



PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO  
AUDITORIA INTERNA

## SUMÁRIO EXECUTIVO

**Documento: Relatório de Auditoria EBC nº 27/2010.**

**Tema:** Exame das Contratações dos Serviços de Publicidade Legal da EBC

**Tipo de Auditoria:** Auditoria de Acompanhamento.

**Forma de Auditoria:** Direta Completa.

**Área:** Gestão de Desenvolvimento e de Produção da Publicidade Legal.

**Período de Abrangência dos Exames:** Exercício de 2010.

Com base nas informações consignadas nos **Tópicos IV e V** do Relatório de Auditoria, apresentamos a seguir as constatações e recomendações levantadas pela AUDIN, acompanhadas da indicação dos respectivos itens de constatação, no sentido de subsidiar o processo de tomada de decisões pela administração da empresa e favorecer o acompanhamento dos fatos e providências.

### I – CONSTATAÇÕES:

1. Falta de normativo interno para as rotinas de trabalho das atividades de publicidade legal
2. Falta de sistema de informática para gestão integrada da prestação de serviços de publicidade legal
3. Deficiência na troca de dados e fluxo de informações entre as áreas envolvidas com a atividade de publicidade legal
4. Dificuldade para alcance da totalidade da clientela dos serviços de publicidade legal
5. Inconsistências de informações contratuais geradas pelo banco de dados da área responsável
6. Prestação de serviço para clientes inadimplentes
7. Prestação de serviço amparada exclusivamente por nota de empenho
8. Celebração de contratos de publicidade legal de forma pulverizada
9. Desuniformidade dos prazos de duração contratual

**II – RECOMENDAÇÕES:**

- 1) Elaborar norma interna e/ou manual de procedimentos para as atividades afetas aos serviços de Publicidade Legal que contemple, em especial, a captação e cadastramento da clientela efetiva e potencial, celebração e execução dos contratos, e tramitação dos processos específicos, visando a padronização do trato com a clientela externa, a melhoria da gestão contratual, a agilização do trâmite processual, e a facilitação da troca de informações entre as diversas áreas envolvidas da empresa **(itens 1, 3 e 9 do Tópico IV)**.
- 2) A Secretaria Executiva deve, com assessoramento da Diretoria Jurídica, atuar junto às instâncias jurídicas cabíveis, no âmbito do Poder Executivo Federal, no sentido de pacificar entendimento quanto à natureza de serviço continuado da atividade de distribuição da Publicidade Legal, prevista no inciso VII, art. 8º da Lei nº 11.652/2008, de modo a respaldar a negociação da EBC junto à sua clientela, com vistas à ampliação do prazo de duração contratual, respeitado o limite legal de 60 (sessenta) meses **(item 9 do Tópico IV)**.
- 3) Estabelecer novo modelo contratual, baseado nos conceitos de “**Contrato de Adesão**” e “**Contrato Corporativo**”, buscando a ampliação do prazo de prestação dos serviços de Publicidade Legal, dentro do limite de 60 (sessenta) meses estabelecido pela Lei nº 8.666/93, e o atendimento compartilhado das unidades gestoras congêneres de uma mesma organização, tendo em vista a economia processual e os ganhos para a gestão e controle dos contratos da espécie que tal medida poderia proporcionar **(item 8 do Tópico IV)**.
- 4) Revisar a consistência dos dados registrados na Relação de Contratos de Publicidade Legal Vigentes, de modo a complementar e ajustar as informações disponibilizadas, e subsidiar adequadamente o gerenciamento das atividades **(item 5 do Tópico IV)**.
- 5) A prestação de serviços de Publicidade Legal deve amparar-se em contrato, em atendimento à Lei 8.666/93, ao princípio da isonomia e às ponderações do Parecer DJUR/DICOV nº 001, de 06/02/07 **(item 7 do Tópico IV)**.
- 6) A Gerência Executiva de Desenvolvimento da Diretoria de Serviços deve identificar o universo de potenciais clientes dos serviços de Publicidade Legal, manter este rol atualizado, e apurar periodicamente os órgãos e entidades que ainda não regularizaram a prestação destes serviços junto a EBC, promovendo tratativas para celebração dos contratos específicos **(item 4 do Tópico IV)**.

- 7) Aprimorar o monitoramento de Órgãos e Entidades Públicas Federais que procederam a publicação de avisos, balanços, relatórios e outros instrumentos sem a necessária distribuição pela EBC, com vistas a assegurar o cumprimento do inciso VII, art. 8º, da Lei 11.652/2008 **(itens 4 e 7 do Tópico IV)**.
- 8) Ampliar a divulgação dos serviços de Publicidade Legal prestados pela EBC, utilizando, tanto quanto possível, dos Sistemas Eletrônicos de grande porte do Poder Executivo Federal (SIAFI, etc.) e sítios públicos na internet (COMPRASNET, etc.), de modo a prevenir que os Órgãos e Entidades Federais fiquem à margem da Lei **(item 4 do Tópico IV)**.
- 9) A Gerência Executiva de Desenvolvimento da Diretoria de Serviços deve formalizar consulta para a Diretoria Jurídica, no sentido de pacificar internamente entendimentos quanto à possibilidade, ou não, de a EBC prestar serviços de Publicidade Legal sob amparo exclusivo da "Nota de Empenho", firmando tratamento uniforme perante a clientela destes serviços **(item 7 do Tópico IV)**.
- 10) A Diretoria de Tecnologia da Informação e Comunicação – DTIC deve, com apoio do fiscal designado e das análises críticas dos usuários internos e externos, assegurar o atendimento dos requisitos técnicos dos projetos licitados para desenvolvimento do Sistema de Gestão Eletrônica de Documentos - GED e do Portal da Publicidade, a fim de que em tais ferramentas atendam efetivamente as necessidades das áreas demandantes **(item 2 do Tópico IV)**.

**III – CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

Os exames realizados demonstraram a ocorrência de falhas na gestão da atividade de Publicidade Legal, conforme detalhado nas constatações registradas no Tópico I anterior e no Tópico IV do relatório.

As falhas constatadas revelam a necessidade da administração adotar medidas em prol do aprimoramento da gestão da atividade de contratação dos serviços de Publicidade Legal pela EBC, sendo boa parte delas de ordem estrutural, com definição ou redefinição de atribuições, responsabilidades, rotinas de trabalho e padronização de procedimentos processuais.

Além dos aspectos tratados nos tópicos anteriores deste sumário, destacamos que o ambiente de controle e a operacionalização das rotinas de trabalho também são afetados negativamente pela falta de normatização do fluxo de trabalho; ausência de Sistema Integrado de Informação; não identificação da totalidade dos potenciais clientes; inconsistência das informações do banco de dados; prestação de serviços a clientes em situação de inadimplência, e falta de uniformização nos prazos de duração dos contratos.

Reiteramos, por oportuno, a sugestão de que a EBC estude a implantação de um novo modelo contratual, o qual leve em consideração os conceitos de “Contrato de Adesão” e “Contrato do Tipo Corporativo”. Nesse sentido, a administração poderia agregar essas duas idéias na elaboração de um novo modelo contratual, visando estimular a ampliação do prazo de prestação dos serviços de Publicidade Legal, no limite máximo 60 (sessenta) meses, e promover o atendimento compartilhado das unidades gestoras congêneres de uma mesma organização. Acreditamos que tal iniciativa poderia proporcionar economia processual, ganhos para a gestão e controle dos contratos da espécie, e benefícios para ambas as partes da relação contratual.

Salientamos, também, a sugestão de que as constatações e recomendações especificadas neste Sumário Executivo sejam objeto de análise compartilhada entre as áreas responsáveis, a Secretaria Executiva e esta unidade de auditoria, com o objetivo de equacionamento das impropriedades constatadas e definição de aprimoramentos à gestão de contratação dos serviços da Publicidade Legal pela EBC.

Assim, no sentido de favorecer o acompanhamento das recomendações, sugerimos que seja implementado o **Plano de Ação** ou **Acordo Interno de Providências – AIP**, conforme minuta anexa ao Relatório de Auditoria, a qual visa o registro do posicionamento e das providências a serem adotadas pelas áreas responsáveis, com definição dos respectivos prazos de implantação, possibilitando, assim, o monitoramento sobre estas ações, pelas instâncias administrativas e de controle da Empresa.

Cabe salientar que a utilização desse instrumento de acompanhamento (AIP) não é uma imposição, mas redonda em benefícios, tanto de apoio ao gerenciamento de um Plano de ação preventivo ou corretivo pela administração, como de auxílio para o atendimento da Norma de Encerramento do Exercício da EBC, especialmente quanto ao cumprimento das recomendações exaradas pela Auditoria ao longo do ano.

Ao final, sugerimos que este **Sumário Executivo** juntamente com o respectivo **Relatório de Auditoria** sejam enviados à Secretaria Executiva, para conhecimento e adoção das medidas cabíveis pela Gerência Executiva de Desenvolvimento e de Produção da Publicidade Legal. No mesmo sentido, sugerimos o encaminhamento de cópia destes documentos para ciência dos Conselhos de Administração e Fiscal da Empresa.

À consideração superior.

Brasília/DF, 20 de janeiro de 2011.

**Lourival Medeiros**  
*ACO Contabilidade*

**Lineu de Faria Miranda**  
*ACP AUDIN*

**Rogério J. Rabelo**  
*Auditor -Adjunto da AUDIN*

De acordo. Encaminhe-se na forma proposta.

Brasília/DF, 20 de janeiro de 2011.

**Antônio Fúcio de Mendonça Neto**  
*Auditor-Geral da EBC*