10.5 Achado 5: ausência de propostas de preços para a aquisição de produtos.

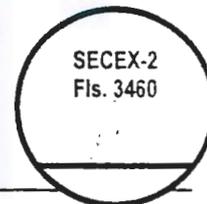
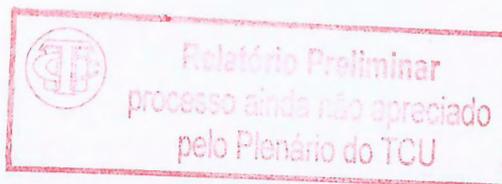
285. Consta no PT 2005/0110 que o Banco contratou a produção de dois filmes sem apresentação de três propostas, conforme dispõe o item 2.7.4.1 da cláusula segunda, baseada em mera informação da agência, conforme resposta ao questionamento feito por meio do ofício de requisição nº 915/2005-38

286. Acerca disso, o Banco afirmou que *"A agência de publicidade já tinha sinalizado que nenhuma outra produtora praticaria preço inferior ao da Radar, pelo ganho de escala que ela teve."* (fls. 1529, item 4).

Análise

287. Com relação aos esclarecimento prestado pelo Banco para a contratação sem apresentação de três propostas, verifica-se que ela não se sustenta, uma vez que o item 2.7.4.2 da cláusula segunda do contrato dispõe que *"Se não houver possibilidade [grifo nosso] de obter 3 (três) propostas, a contratada deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito."* As justificativas previstas não foram apresentadas. Ademais, o Banco não poderia abrir mão desse procedimento, já que agindo assim fere os princípios da Administração Pública.

288. Cabe, portanto, em razão dessa ocorrência, a **audiência** do Gerente de Divisão, Sr. Francicero C. Vieira de Araújo, que autorizou pagamento de serviços cuja contratação afrontava a disposição



contratual do item 2.7.4.2.

1.11 PT 2004/0390 (D+): CALENDÁRIO 2005

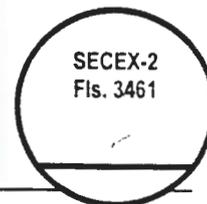
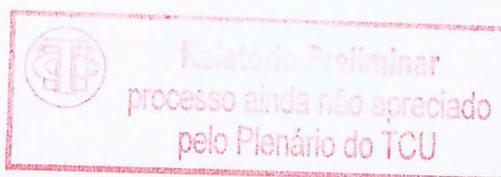
1.11.1 Achado 1: falhas na organização e formalização do processo.

Foram identificados algumas folhas ao final do processo sem a devida numeração e rubrica do responsável. Questionado (fl. 1514), o gestor respondeu que *“a rotina não foi observada à época por entendimento equivocado do responsável. Foi solicitado a devida correção.”* (fl. 2552)

Análise

289. A ausência de numeração e rubrica das folhas, cuja ocorrência limitou-se a poucos documentos, pode receber o caráter de falha formal, cabendo apenas determinação à unidade no sentido de que aprobe rotinas, e as fiscalize, que garantam o disposto no art. 38 da Lei n.º 8.666/93.





ANEXO – B

ACHADOS DE AUDITORIA RELATIVOS AOS PROCESSOS DE PATROCÍNIO

1 PT 2001/0002

1. O PT 2001/0002 trata do Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia de 2001, objeto do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco e a Confederação Brasileira de Vôlei – CBV. Para o ano de 2001, o valor do patrocínio foi de R\$ 7.450.000,00. Além desse repasse, o Banco arcaria com as despesas de transporte e de hospedagem da comissão técnica, de dirigentes da CBV e de seus representantes oficiais até o limite de R\$ 500.000,00, conforme previsão contratual (fls. 1205/1224, anexo 1 ao TC 012.095/2005-8).

1.1 Achado 1: ausência de comprovação de que as exigências contratuais foram cumpridas pela CBV.

2. Da análise dos processos, não restou comprovado o cumprimento, pela CBV, de exigências previstas nos contratos de patrocínio firmados com o Banco do Brasil, a chamada contrapartida, tendo sido identificada a seguinte ocorrência: ausência de comprovação do fornecimento de 1.400 camisetas em cada etapa, além de 100 camisetas de trabalho, 50 camisetas de jogo masculino e 50 tops oficiais do circuito de vôlei de praia (fls. 1209, anexo 1 ao TC 012.095/2005-8);

3. O Banco do Brasil informou que a CBV não descumpriu as cláusulas contratuais e que a comprovação do fornecimento de camisetas durante o Circuito Vôlei de Praia poderia ser feita por meio da análise das fotos e clipping que foram encaminhados (fls.12, anexo 1 ao TC 012.095/2005-8).

Análise

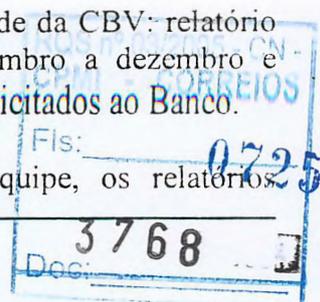
4. Entendemos que o simples envio de fotos do evento não é suficiente para comprovar o fornecimento de todo material. O clipping enviado também não serve para comprovar a conferência de todo material (fls. 1495/1524, anexo 1).

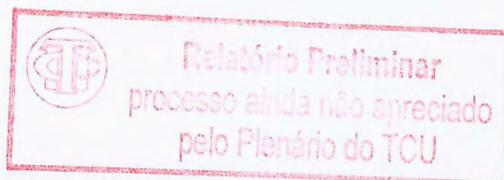
5. A ausência de comprovação, pelo Banco, do cumprimento das obrigações contratuais pela patrocinada constitui-se em desrespeito à Lei de Licitações, que, em seus arts 67, 73 e 76, vincula a Administração Pública ao devido recebimento do objeto contratual.

1.2 Achado 2: descumprimento das exigências contratuais para a comprovação da utilização de recursos pela CBV

6. Notamos no processo a ausência dos relatórios mensais de responsabilidade da CBV: relatório discriminado da utilização dos recursos liberados relativo aos meses de setembro a dezembro e relatório de desempenho das duplas nos campeonatos mundiais, os quais foram solicitados ao Banco.

7. Acerca disso, O Banco do Brasil enviou, após notificação desta equipe, os relatórios





discriminados da utilização de recursos liberados referente aos meses de setembro, outubro, novembro e dezembro (fls.45/48, anexo 1). Quanto ao relatório de desempenho das duplas nos campeonatos mundiais, o Banco do Brasil esclareceu que esse acompanhamento se dava mediante a verificação do ranking da Federação Internacional de Voleibol – FIVB que apontava o desempenho das duplas brasileiras (fls.12, anexo 1).

Análise

8. Consideramos que as informações do Banco são extremamente frágeis quanto à utilização de recursos. Nos relatórios de utilização dos recursos pela CBV referentes ao período de janeiro a agosto, encontrados inicialmente no processo, constava a data do relatório. Nos relatórios encaminhados posteriormente pelo Banco, não encontramos nenhuma data nem assinatura dos responsáveis. Não há como afirmar que os relatórios encaminhados sejam confiáveis, podendo até mesmo terem sido produzidos após a solicitação desta equipe de auditoria.

1.3 Achado 3: falta de comprovação da compatibilidade entre as despesas e a fonte de pagamento

9. Quanto às despesas de transporte e de hospedagem realizadas pela CBV e arcadas pelo Banco por previsão contratual, verificou-se despesas de passagens e hospedagens no valor de R\$ 689.656,24, ultrapassando em R\$ 189.656,24 o valor estabelecido no contrato (fls.198/412, anexo1). Além disso, não há comprovação de que os beneficiários dessas passagens e hospedagens estivessem incluídos entre os especificados na cláusula 4.2.1.

10. Acerca disso, o Banco do Brasil afirmou que os pagamentos de R\$ 189.656,24 não estava relacionados com a cláusula 4.2.1 do contrato de patrocínio. Esse valor referia-se às passagens e hospedagens dos atletas do CBBVP que eram responsabilidade do BB por ser ação promocional (fls. 14, anexo 1).

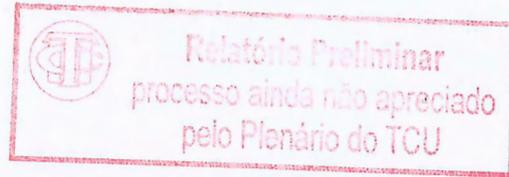
Análise

11. De acordo com a cláusula 4.2.1 do contrato de patrocínio, o Banco do Brasil “arcará também com as despesas de transporte e de hospedagem, comissão técnica, dirigentes da Confederação Brasileira de Voleibol e seus representantes oficiais, até o limite de R\$ 500.000,00 para cada ano da vigência do contrato”.

12. Analisando as autorizações de pagamentos feitos pelo Banco do Brasil por intermédio da BBTUR (fls.198/412, anexo1), no que diz respeito aos gastos com passagens e hospedagem, concluímos ser impossível discriminar quais são os gastos que caberiam à Confederação Brasileira de Voleibol e quais os são os gastos que caberiam ao Banco do Brasil. Não há diferenças entre as autorizações de pagamento que permitam fazer essa análise.

13. Faz-se necessário, portanto, e devida discriminação dos pagamentos efetuados pela BBTUR, para que possa ser avaliado o cumprimento da cláusula 4.2.1 do contrato de patrocínio realizado entre Banco do Brasil e a Confederação Brasileira de Voleibol.





1.4 Achado 4: ausência no processo de relatórios de acompanhamento da realização do circuito de vôlei de praia.

14. Não encontramos no processo os relatórios do Banco do Brasil acerca dos resultados concernentes às etapas realizadas no ano de 2001 conforme previsto nas normas contratuais.

15. Acerca disso, o Banco do Brasil afirmou que “as unidades regionais do Banco produziam posteriormente relatório, detalhando ações dessas etapas” (fls 12, anexo 1).

Análise

16. O Banco encaminhou o relatório referente a etapa de João Pessoa, salientando ainda que os relatórios referentes às outras etapas estariam a disposição deste Tribunal. (fls. 1495/1524, anexo 1). Apesar do atendimento a posteriori, convém ressaltar que esse relatório, assim como os demais, não faziam parte do processo no exame inicial dessa auditoria.

1.5 Achado 5: falhas na organização e formalização do processo.

17. A partir da análise do PT 2001/0002, constatou-se que as estimativas de custo – ECs não apresentavam a data de sua aprovação (fls.49/144, anexo 1) e que o processo não apresentava numeração das folhas, o que dificultava sua análise.

Análise

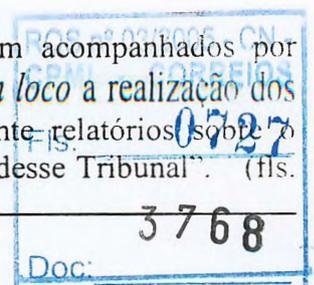
18. A falta da data de aprovação nas ECs poderia ser considerada uma falha de caráter formal, se identificada em casos isolados. Destaca-se, no entanto, o fato de tal constatação ter sido frequente nos diversos documentos analisados. A insistência em não registrar a data de aprovação das ECs caracteriza a falta de zelo do gestor na condução e formalização dos atos que compõem o processo, dificultando o controle sobre a execução do contrato.

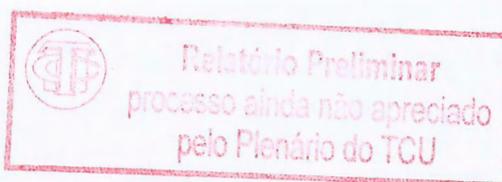
19. A falta de numeração de páginas também demonstra a falta de zelo do gestor na condução do processo, que pode ser entendida como uma forma de burlar o controle.

1.6 Achado 6: pagamentos de serviços sem a comprovação pelo Banco de que foram devidamente executados.

20. Em consulta ao PT2001/0002, não foram verificados documentos que atestem a execução dos serviços contratados via agência ou via BBTUR, a exemplos daqueles cujas ECs foram anexadas a estes autos (fls.49/144, anexo 1).

21. Acerca disso, o Banco do Brasil afirmou que “todos os eventos foram acompanhados por funcionários do BB, de níveis gerencial e de assessoramento, que verificaram *in loco* a realização dos serviços prestados. As unidades regionais do Banco produziam posteriormente relatórios sobre o evento. Além disso, existem registros fotográficos e jornalísticos, à disposição desse Tribunal”. (fls. 10, anexo 1).





Análise

22. A alegada verificação *in loco* não está documentada e os relatórios apenas demonstram que as etapas ocorreram, porém não provam que a quantidade contratada foi corretamente executada (fls. 1495/1524, anexo 1).

23. Os registros fotograficos encaminhados pelo Banco também não são suficientes para comprovar que os serviços foram corretamente prestados. Os mesmos registros fotográficos, por exemplo, são utilizados como forma de comprovar o fornecimento de camisetas a cargo da CBV, por exigência contratual e o fornecimento de camisetas a cargo da agência DNA, presentes nas ECs acima citadas. É inadmissível a comprovação de prestação de serviço por fotografias.

24. A falta de comprovação da realização dos serviços contratados constiuti-se em desrespeito aos arts 67, 73 e 76 da Lei de Licitações, que orienta o devido recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.

1.7 Achado 7: aprovação de estimativas de custos elaboradas a partir de orçamentos apresentados sem confiabilidade.

25. Entre os orçamentos apresentados pelas empresas que concorreram à contratação dos serviços, foram identificados vícios que comprometem a confiabilidade das cotações realizadas pela agência DNA e, por conseguinte, indício de vantagem obtida com os preços ofertados na proposta vencedora.

26. Essa situação foi evidenciada a partir da constatação de orçamentos das empresas apresentados sem a devida formalização: ausência de assinaturas e/ou de identificação satisfatória dos responsáveis pelo orçamento (fls. 49/144, anexo 1).

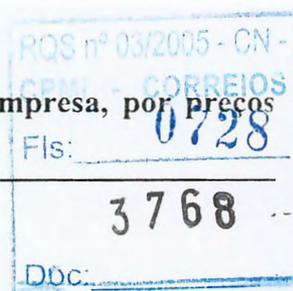
27. O Banco informou que “eventualmente, em alguns casos, pode ter ocorrido o recebimento de orçamentos sem assinatura ou com deficiente identificação do respectivo responsável” (fl.11, anexo 1).

Análise

28. As ocorrências acima relatadas, ao revelarem a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência, colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da proibidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações.

29. Percebemos que nenhum dos orçamentos, apresentados pela Confecções Girelli Ltda., pela Torres & Alves Indústria e Comércio Ltda. e pela Malharia Ferreira Perez Ltda., foi assinado.

1.8 Achado 8: aquisição dos mesmos produtos, produzidos pela mesma empresa, por preços diferentes.





30. Para o circuito de vôlei de 2001, o Banco do Brasil adquiriu alguns produtos da empresa Malharia Ferreira & Perez Ltda. tanto por meio da agência DNA, como pela BBTUR. Comparando os preços de cada mercadoria constantes das notas fiscais apresentadas pela BBTUR (fls.145/197, anexo 1) com os preços das propostas que subsidiaram as Estimativas de Custo - ECs elaboradas pela DNA (fls.49/144, anexo 1), constata-se que os preços orçados não apresentam qualquer tipo de controle.

31. Selecionamos alguns produtos semelhantes produzidos pela Malharia Ferreira & Perez Ltda em datas próximas e observamos que os mesmos produtos foram adquiridos pela BBTUR e pela DNA a preços significativamente diferentes, conforme apontado na tabela abaixo:

agência DNA					
Objeto	Quantidade	valor	valor unitário	EC	Data
Camisa regata jogador	600	4.530,00	7,55	BCB0301-0777	30/03/2001
Camiseta expositor	30	201,90	6,73	BCB0301-0774	29/03/2001
Camiseta produção	20	134,60	6,73	BCB0301-0765	29/03/2001
Camiseta monitor	100	673,00	6,73	BCB0301-0762	29/03/2001
Camiseta apoio/boleiro	200	1.346,00	6,73	BCB0301-0769	29/03/2001
Camiseta coordenação	20	134,60	6,73	BCB0301-0767	29/03/2001
top feminino	520	4.570,80	8,79	BCB0301-0775	04/04/2001
Camiseta mortalha torcida	1400	6.440,00	4,60	BCB0301-0810	30/03/2001
Bermudão de brim	40	512,00	12,80	BCB0301-0809	02/04/2001
Bermuda de tactel	100	1.280,00	12,80	BCB0301-0806	30/03/2001

BBTUR					
objeto	quantidade	valor	valor unitário	Nota fiscal	Data
Camisa regata jogador	500	3.185,00	6,37	7333	19/04/2001
Camiseta expositor	20	142,00	7,10	7165	19/03/2001
Camiseta expositor	35	235,55	6,73	7279	10/04/2001
Camiseta expositor	25	168,25	6,73	7333	19/04/2001
Camiseta produção	25	177,50	7,10	7165	19/03/2001
Camiseta produção	5	33,65	6,73	7333	19/04/2001
Camiseta monitor	80	568,00	7,10	7165	19/03/2001
Camiseta monitor	9	60,57	6,73	7279	10/04/2001
Camiseta apoio	60	426,00	7,10	7165	19/03/2001
Camiseta apoio	20	134,60	6,73	7279	10/04/2001
Camiseta coordenação	10	71,00	7,10	7165	19/03/2001
Camiseta coordenação	20	134,60	6,73	7279	10/04/2001
Top feminino	100	742,00	7,42	7445	15/05/2001
Top feminino	100	928,00	9,28	7175	22/03/2001
Camiseta mortalha torcida	100	486,00	4,86	7175	22/03/2001
Bermuda de brim	150	1.470,00	9,80	7098	05/03/2001
Bermuda de tactel	150	1.413,00	9,42	7098	05/03/2001

32. Pode ser observado, por exemplo, que um top feminino custou ao Banco, R\$ 8,79 em 04/04/2001



em compra feita por meio da agência DNA (EC:BCB0301-0775, fl.82, anexo 1). O mesmo produto foi adquirido pelo Banco do Brasil em 15/05/2001 por R\$ 7,42 (nota fiscal: 7445, fl.197, anexo 1). Não conseguimos entender o motivo do preço da DNA ser maior que o praticado pela BBTUR, dado que a quantidade adquirida através da BBTUR é menor e a data da compra realizada pela DNA é posterior a compra realiza pela BBTUR.

33. Outro forte indício do descontrole de preços generalizado ocorrido no Banco, diz respeito as compras dos mesmos tops femininos citados, realizadas pela BBTUR. Conforme apontamento acima, o Banco do Brasil adquiriu 100 tops femininos ao preço de R\$ 7,42, em 15/05/2001. Dois meses antes dessa compra, esses tops foram comprados pelo Banco, através da mesma BBTUR pelo valor de R\$ 9,28 (nota fiscal:7175, fl. 187, anexo 1), o que representa um valor 25.07 % maior.

34. Outros produtos também apresentaram comportamento semelhante, como pode ser observado na tabela acima.

35. Ao ser questionado sobre o motivo da aquisição de produtos da mesma empresa ora pela DNA, ora pela BBTUR, o Banco do Brasil justificou que os produtos adquiridos via agência DNA eram os produtos originais enquanto à BBTUR cabia a aquisição de peças promocionais como, por exemplo, réplicas de camisetas e tops oficiais.(fls.11, anexo 1)

Análise

36. Considerando que as aquisições, tanto por meio da DNA como pela BBTUR, foram efetuadas no âmbito do mesmo processo, PT 2001/0002, não há como falar em desconhecimento da diferença de preços.

37. Causa estranheza o fato da mesma empresa produzir réplicas de seus próprios produtos. Além disso, supondo ser verdadeira a informação do Banco, não existe motivo para alguns produtos apresentarem o mesmo preço ao ser adquirido pela DNA e pela BBTUR ou até, em alguns casos, preço maior praticado pela BBTUR, dado que esta foi responsável apenas por réplicas.

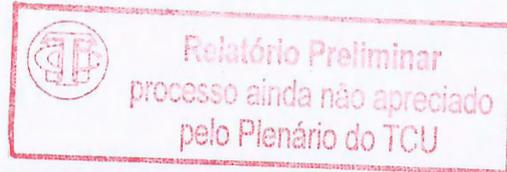
2 PTs 2002/0037 e 2002/0040

38. O PT 2002/0037 trata do circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia de 2002, objeto do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco e a Confederação Brasileira de Voleibol (CBV). Para o ano de 2002, o valor do patrocínio foi de R\$ 8.775.210,00 (fls. 431/434, anexo 1).

39. Para a realização do circuito de 2002, o Banco repassou à essa entidade, em 12 parcelas (fls. 535-634, anexo 1), o montante de R\$ 8.223.310,00. Além desse repasse, o Banco arcou com as despesas de transporte e de hospedagem da comissão técnica, de dirigentes da CBV e de seus representantes oficiais até o limite de R\$ 551.900,00 (fl. 533, anexo 1), conforme previsão contratual.

40. O PT 2002/0040 refere-se ao desenvolvimento de ações promocionais durante o Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia. Entre os serviços contratados para essas ações, estão incluídos os de impressão de cartazes, convites e folders, de confecção de bonés, crachás e camisas, de transporte, aluguel de materiais e de assistência médica.

41. Para a contratação desses serviços, houve a intermediação da agência DNA, a qual deveria



apresentar ao Banco propostas de preço de três fornecedores. De acordo com a planilha de pagamentos disponibilizada pelo Banco, as despesas no âmbito desse PT totalizaram R\$ 442.533,70 (fls. 993/997, anexo 1).

2.1 Achado 1: ausência de comprovação de que as exigências contratuais foram cumpridas pela CBV.

42. Da análise dos processos, não restou comprovado o cumprimento, pela CBV, de cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de 1.400 camisetas em cada etapa, além de 100 camisetas de trabalho, 50 de jogo masculino e 50 tops oficiais do circuito de vôlei de praia.

43. Segundo o Banco (fl. 18, anexo 1), “não se verificou qualquer descumprimento, pela CBV, dessas cláusulas contratuais”. Informou que cabiam aos funcionários do Banco o recebimento e a distribuição das camisetas de torcida e de relacionamento, normalmente repassadas aos clientes ou utilizadas em cessões de autógrafos. Em anexo a seus esclarecimentos, o Banco encaminhou o relatório da etapa de Cuiabá (fls. 1225/1309, anexo 1).

Análise

44. A referida ocorrência ilustra a falta de comprovação do cumprimento pela CBV de obrigações da patrocinada previstas na cláusula 5.1, incisos XVIII e XIX, do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco do Brasil e aquela Confederação para o Circuito Brasileiro de Vôlei de Praia (fl. 1209, anexo 1).

45. A ausência de comprovação, pelo Banco, do cumprimento das obrigações contratuais pela patrocinada constituiu-se em desrespeito à Lei de Licitações, que, em seus arts 67, 73 e 76, vincula a Administração Pública ao devido recebimento do objeto contratual.

46. Embora o Banco tenha afirmado que a CBV cumprira as referidas cláusulas contratuais, não constam dos processos analisados os documentos comprobatórios do recebimento das camisetas. O relatório encaminhado pelo Banco sequer faz referência ao cumprimento das cláusulas pela CBV. Importa informar que, em cada etapa, o Banco adquiriu diversas camisetas, sendo impossível avaliar, diante da ausência de documentos comprobatórios, se a CBV contribuiu com parte do material utilizado nas etapas.

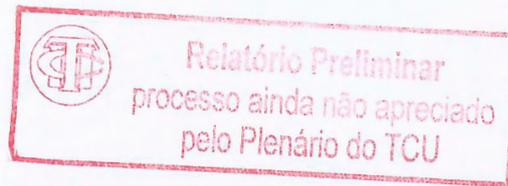
47. Apesar do descumprimento de exigências contratuais pela patrocinada, todas as parcelas de patrocínio foram pagas à CBV (fls. 535/634, anexo 1).

2.2 Achado 2: descumprimento das exigências contratuais para comprovação da utilização dos recursos pela CBV.

48. Constatou-se a fragilidade do mecanismo previsto no contrato de patrocínio para comprovação da utilização dos recursos pela CBV, que se restringiu à exigência de envio discriminado da utilização dos recursos liberados.

49. Não tendo sido identificados nos processos analisados, o Banco, após questionamento da equipe de auditoria, encaminhou os relatórios mensais do período de janeiro a dezembro de 2002 (fls.





1310/1321, anexo 1).

Análise

50. De acordo com a cláusula 5.1, inciso V, do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco do Brasil e a CBV, a patrocinada é responsável por elaborar e encaminhar, mensalmente, um “relatório discriminado da utilização dos recursos liberados” (fl. 1207, anexo 1).

51. No entanto, sem os documentos comprobatórios das despesas realizadas pela CBV, o relatório previsto no contrato é de pouco valor para a certificação da devida aplicação dos recursos no objeto de patrocínio.

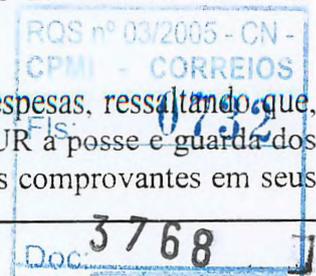
52. Consideramos que as informações do Banco são extremamente frágeis quanto à utilização de recursos. Nos relatórios encaminhados posteriormente pelo Banco, não encontramos nenhuma data nem assinatura dos responsáveis (fls. 1310/1321, anexo 1). Não há como afirmar que os relatórios encaminhados sejam confiáveis, podendo, até mesmo, terem sido produzidos após a solicitação desta equipe de auditoria.

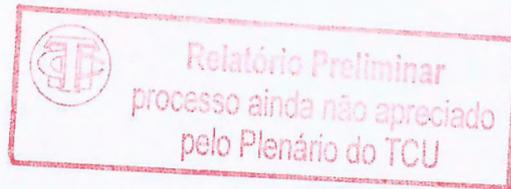
2.3 Achado 3: ressarcimento indevido de despesas da CBV não previstas contratualmente ou indevidamente comprovadas.

53. Quanto às despesas de transporte e de hospedagem realizadas pela CBV e arcadas pelo Banco por previsão contratual, verificaram-se tais ocorrências:

- a) ausência dos comprovantes de despesas com transporte e hospedagem, a exemplo dos pagamentos referentes às faturas da BBTUR n.º 325068, 264372 e 261070 (fls. 451/478, anexo 1), sendo que, para esta última, foram anexados comprovantes de despesas concernentes a outra fatura, n.º 261074, para a qual não consta a autorização de pagamento;
- b) ressarcimento de despesas com passagens aéreas e hospedagens sem que houvesse comprovação de que os beneficiários (passageiros/hóspedes) estavam incluídos entre os especificados no contrato de patrocínio (fls. 479/493, anexo 1);
- c) ressarcimento de despesas com alimentação e telefone, não amparadas pelo contrato de patrocínio (fls. 494/518, anexo 1);
- d) ressarcimento de passagens aéreas sem que houvesse a fatura de prestação de serviços emitida pela BBTUR ou quaisquer outros comprovantes (fls. 435/444, anexo 1);
- e) falta de discriminação e comprovação das despesas com hospedagem e transporte, não sendo possível avaliar se tais despesas satisfaziam as condições estabelecidas na cláusula 4.2.1 do contrato de patrocínio (fls. 445/450, anexo 1).

54. Em relação ao item “a”, o Banco não apresentou os comprovantes de despesas, resultando que, antes da avaliação da Auditoria Interna do Banco, até 2003, competia à BBTUR a posse e guarda dos comprovantes das despesas realizadas” e que, “atualmente, o Banco mantém os comprovantes em seus





arquivos” (fl. 16, anexo 1).

55. Quanto ao item “b”, embora o Banco tenha fornecido breve descrição sobre a finalidade das despesas, permaneceu sem comprovação a compatibilidade dos beneficiários (hóspedes/passageiros) com aqueles especificados no contrato de patrocínio. Ademais disso, o Banco afirmou que as despesas relativas à fatura n.º 274599 foram indevidamente pagas no PT 2002/0037, pois referem-se a ações promocionais, executadas no âmbito do PT 2002/0040. Todavia, esclareceu que “isso não gerou prejuízos ao Banco e nem a verba contratual foi ultrapassada” (fls. 16 e 17, anexo 1).

56. No que se refere ao ressarcimento de despesas com alimentação e telefone (item “c”), apesar da falta de previsão contratual, o Banco reconheceu que autorizara, excepcionalmente, a inclusão de despesas extras, exceto bebidas alcóolicas (fl. 17, anexo 1). No contrato de patrocínio para o período de 2005 a 2008, despesas com esses serviços foram previstas.

57. Em relação ao item “d”, de acordo com o Banco (fl. 15, anexo 1), os pagamentos ocorreram em conformidade com o que estabelece a cláusula 4.2.1 do contrato de patrocínio. Acrescentou que os serviços foram realizados por meio da BBTUR, haja vista que as Notas de Débito foram emitidas pela CBV contra aquela agência.

58. Por fim, quanto ao item “e”, o Banco discorreu sobre a finalidade das despesas e, novamente, destacou que, antes da auditoria interna realizada em 2003, os comprovantes ficavam na posse e guarda da BBTUR (fls. 15 e 16, anexo 1). Essas despesas, segundo o Banco, também foram pagas indevidamente no PT 2002/0037, já que foram realizadas em ações promocionais.

Análise

59. De acordo com a cláusula 4.2.1 do contrato de patrocínio (fl. 1206, anexo 1), o Banco do Brasil “arcará também com as despesas de transporte e de hospedagem, comissão técnica, dirigentes da Confederação Brasileira de Volley-Ball e seus representantes oficiais, até o limite de R\$ 500.000,00 para cada ano da vigência do contrato”.

60. Portanto, para que ocorra o ressarcimento dessas despesas, é imprescindível que haja correlação entre as despesas e o objeto contratual e que os beneficiários sejam aqueles relacionados no contrato. A falta de comprovação dessas condições torna indevidos os pagamentos respaldados no contrato de patrocínio.

61. Pela previsão contratual, as únicas despesas que seriam arcadas pelo Banco seriam as despesas de transporte e de hospedagem, não estando incluídos os gastos com alimentação e ligações telefônicas.

62. O Banco arcaria com as despesas, até o limite de R\$ 500.000,00, mediante crédito aberto na BBTUR Viagens e Turismo Ltda., que seria responsável pelo controle da conta corrente e deveria efetuar as contratações dos serviços a preços compatíveis com os praticados pelo mercado. Assim sendo, não há respaldo contratual para o ressarcimento de passagens aéreas com base apenas em nota de débito apresentada pela própria CBV, sem que houvesse a emissão de fatura de prestação de serviços pela BBTUR ou a apresentação de quaisquer outros comprovantes.





2.4 Achado 4: falta de comprovação da compatibilidade entre as despesas e a fonte de pagamento.

63. As despesas de transporte e hospedagem seriam arcadas pelo Banco, conforme a finalidade dos gastos, mediante crédito de até R\$ 551.900,00, disponibilizado à Confederação Brasileira de Voleibol (CBV) e executado no âmbito do PT 2002/0037, ou mediante recursos destinados a ações promocionais, tratadas no PT 2002/0040.

64. No entanto, não constando dos PTs as justificativas das viagens e a devida comprovação dos gastos delas decorrentes, inclusive com a identificação dos beneficiários, torna-se impossível, a partir da análise dos processos, concluir sobre a compatibilidade entre a natureza das despesas e a finalidade dos recursos aplicados.

65. Não há transparência nos procedimentos adotados pelo Banco, já que os PTs carecem de informações que esclareçam, de forma suficiente, se determinada despesa de transporte ou hospedagem deveria ser, de fato, arcada com recursos destinados a ações promocionais (PT 2002/0040) ou com o crédito disponibilizado à CBV pelo contrato de patrocínio (PT 2002/0037).

66. Há casos, inclusive, de pagamentos indevidos decorrentes da utilização do crédito de patrocínio para ressarcir despesas de hospedagem e transporte em ações promocionais. Em resposta a questionamentos da equipe de auditoria sobre alguns casos de comprovação inadequada das despesas, o Banco reconheceu que algumas faturas foram pagas indevidamente no PT 2002/0037, quando os pagamentos deveriam ter sido efetuados no âmbito do PT 2002/0040, pois tratavam-se de despesas com ações promocionais. Entre as evidências dessa constatação, estão os pagamentos das faturas da BBTUR n.º 354/02, 361/02 e 274599 (fls. 16 e 17, anexo 1).

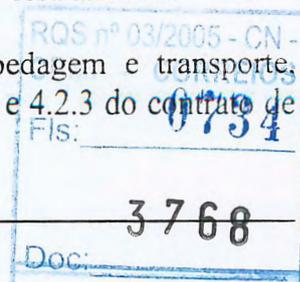
67. Questionado sobre a falta de critério e justificativas para a definição da origem dos recursos para pagamentos das despesas com hospedagem e transporte, o Banco, sem contestar ou ratificar tal assertiva, confirmou que essas despesas, dependendo de sua finalidade, poderiam ser arcadas com recursos do crédito de patrocínio ou da verba para ações promocionais (fls. 21 e 22, anexo 1).

Análise

68. Das cláusulas 4.2.1 e 4.2.3 do contrato de patrocínio (fl. 1206, anexo 1), depreende-se que as despesas com hospedagem e transporte seriam arcadas por meio de recursos disponibilizados pelo Banco até o limite de R\$ 551.900,00 (valor atualizado para 2002) ou mediante recursos próprios da CBV, caso a referida provisão fosse utilizada em sua totalidade.

69. Analisando as autorizações de pagamentos feitos pelo Banco do Brasil por intermédio da BBTUR, no que diz respeito aos gastos com passagens e hospedagem, concluímos ser impossível discriminar quais são os gastos que caberiam à CBV e quais são os gastos que caberiam ao Banco do Brasil. Não há diferenças entre as autorizações de pagamento que permitam fazer essa análise.

70. Dai ser imprescindível que as informações sobre os gastos com hospedagem e transporte, devidamente comprovadas, permitam avaliar o cumprimento das cláusulas 4.2.1 e 4.2.3 do contrato de patrocínio firmado entre o Banco do Brasil e a CBV.





2.5 Achado 5: ausência, no processo, de relatórios de acompanhamento da realização do circuito de vôlei de praia.

71. Nos processos analisados, não constavam relatórios do Banco do Brasil acerca das ocorrências e resultados das etapas de 2002 do circuito de vôlei de praia realizadas nas cidades de Natal, João Pessoa, Recife, Betim, Niterói, Cuiabá, Santos, Curitiba, Florianópolis e Porto Alegre.

72. Acerca disso, o Banco prestou os seguintes esclarecimentos (fl. 17, anexo 1):

“Todos os eventos foram acompanhados por funcionários do BB, de níveis gerencial e de assessoramento, que verificaram in loco a realização dos serviços prestados. Eventuais situações que pudessem comprometer o resultado da etapa eram, imediatamente, corrigidas. Além disso, as unidades regionais do Banco produziam posteriormente relatório, detalhando ações dessas etapas. Disponibilizamos relatório referente a uma das etapas – Anexo 7 – original, ressaltando que caso necessário encontram-se à disposição desse Tribunal exemplares referentes a outras etapas, bem como material fotográfico e algumas filmagens.”

Análise

73. O relatório encaminhado pelo Banco refere-se à etapa realizada em Cuiabá (fls. 1225/1309, anexo 1). Esse relatório, assim como os demais relativos às outras etapas supracitadas, não integrava o conjunto de documentos apresentados pelo Banco quando da execução da auditoria. Isso confirma o achado da auditoria.

2.6 Achado 6: falhas na organização e formalização do processo.

74. A partir da análise do PT 2002/0040, constatou-se que as ECs não apresentavam a data de sua aprovação (fls. 635/992, anexo 1).

75. Segundo o Banco (fl. 19, anexo 1), apesar de não constar das ECs a data de aprovação, os serviços foram prestados e os pagamentos eram devidos. Acrescentou que esse procedimento foi corrigido a partir da auditoria interna realizada em 2003.

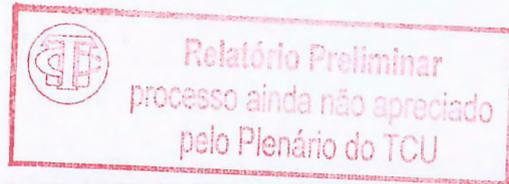
Análise

76. A falta da data de aprovação nas ECs poderia ser considerada uma falha de caráter formal, se identificada em casos isolados. Destaca-se, no entanto, o fato de tal constatação ter sido frequente em diversos documentos analisados, configurando insistente desrespeito ao art. 22 da Lei n.º 9.784/1999, especialmente ao seu § 1º.

77. Ainda que tivessem sido prestados os serviços e que fossem devidos os pagamentos, a insistência em não registrar a data de aprovação das ECs caracteriza a falta de zelo do gestor na condução e formalização dos atos que compõem o processo, dificultando o controle sobre a execução do contrato.

2.7 Achado 7: pagamento de serviços sem a comprovação, pelo Banco, de que foram devidamente executados.

Processo nº 2003-015-00000
Arquivos
Fls. 0735
3768
Doc: _____



78. Em consulta ao PT 2002/0040, não foram verificados documentos que atestem a execução dos serviços contratados cujas ECs foram anexadas a estes autos (fls. 635/992, anexo 1).

79. Questionado sobre isso, o Banco informou que todos os eventos foram acompanhados por funcionários de nível gerencial e de assessoramento, que verificaram *in loco* a realização dos serviços prestados. Acrescentou que relatórios sobre o evento foram produzidos pelas unidades regionais do Banco e que, além disso, registros fotográficos e jornalísticos estariam à disposição deste Tribunal para análise (fl. 11, anexo 1).

Análise

80. A falta de comprovação da realização dos serviços contratados constituiu-se em desrespeito aos arts 67, 73 e 76 da Lei de Licitações, que orienta o devido recebimento do objeto contratual pela Administração Pública.

81. Os serviços de confecção de sacolas, crachás, camisetas e bermudas e de impressão de convites e filipetas (espécie de *folder* informativo do banco) estão entre os serviços prestados pelos fornecedores, os quais foram contratados com a intermediação da agência DNA. Os relatórios apresentados pelo Banco (fls. 1225/1309 e 1322/1494, anexo 1), embora discorram sobre a realização das etapas, não atestam o recebimento daqueles produtos pelo Banco. Consta, inclusive, no tópico “Material Promocional” do relatório da etapa de Cuiabá, elaborado pela Superintendência do Banco do Brasil do Mato Grosso, a informação de que houve “recebimento do material da Promoção de Vendas em cima da hora, causando desgaste junto às agências, que nem sempre puderam conferir o material no momento da entrega” (fl. 1233, anexo 1).

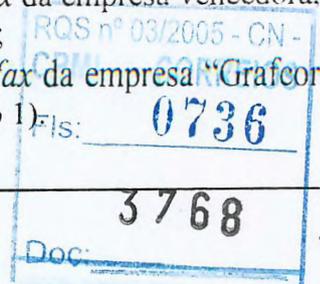
82. Ainda que os registros fotográficos e jornalísticos pudessem comprovar a realização dos eventos, esses não atestam a execução dos serviços.

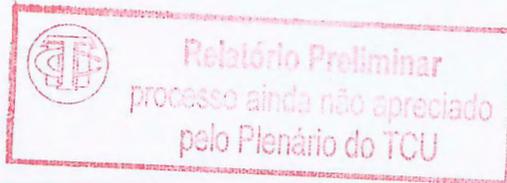
2.8 Achado 8: aprovação de estimativas de custos elaboradas a partir de orçamentos sem confiabilidade.

83. Em diversos orçamentos apresentados pelas empresas que concorreram à contratação dos serviços, foram identificados importantes vícios que comprometem a confiabilidade das cotações realizadas pela agência DNA e, por conseguinte, a certeza da vantagem obtida com os preços ofertados pela proposta vencedora.

84. Da análise do PT 2002/0040, essa situação foi evidenciada a partir da constatação das seguintes ocorrências:

- orçamentos das empresas apresentados sem a devida formalização: ausência de assinaturas e/ou de identificação satisfatória dos responsáveis pelo orçamento (fls. 635/653, anexo 1);
- orçamentos de todas as empresas concorrentes encaminhadas mediante o *fax* da empresa vencedora, evidenciando o relacionamento entre elas (fls. 642/646 e 735/751, anexo 1);
- orçamentos de todas as empresas concorrentes encaminhadas mediante o *fax* da empresa “Grafeor Ed. Gráfica”, evidenciando o relacionamento entre elas (fls. 752/830, anexo 1)





85. Reconhecendo as referidas constatações (fls. 19 e 20), o Banco informou que passou a exigir “o recebimento de orçamentos originais, em papel timbrado das empresas, devidamente assinados, com carimbo do CNPJ do fornecedor”, acompanhados do comprovante de inscrição e de situação cadastral, emitido pela Receita Federal (fl. 20, anexo 1). Além disso, os documentos devem constar o carimbo e a assinatura do representante autorizado da Agência de Publicidade.

Análise

86. As ocorrências acima relatadas, ao revelarem a falta de zelo dos gestores na condução dos procedimentos necessários à garantia da confiabilidade das cotações apresentadas pela agência, colocaram em risco a consecução do objetivo de selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração e os princípios básicos da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da igualdade, da probidade administrativa e do julgamento objetivo, todos homenageados pelo art. 3º da Lei de Licitações.

87. Especialmente em relação às ocorrências descritas nos itens “b” e “c”, tem-se a dizer que a evidência de relacionamento entre as empresas que apresentaram as propostas de preços coloca em suspeita não apenas a contratação dos serviços em que isso foi constatado, mas todas as outras cotações, no âmbito do PT 2002/0040, em que o mesmo grupo de empresas participou.

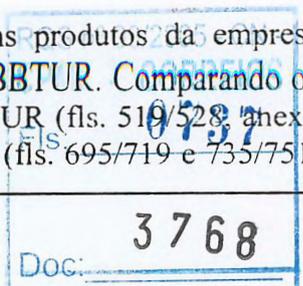
88. O relacionamento entre as empresas Idéia Nova Promoções Ltda., Birfrizz Indústria, Comércio, Exportação e Importação Ltda. e J.G. Brindes restou evidenciado pelo encaminhamento comum das propostas mediante o *fax* da empresa Idéia Nova Promoções (fls. 644/646, anexo 1). Além dessa cotação de preços, essas mesmas empresas participaram de outras, sagrando-se vencedora, em todas, a Idéia Nova Promoções. No total, foram R\$ 29.193,93 em serviços contratados pelo Banco do Brasil com base nessas cotações (fls. 635/688, anexo 1).

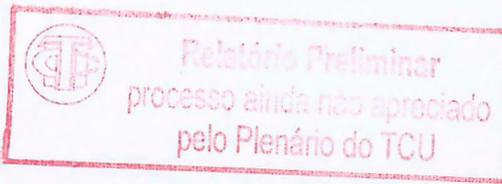
89. As mesmas empresas Malharia Ferreira Perez Ltda., Baloon Ind. Comércio Confeccões Ltda. e Patropy Ind. Comércio Confeccões Ltda., cujas propostas de preços, para algumas cotações, foram enviadas por meio do *fax* da empresa Malharia Ferreira (fls. 735/751, anexo 1), participaram de outras cotações de preços realizadas pela agência DNA. A partir dessas, foi selecionada a empresa Malharia Ferreira para prestação de serviços no valor total de R\$ 193.896,96, conforme planilha de pagamentos apresentada pelo Banco (fls. 993/997, anexo 1) e ECs constantes das fls. 689/751, anexo 1.

90. No caso das empresas Lasergráfica, Pax Editora e Gráfica, Dupligráfica Editora e Stilo Gráfica e Editora, seus orçamentos, em diversas cotações de preços, foram encaminhados mediante *fax* da empresa “Grafcor Ed. Gráfica” (fls. 752/830, anexo 1). Cotações de preços junto a três dessas empresas subsidiaram contratações que perfizeram o valor de R\$ 127.002,75 (fls. 752/992, anexo 1).

2.9 Achado 9: aquisição dos mesmos produtos, produzidos pela mesma empresa, por preços diferentes.

91. Para o circuito de vôlei de 2002, o Banco do Brasil adquiriu alguns produtos da empresa Malharia Ferreira & Perez Ltda. tanto por meio da agência DNA, como pela BBTUR. Comparando os preços de cada mercadoria constantes das notas fiscais apresentadas pela BBTUR (fls. 519/528, anexo 1) com os preços das propostas que subsidiaram as ECs elaboradas pela DNA (fls. 695/719 e 735/751,





anexo 1), constata-se que os preços orçados pela DNA, para a mesma mercadoria confeccionada pela Malharia Ferreira & Perez, são significativamente superiores aos preços cotados pela BBTUR.

92. Tomando como base os preços das notas fiscais emitidas em maio de 2002 (fls. 520/528, anexo 1), calculou-se a diferença entre os valores apresentados pela DNA e aqueles orçados pela BBTUR. A partir disso, verifica-se que, em relação aos valores orçados pela BBTUR, a aquisição por meio da DNA representou um aumento dos gastos de R\$ 17.486,88, o que significa 14,92% de acréscimo.

93. Consta das fls. 1000/1004 a memória de cálculo concernente à apuração desse valor. Tal cálculo foi realizado para cada EC criada até 27.5.2002 e relativa a serviços cujos pagamentos foram realmente efetuados pelo Banco do Brasil, conforme planilha de pagamentos por ele apresentada (fls. 993/997, anexo 1).

94. Cabe informar que, embora conste a data de 18.6.2002 no canto superior direito das ECs BCB0502-1737 (fl. 735, anexo 1) e BCB0502-1739 (fl. 742, anexo 1), há, no canto inferior, a informação de que foram criadas em 27.5.2002, e os orçamentos são de maio de 2002 (fls. 737 e 744, anexo 1). Além disso, tais EC referem-se às etapas de Goiânia e Brasília, mesmas etapas referenciadas na nota fiscal n.º 8639, de maio de 2005, apresentada pela BBTUR (fl. 525, anexo 1). Por essas razões e pela proximidade das datas, os preços orçados pela BBTUR puderam ser utilizados, de forma consistente, para avaliar os preços cotados pela DNA.

95. Embora, para alguns produtos, haja notas fiscais de janeiro de 2002 com preços ainda menores do que os de maio de 2002, optou-se por tomar como base apenas os preços de 27.5.2002, mesmo para cotações realizadas pela DNA em períodos próximos a janeiro de 2002.

96. Considerando essa tendência de elevação de preços ao longo do ano, mostra-se razoável e conservadora a utilização dos preços de maio de 2002 como referência para a avaliação das cotações da DNA realizadas em meses anteriores.

97. Acerca da diferença dos preços, o Banco prestou os seguintes esclarecimentos (fl. 18, anexo 1):

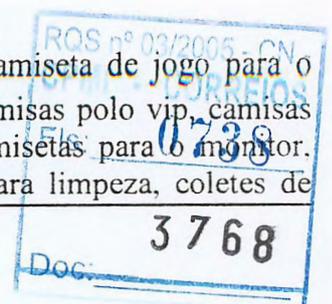
A aquisição de material oficial (uniformes) para as Etapas do Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia era efetuada pela Agência de Publicidade licitada pelo Banco. À BBTURismo cabia a aquisição de materiais não oficiais (réplicas) para ações promocionais e por conseguinte com qualidade diferenciada. Isso refletia nos preços finais dos produtos.

Convém ressaltar que esses pagamentos ocorreram no Pt. 2002/0040 – Projeto VôleiBrasil – Ações Promocionais, pois se tratavam de despesas de ativação / ações promocionais.

Análise

98. As aquisições, tanto por meio da DNA como pela BBTUR, foram efetuadas no âmbito do mesmo processo, PT 2002/0040, sendo todas destinadas às ações promocionais.

99. A diferença entre os preços foi identificada em diferentes produtos: camiseta de jogo para o torneio dos funcionários, tops femininos, camisetas (regatas) para jogador, camisas polo vip, camisas polo para o árbitro, camisas jeans, camisetas (mortalhas) para a torcida, camisetas para o monitor, expositor, produção, organização, coordenação e superintendência, jalecos para limpeza, coletes de





imprensa, bermudas e bandanas.

100. Em princípio, não é razoável que se aceite a afirmação, sem qualquer comprovação, de que a diferença entre os preços decorre da qualidade diferenciada entre produtos oficiais (uniformes) e não-oficiais (réplicas). Do contrário, estar-se-ia a admitir, sem provas, que cada um desses produtos (jalecos para limpeza, coletes de imprensa, bandanas, mortalhas para a torcida, camisetas para o monitor e outros) possui uma versão oficial e outra não-oficial.

101. Além disso, nas notas fiscais, ECs e orçamentos, não há qualquer referência à existência de produtos oficiais e não-oficiais.

3 PT 2003/0084

102. O PT 2003/0084 trata do circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia de 2003, objeto do contrato de patrocínio celebrado entre o Banco e a CBV. Para o ano de 2003, o valor do patrocínio foi de R\$ 10.091.491,50 (fls. 1005, anexo 1).

103. Para a realização do circuito de 2003, o Banco repassou à essa entidade, em 14 parcelas (fls. 1010/1053, anexo 1), o montante de R\$ 9.456.806,50. Além desse repasse, o Banco arcou com as despesas de transporte e de hospedagem da comissão técnica, de dirigentes da CBV e de seus representantes oficiais até o limite de R\$ 634.685,00 (fls.1005, anexo 1), conforme previsão contratual.

3.1 Achado 1: Pagamento indevido de passagem aérea a funcionário do Banco.

104. Constatou-se pagamentos de passagem aérea ao funcionário Rinaldo Feitosa conforme Fatura BBTUR 03/0059 de 17/2/2003, no valor de R\$ 1.464,25 (um mil, quatrocentos e sessenta e quatro reais e trinta e cinco centavos) no circuito Vôlei de Praia quando a mesma deveria ser paga pela CBV (fls.1053/1059, anexo 1).

105. Acerca disso o Banco afirma que conforme cláusulas contratuais as despesas com até dois representantes do Banco para acompanhamento das programações oficiais da patrocinada ocorrem às custas da CBV, via da BBTUR (fls.26, anexo 1).

Análise

106. Ao contrário do que afirma o Banco, a fatura 03/0059 acima, no montante de R\$ 3.641,05, foi emitida contra a Dimac e que apesar de constar como ações promocionais, Pt 2003/0086, o pagamento ocorreu às custas do Pt 2003/0084, conforme autorização de pagamento da fatura 03/0059, e, dentre os beneficiários das passagens aérea constava o funcionário do Banco Sr. Rinaldo Feitosa e quanto aos demais nomes não havia nada que os identificassem ou que os vinculassem ao objeto do patrocínio (fls.1053/1059, anexo 1).

107. Verifica-se que, conforme cláusula 5, item XVII do contrato celebrado entre o Banco do Brasil S.A e a Confederação Brasileira de Volley-Ball-CBV, era obrigação da Patrocinada custear despesas de transporte e hospedagem de dois representantes do Patrocinador para acompanhar as atividades do circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia (fls. 1209, anexo 1).



3.2 Achado 2: descumprimento das exigências contratuais para comprovação da utilização dos recursos pela CBV.

108. Constatou-se que para o período de 2003 a CBV apresentou relatório da utilização dos recursos liberados somente dos meses de janeiro a setembro. Ausente, portanto, os relatórios dos meses de outubro a dezembro de 2003.

109. Acerca desses fatos, o Banco enviou cópias dos relatórios referente aos meses de janeiro a dezembro de 2003 (fls. 1060/1071, anexo 1) e esclareceu que o desempenho dos atletas era verificado através do ranking da Federação Internacional de Voleibol (fls.27, anexo 1)

Análise

110. Verifica-se que conforme cláusula 7.1, item II, do contrato celebrado entre o BB e a CBV (fls. 1210, anexo 1), para a liberação dos recursos a Patrocinada deveria apresentar ao Patrocinador, mensalmente, os relatórios de desempenho das duplas nos campeonatos e relatório discriminado da utilização dos recursos liberados.

111. Quanto aos relatórios dos meses de outubro a dezembro apresentados pelo Banco (fls.1069/1071, anexo 1), constata-se uma numeração diferenciada em relação aos meses anteriores, o que evidencia uma falha grave na organização dos processos, pois permite o anexo ou o suprimento de documentos a qualquer instante. Agrava a situação o fato desses documentos não terem sido encontrados no Pt quando da execução da auditoria.

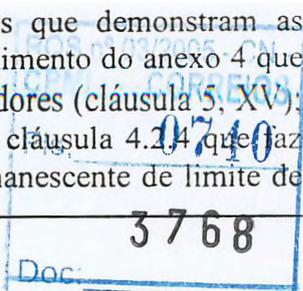
3.3 Achado 3: Contrato celebrado com a CBV sem data e sem preenchimento de anexos e fragilidades das cláusulas contratuais

112. O contrato celebrado entre o Banco do Brasil e a CBV vigente no período de 2 de janeiro de 2001 a 31 de dezembro de 2004, que regulamentou o Circuito Banco do Brasil Vôlei de Praia, foi assinado sem data e sem assinatura de uma das testemunhas; o anexo 4 que trataria do regulamento do circuito não foi preenchido e não consta o anexo 6 que descreveria as exigências do Patrocinador.

113. O Banco enviou cópia do contrato e aditivo (fls.1205/1224, anexo 1). Afirmou que os originais dos contratos e aditivos assinados pelo Banco para Patrocínio esportivos são guardados em cofres específicos e que não foram encaminhados para análise da auditoria interna (fls.34, anexo 1).

Análise

114. O Banco enviou cópia do contrato e do aditivo nº 1 onde pudemos constatar a assinatura da testemunha e a data do contrato. Entretanto, constam outras irregularidades que demonstram as fragilidades nas cláusulas contratuais, dentre as quais destacamos o não preenchimento do anexo 4 que regulamentaria o circuito dando suporte ao pagamento das premiações aos jogadores (cláusula 5, XV); ausência do anexo 6 contendo a exigências do Patrocinador (cláusula 5, VII); cláusula 4.2.4 que faz referência à 4.2.1 que trata de cancelamento e reversão ao Banco do saldo remanescente de limite de





crédito não utilizado durante o circuito, mas não especifica se o crédito é o repassado à CBV ou à BBTUR, uma vez que ambos são discriminados na mesma cláusula, além do item III da cláusula 7 que faz remissão sem nexos com o item XIV da cláusula quinta do contrato (fls.1205/1224, anexo 1).

115. O montante do contrato foi de R\$ 7.450.000,00 mais 500.000,00 ao ano reajustado pelo IGPM ou outro índice que o substituísse.

116. Neste ponto deve-se ressaltar a fragilidade da cláusula contratual que exige do Patrocinado para comprovar a aplicação dos recursos destinados ao patrocínio, somente a apresentação de relatórios dos gastos. Entendemos que o Banco deve-se assegurar de forma documental da aplicação desses recursos por parte da Patrocinada, uma vez que os mesmos, possivelmente, foram aplicados pela CBV em fim diverso do previsto no contrato, a exemplo das despesas com vendas nos meses de fevereiro, março e abril, no montante de 70.000,00 (fls. 1060/1071, anexo 1); as discrepâncias com gastos de premiações, notadamente nos meses de março, abril, maio e setembro, bem como as despesas com marketing e produção no meses de março e abril, estas no montante de R\$ 570.000,00 (quinhentos e setenta mil reais) (fls. 1060/1071, anexo 1).

117. Cabe mencionar, ainda, que de acordo com a cláusula 10.1, item I, do contrato com a CBV, algumas dessas irregularidades poderiam ensejar a suspensão dos recursos ou até mesmo a rescisão contratual, e, no protocolo não consta a ocorrência de nenhuma dessas medidas.

118. Ademais, o pagamento das premiações aos jogadores deveria estar descrito no anexo 4 do contrato que menciona o Regulamento do Circuito, cláusula 5.1, XV, e o mesmo não foi preenchido (fls. 1216, anexo 1), fato esse que demonstra o descaso do gestor do Banco na condução da execução contratual, além de aumentar as incertezas se esses recursos realmente foram utilizados para pagar as premiações nos valores indicados pela CBV.

3.4 Achado 4: Ausência de comprovação de que as exigências contratuais foram cumpridas pela CBV

119. A equipe de auditoria constatou a ausência das seguintes contrapartidas por parte da Patrocinada em cada etapa do circuito vôlei de praia: 1.400 camisetas em malha fio 30.1; 100 camisetas de trabalho, 50 camisetas de jogos masculino e 50 tops oficiais do Circuito Banco do Brasil Vôlei de Praia; clippagem encadernada das atividades desenvolvidas pela patrocinada; clipping eletrônico contendo reportagens, entrevistas e clipping de impressos contemplando jornais locais e principais jornais nacionais.

120. Acerca disso, o Banco afirma que não se verificou o descumprimento dessas cláusulas contratuais por parte da CBV e que competia a funcionários do Banco o recebimento e a distribuição das camisetas e que a comprovação pode ser feita através de fotos e clippagem da mídia e alguns vídeos. Anexou ainda um álbum de foto da etapa Cuiabá-MT e que outros exemplares de outras etapas estão à disposição do Tribunal, caso necessário (fls.28, anexo 1)

Análise

121. Verifica-se que conforme cláusula 5.1, itens XII, XVIII e XIX, do contrato celebrado entre o BB e



a CBV (fls.1208/1209, anexo 1), entre as obrigações da Patrocinada constava o envio ao Banco, uma semana após o evento, clipagem encadernada (conjunto de matéria publicada na mídia) de todas as atividades desenvolvidas pela Patrocinada; o fornecimentos de 1.400 camisetas por etapa e mais 100 camisetas de trabalho, 50 camisetas de jogos masculino e 50 tops oficiais do Circuito Banco do Brasil Vôlei de Praia.

122. A equipe constatou clipping eletrônico somente das etapas de Fortaleza, Caxias do Sul, Brasília e Recife. Foram apresentados também 21 DVDs com fotos de todas as etapas do Circuito Vôlei de Praia/2003 e seis relatórios fotográficos (Brasília, Goiânia, Rio de Janeiro, Juiz de Fora-MG, e Londrina-PR). Consta clipagem encadernada somente da etapa Aracaju.

123. Quanto às camisetas, não consta nenhum relatório ou documento que comporvasse o recebimento desse material pelo Banco do Brasil. As fotos e os clipping são evidências de que o material foi entregue, porém não há como comprovar se na quantidade e qualidades adquiridas.

3.5 Achado 5: Ressarcimento de despesas da CBV não previstas contratualmente ou indevidamente comprovadas.

124. Constatou-se pagamentos das seguintes faturas BBTUR contra o Banco do Brasil: nº 1729 de 20/1/2003 no valor R\$ 4.378,55, nº 03/0008 de 20/1/2003 no valor R\$ 8.454,95, nº 1734 de 15/1/2003 no valor de R\$ 7.560,15 e fatura nº 1274 de 12/1/2003 no valor de R\$ 2.553,95 (fls.1072/1083, anexo 1), sem discriminação dos nomes dos beneficiários, origem e destino das viagens e qual o vínculo delas com o Circuito Banco do Brasil Vôlei de Praia.

125. O Banco se manifestou sobre o pagamento da fatura nº 1729 e se limitou a dizer que antes da avaliação da auditoria interna de 2003 competia à BBTUR a posse e a guarda dos comprovantes de despesas realizadas, previamente aprovada pelo Banco e que a partir de 2004 as faturas emitidas têm que conter detalhadamente os quantitativos dos produtos/serviços contratados e que atualmente mantém em seus arquivos esses comprovantes (fls.26, anexo 1).

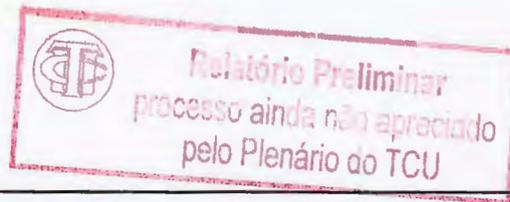
Análise

126. Verifica-se que conforme cláusula 4.2.1 do contrato com a CBV o Banco arcaria com despesas de transporte e de hospedagem, comissão técnica, dirigentes da Confederação e seus representantes oficiais, através da BBTUR que deveria contratar os serviço a preços compatíveis com os de mercado. No ano de 2003 esse limite foi de R\$ 634.685,00 (fls.1005, anexo 1).

127. O fato é que as faturas acima não acompanham a relação dos nomes, origem e destino dos beneficiários das passagens, e se elas foram utilizadas conforme a programação de eventos da Patrocinada. Portanto, foram indevidamente comprovadas, demonstrando assim, o descontrole do Banco sobre esses recursos.

3.6 Achado 6: Adiantamento de verbas à BBTUR a título de pré-pagamento de serviços de hospedagens e passagens referente ao Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia

ROS nº 03/2005 - CN -
FIS: 0742
3768
Doc:



128. Constatou-se adiantamento de verbas à BBTUR a título de pré-pagamento de custeio com hospedagens e passagens da delegação da seleção brasileira de vôlei de praia conforme fatura BBTUR nº 03.0020 de 9/5/2003 (fls.1084/1092, anexo 1), no montante de R\$ 536.203,26 (quinhentos e trinta e seis mil, duzentos e três reais e vinte e seis centavos).

129. O Banco afirmou que a antecipação de recursos foi um pedido específico da BBTUR e que esses gastos já estavam provisionados desde janeiro e não havia riscos da não prestação dos serviços pela subsidiária do Banco (fls.26, anexo 1).

Análise

130. Cabe mencionar que os pagamentos das despesas com passagens e hospedagens seriam efetuados à BBTUR nos dias 13, 23 ou o último dia útil do mês, conforme cláusula segunda do aditivo nº 4 ao contrato nº 1999/86160300 celebrado entre o Banco e a BBTUR (fls.30, anexo 1). Além disso, o controle desses recursos ficaram a cargo da BBTUR que apresentaria ao Banco relatório quinzenal sobre os pagamentos efetuados.

131. Em que pese a BBTUR ser uma subsidiária do Banco, o valor repassado deixou de gerar rendimentos, além de impactar negativamente no resultado contábil do Banco naquele período. Agrava a situação o fato desse adiantamento ter sido efetuado sem amparo em norma interna daquela instituição.

3.7 Achado 7: Falta de comprovação da compatibilidade entre as despesas e a fonte de recursos.

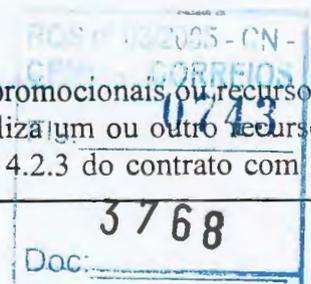
132. A equipe de auditoria constatou que algumas despesas dessa natureza foram pagas por meio de recursos destinados às ações promocionais, embora, a cláusulas 4.2.1 e 4.2.3 do contrato de patrocínio do Circuito de Vôlei de Praia, a exemplo das faturas BBTUR nº. 1458 e nº 1304 de 30/6 e 20/6/2003 respectivamente. Tais despesas seriam arcadas por meio de recursos disponibilizados pelo Banco junto à BBTUR ou mediante recursos próprios da CBV, caso a referida provisão fosse utilizada em sua totalidade.

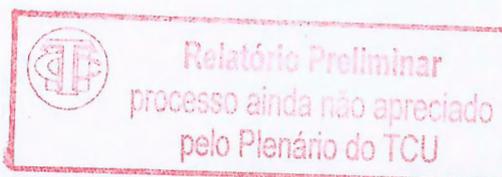
133. Acerca disso, Banco afirmou que essas faturas se referem a ações de ativação/promoção do Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia, para aquisição de passagens e hospedagens de atletas e equipe de produção e foram pagas em Pts distintos (fls.30, anexo 1)

Análise

134. De fato, as Autorizações de Pagamentos das Faturas da BBTUR nº. 1458 de 30.6.2003 no valor de R\$ 55.436,87, nº 1304 de 20/6/2003, no montante de R\$ 29.487,19 foram utilizadas para pagamentos de passagens e hospedagens de atletas e na produção no Circuito Vôlei de Praia (fls.1093/1103, anexo1).

135. No entanto, o critério e a justificativa para utilizar os recursos de ações promocionais ou recursos específicos para esses gastos não foi respondida. Verifica-se que o Banco utiliza um ou outro recurso indiscriminadamente de maneira não definida, à revelia das cláusulas 4.2.1 e 4.2.3 do contrato com a





CBV, onde o Banco disponibilizava recursos junto à BBTUR para pagamento de despesas com hospedagens e transporte.

3.8 Achado 8: Ausência de assinaturas nas autorizações de pagamentos

136. Constatou-se duas autorizações de pagamentos sem assinaturas dos responsáveis. Fatura BBTUR nº 2003/1304 de 20/6/2003 no montante de R\$ 29.487,19 e fatura nº 2003/1260 de 17/6/2003 no montante de R\$ 5.189,60 (fls.1093/1098, anexo1).

137. Acerca disso, Banco informou que não localizou os documentos que continham as assinaturas, todavia, afirma que o setor de pagamento não efetua crédito sem que os originais estejam assinados pelo executivo responsável pela área demandante (fls.30, anexo 1).

Análise

138. A ausência de assinatura na autorização de pagamento configura-se uma falha grave, pois não há como identificar os responsáveis pelo repasse financeiro para as contas correntes, o que caracteriza fragilidades nos controles do Banco, inclusive dando margem a desvios de recursos ou aplicação dos mesmos em fins alheios à finalidade da Instituição. Como exemplo, citamos a autorização de pagamento da fatura nº 2003/1304 que não acompanha as notas fiscais dos serviços e nem a discriminação dos usuários das passagens aéreas e das hospedagens.

139. Acrescente-se que a ausência desses documentos evidencia de forma clara a desorganização dos processos naquela Instituição.

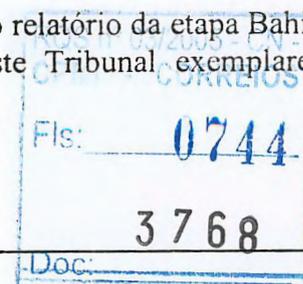
3.9 Achado 9: Ausência, no processo, de relatórios de acompanhamento do circuito de Vôlei de Praia.

140. A equipe de auditoria constatou a ausência de relatórios acerca das ocorrências e resultados referentes às etapas do Circuito Banco do Brasil de Vôlei de Praia realizadas nas cidades de Goiânia, Fortaleza, Maceió, Juiz de Fora, Feira de Santana, Cuiabá, João Pessoa e Londrina.

141. Quanto a esse fato, o Banco afirmou que todos os eventos foram acompanhados por seus funcionários de nível gerencial e de assessoramento que verificaram *in loco* a realização dos serviços prestados e que as unidades regionais do Banco produziram relatórios detalhando as ações dessas etapas. Além disso, os resultados das etapas eram consolidados no balanço de final de ano da atuação do Banco no marketing esportivo. Esse balanço era desenvolvido a partir das informações recebidas das Superintendências estaduais e dos relatórios fotográficos (fls.27, anexo 1).

142. Para comprovar a existência desses documentos o Banco enviou cópia do relatório da etapa Bahia (fls.1104/1106, anexo 1) e acrescentou que se encontra à disposição deste Tribunal exemplares referentes às outras etapas (fls.27, anexo 1).

Análises





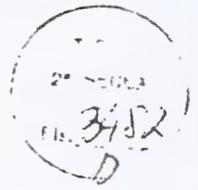
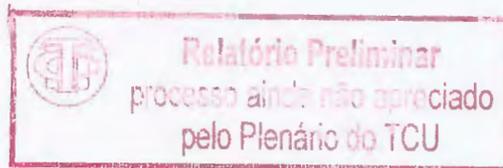
143. O Livro de Instruções Codificado-LIC 50, capítulo 0005, título 00005, subtítulo 0001 do Banco, dispõe que é competência da Dimac a definição e confecção do material utilizado na Promoção de vendas, item 5; e que é atribuição das agências receber e conferir o material promocional de apoio às vendas e comunicar à Superintendência Jurisdicionante qualquer divergência verificada, item 6, (fls. 1199, anexo 1).

144. Conforme verificado por esta equipe de auditoria não foram encontrados neste Protocolo os relatórios das etapas Goiânia, Fortaleza, Maceió, Juiz de Fora, Feira de Santana, Cuiabá, João Pessoa e Londrina.

145. A ausência desses relatórios no processo demonstra um descaso dos gestores com a aplicação dos recursos do Banco na área de promoção e eventos, uma vez que este é o meio de que o Banco dispõe para avaliar se as verbas de promoção foram empregadas no fim a que se destinavam e se o retorno desse investimento está de acordo com o programado para cada etapa do evento Circuito Vôlei de Praia.

146. Dado a ausência de relatórios e considerando que cabia à Superintendência do Banco o recebimento e a conferência do material de promoção, fica comprovado não haver mecanismos por parte do Banco que garantam o recebimento das mercadorias e serviços adquiridos na quantidade e qualidade adquiridos, o que é confirmado no próprio relatório da etapa Bahia, quando afirma que nem sempre dispõe de gente para operacionalizar tantas atividades ao mesmo tempo e que esses representantes só chegam à véspera ou no dia do evento, inclusive a própria Dimac (fl. 1106, anexo 1).

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fls: 0745
Doc: 3768



TC nº 012.095/2005-8, com 17 volumes, 01 anexo c/ 07 volumes e o TC 014.980/2005-3 apenso
Natureza : Relatório de Auditoria

Entidade: Banco do Brasil S/A e Banco Popular do Brasil S/A

Auditoria em contratos de publicidade e propaganda (Registro Fiscalis nº 915/2005)

Trata-se de relatório de auditoria realizada no conglomerado Banco do Brasil na área de publicidade e propaganda, em atendimento à Comunicação da Presidência de 06/07/2005. Cumpre registrar, todavia, que, mesmo antes da mencionada comunicação ser levada a Plenário, esta SECEX já vinha examinando a evolução das despesas com publicidade e propaganda por parte do Banco do Brasil (fls. 01/11, vol. principal).

Importa destacar o longo e criterioso trabalho da equipe de auditoria, a qual, antes de apontar qualquer irregularidade, providenciou os pertinentes questionamentos aos gestores do Banco do Brasil, como foi o caso dos PTs examinados. Todavia, dada a não elisão dos fatos questionados, foi proposta, preliminarmente, a audiência de todos os responsáveis envolvidos, para que apresentem razões de justificativa para as irregularidades detectadas, que, frise-se, não são poucas, conforme rol apresentado na conclusão do relatório, item 195 (fls. 3414/3415).

Impende ressaltar, ainda, que em todos os PTs examinados, gize-se, em todos eles, foram constatadas irregularidades, o que configura um cenário de ausência de controles e de grande fragilidades, sistemática essa que permite explicar as perdas da instituição por intermédio dos pagamentos indevidos de bônus de volume, fartamente comentados nas representações citadas no presente relatório (TCs 019.032/2005-0, 019.018/2005-0, 019.024/2005-8, 019.164/2005-9 e 019.476/2005-6), cujos valores estimados em base conservadora resultaram em cifra acima de 94 milhões de reais, sem se considerar a atualização dos valores ao longo do período considerado, conforme quadro abaixo:

AGÊNCIA	Vigência: 22/03/2000 a 21/09/2003	Em vigor desde 22/09/2003 ***
Lowe	15.378.910,30	
Grottera	16.645.668,60	
Dna ***	18.506.831,60	19.156.712,09
Ogilvy		9.629.772,16
D+		14.963.519,78
	50.531.410,50	43.750.004,03

*** o contrato da Dna foi rescindido em 29/07/2005

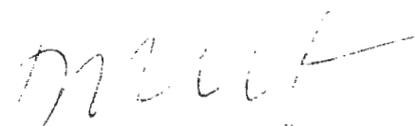
Convém ainda considerar que em razão do teor do expediente de fls. 1064 a 1067 – que trata de possíveis irregularidades na publicidade da instituição sobre cartões de crédito, via VISANET – o qual sonega as informações requeridas pela equipe, esta deverá formular representação a respeito, atualmente em elaboração. Sobre o tema, deve-se igualmente atentar para o contido nos itens 11 a 14 do relatório, de modo a que se possa viabilizar alternativas para o pleno desempenho das competências constitucionais atribuídas ao Tribunal.



Adicionalmente à proposta de encaminhamento ofertada pela equipe, sugere-se juntar também ao TC 016.986/2005-4 cópia das fls. 321 (vol. 1) a 540 (vol. 2) e 704 (vol. 3) a 847 (vol. 4), por se tratarem de documentos necessários ao exame da questão dos patrocínios concedidos pelo conglomerado Banco do Brasil. Quanto à proposta de determinações da equipe ao Banco (item 200 do relatório), a par da pertinência, ela poderá ser novamente avaliada a partir do exame das justificativas dos responsáveis.

Nessa conformidade, submete-se à consideração do Sr. Secretário de Controle Externo a proposta da equipe consignada às fls. 3416 a 3421 (vol. 17), com o adendo referido na primeira parte do parágrafo precedente.

2ª SECEX, 2ª D.T., em 16/12/2005.

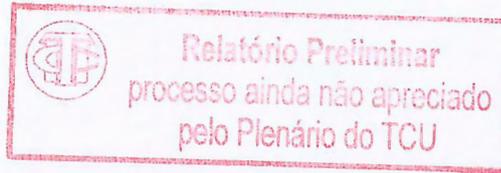


ARSENIO J. C. DANTAS
ACE 3090-2, Diretor da 2ª D.T.

De acordo
A contribuição de Senhores Ministros
Supremo Tribunal

2ª Secc, em 20/01/2006
Jorge W. ...
2005.1.10
2005.1.10

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fls: 0747
3768
Doc:



TC -012.095/2005-8

Relatório de auditoria realizada no conglomerado Banco do Brasil S.A e no Banco Popular do Brasil S/A. Licitações e contratos de publicidade e propaganda. Proposta de audência dos responsáveis e outras providências.

Em retificação ao despacho de fl 3483, tendo em vista o teor da comunicação da presidência, na sessão plenária de 6/7/2005, encaminhem-se os presentes autos à SEGECEX, para posterior envio ao Gabinete do Ministro relator, o Senhor Ministro Benjamin Zynler. Na oportunidade, acrescento proposta de encaminhamento de cópia do presente relatório à CPMI dos Correios.

2ª SECEX, em 23 de janeiro de 2006


Jorge Pereira de Macedo
Secretário de Controle Externo

