



**CGU**

Controladoria-Geral da União

# RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO

Ministério da Cidadania

Subsecretaria de Assuntos Administrativos

Concorrência nº 01/2022

*Exercício 2022*

**Controladoria-Geral da União - CGU**  
**Secretaria Federal de Controle Interno**

*RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO*

Órgão: **Ministério da Cidadania**

Unidade Examinada: **Subsecretaria de Assuntos Administrativos**

Município/UF: **Brasília/DF**

Relatório: **1150292**

**Missão**

Elevar a Credibilidade do Estado por meio da participação social, do controle interno governamental e do combate à corrupção em defesa da sociedade.

**Auditoria Interna Governamental**

Atividade independente e objetiva de avaliação e de consultoria, desenhada para adicionar valor e melhorar as operações de uma organização; deve buscar auxiliar as organizações públicas a realizarem seus objetivos, a partir da aplicação de uma abordagem sistemática e disciplinada para avaliar e melhorar a eficácia dos processos de governança, de gerenciamento de riscos e de controles internos.

## **QUAL FOI O TRABALHO REALIZADO PELA CGU?**

Este Relatório apresenta os resultados da avaliação do Edital da Concorrência nº 01/2022 lançado pelo Ministério da Cidadania para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, no valor de R\$ 120 milhões anual.

Considerando o histórico de atuação da CGU analisando editais de publicidade, em especial os relacionados à Concorrência nº 01/2020 e nº 01/2021 da Secretaria Especial de Comunicação Social, vinculada ao Ministério das Comunicações, optou-se por verificar se no edital do Ministério da Cidadania subsistia algum risco significativo com potencial de impactar na obtenção da proposta mais vantajosa.

## **POR QUE A CGU REALIZOU ESSE TRABALHO?**

A ferramenta Analisador de Licitações e Editais (Alice) desta Controladoria-Geral da União selecionou esta licitação dada, em especial, a materialidade envolvida na contratação, de R\$ 120 milhões. Considerando que os contratos nesta área são de natureza contínua e tendem a ser prorrogados, bem como a possibilidade de acréscimos até o limite de 25%, o valor da execução pode atingir R\$ 750 milhões no período de 5 anos.

## **QUAIS AS CONCLUSÕES ALCANÇADAS PELA CGU? QUAIS AS RECOMENDAÇÕES QUE DEVERÃO SER ADOTADAS?**

Verificou-se os riscos de escolha inadequada e de direcionamento da licitação decorrentes da ausência ou insuficiência de critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica, responsável pela análise das Propostas Técnicas dos participantes do certame.

O órgão agiu prontamente para mitigar esta questão, retificando e republicando o Edital, tendo como base os parâmetros estabelecidos anteriormente pela Secretaria Especial de Comunicação Social na Concorrência nº 01/2021. Ainda, adotou as demais medidas administrativas necessárias para sanear o processo licitatório.

# LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

Alice - Analisador de Licitações e Editais

CEL - Comissão Especial de Licitação

CGU - Controladoria-Geral da União

MC - Ministério da Cidadania

MCom - Ministério das Comunicações

SAA - Subsecretaria de Assuntos Administrativos

Secom - Secretaria Especial de Comunicação Social

Sicom - Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>7</b>
<b>CONTEXTO</b>	<b>8</b>
<b>SUBCOMISSÃO TÉCNICA</b>	<b>9</b>
<b>RESULTADOS DOS EXAMES</b>	<b>11</b>
Risco de escolha inadequada ou direcionamento da licitação decorrente da ausência ou insuficiência de critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica.	11
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>16</b>

# INTRODUÇÃO

Em janeiro de 2022 o Ministério da Cidadania (MC) lançou a Concorrência nº 01/2022 para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, no valor de R\$ 120 milhões anual<sup>1</sup>. Este certame foi selecionado para auditoria pelo Analisador de Licitações e Editais (Alice), ferramenta automatizada da Controladoria-Geral da União (CGU) que realiza análise preventiva de riscos em licitações.

Como resultado da auditoria realizada pela CGU, verificou-se os **riscos de escolha inadequada e de direcionamento da licitação decorrente da ausência ou insuficiência de critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica**, responsável pela análise das Propostas Técnicas das licitantes.

A auditoria foi realizada em fevereiro de 2022, utilizando-se, em especial, da técnica de análise documental. Nenhuma restrição foi imposta à realização dos trabalhos.

---

<sup>1</sup> Disponível em <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/editais-abertos/editais-2022>

## CONTEXTO

Em 20.01.2022, por meio da Subsecretaria de Assuntos Administrativos (SAA), o MC lançou a Concorrência nº 01/2022, do tipo melhor técnica, para a contratação de três empresas especializadas em prestar serviços de publicidade<sup>2</sup>. A ferramenta Alice selecionou esta licitação dada a materialidade envolvida na contratação, de 120 milhões. Considerando que os contratos nesta área são de natureza contínua e tendem a ser prorrogados, bem como a possibilidade de acréscimos até o limite de 25%, o valor da execução pode atingir R\$ 750 milhões no período de 5 anos.

Ressalta-se que em agosto de 2020 a Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom)<sup>3</sup> havia lançado a Concorrência nº 01/2020, também para a contratação de serviços de publicidade. À época, a CGU atuou neste certame, tendo como resultado o Relatório 875379<sup>4</sup>, que apontou, entre outros achados de auditoria, a ausência de regulamentação dos critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica.

Em dezembro de 2020 este certame da Secom foi revogado e, ato contínuo, a unidade propôs uma nova minuta de Edital, no âmbito da Audiência Pública nº 01/2020, que trazia uma nova redação buscando suprir as lacunas anteriormente apontadas por este órgão de controle. A CGU atuou novamente, tendo como produto a Nota Técnica nº 141/2021/CGLOT/DG/SFC, em que trazia ponderações complementares da questão.

Por fim, em setembro de 2021, a Secom relançou a licitação para a contratação de serviços de publicidade - Concorrência nº 01/2021, detalhando ainda mais os critérios para a escolha dos integrantes da Subcomissão Técnica, bem como para o processo de impugnação, mitigando com isso o risco apontado anteriormente.

---

<sup>2</sup> Item 2.1 do Edital da Concorrência nº 01/2022 - 2.1 O objeto da presente Concorrência é a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse. 2.1.1 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes: a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, relacionados à execução dos contratos; b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários, de mídia e não mídia, criados no âmbito dos contratos; e c) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias.

<sup>3</sup> À época, vinculada à Presidência da República. Atualmente, a Secom se encontra dentro da estrutura do Ministério das Comunicações.

<sup>4</sup> O Relatório pode ser acessado em <https://eaud.cgu.gov.br/relatorios/download/933484>



# SUBCOMISSÃO TÉCNICA

As licitações de publicidade são regidas, em especial, pela Lei nº 12.232/2010, norma específica para a contratação destes serviços, tendo a Lei nº 8.666/1993 aplicação complementar. A condução do certame cabe à Comissão Especial de Licitação (CEL), incumbida de receber as Propostas de Técnica e de Preço das licitantes. Entretanto, o julgamento das Propostas Técnicas não é realizado pela CEL, mas sim por uma Subcomissão Técnica instituída exclusivamente para este fim.

A Subcomissão Técnica é composta por, no mínimo, três membros, escolhidos por sorteio a partir de uma relação elaborada pelo órgão ou entidade que promove a licitação, com não menos que nove nomes, sendo que pelo menos 1/3 não pode ter nenhum vínculo, direto ou indireto, com a contratante<sup>5</sup>. A única exigência disposta na Lei 12.232/2010 é que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas<sup>6</sup>. Ainda, a relação dos nomes deve ser publicada na imprensa oficial em prazo não inferior a 10 dias da data em que será realizada a sessão pública para o sorteio, possibilitando com isso a impugnação, por qualquer interessado, de qualquer nome relacionado<sup>7</sup>.

A Proposta Técnica deve ser apresentada pelas licitantes em três envelopes. O primeiro, sem identificação, com o Plano de comunicação publicitária, a ser utilizado pela Subcomissão Técnica para atribuir a pontuação; o segundo, também com o Plano, porém identificado, para posterior cotejamento e identificação da autoria pela CEL; e o terceiro envelope, também identificado, acondicionado com a Capacidade de atendimento, Repertório e os Relatos de soluções de problemas de comunicação, para avaliação pela Subcomissão.

Os critérios de julgamento estão definidos no Edital<sup>8</sup>. O plano de comunicação publicitária é avaliado nos quesitos raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa e estratégia de mídia e não mídia, podendo alcançar 65 pontos. Já a capacidade de atendimento tem pontuação máxima de 15, dividido nos quesitos clientes, profissionais, infraestrutura, sistemática de atendimento e informações de marketing. Por fim, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação valem cada um 10 pontos.

O plano de comunicação publicitária pode ser entendido como uma campanha ficcional a ser elaborada pelas licitantes, baseada em informações e orientações presentes no *Briefing*, documento que é parte integrante do Edital de licitação. No caso da Concorrência nº 01/2022, o MC elaborou um Briefing solicitando a criação de uma campanha para “divulgar e consolidar o Programa Alimenta Brasil e de construir uma relação de confiança por parte da sociedade”. A expectativa é de que “o Ministério da Cidadania e o Programa

---

<sup>5</sup> § 2º e 9º do Art 10 da Lei nº 12.232/2010.

<sup>6</sup> § 1º do Art 10 da Lei nº 12.232/2010.

<sup>7</sup> § 4º e 5º do Art 10 da Lei nº 12.232/2010.

<sup>8</sup> Item 12 do Edital da Concorrência nº 01/2020 - Secom.

Alimenta Brasil sejam reconhecidos em todos os lugares do Brasil, como exemplo de programa eficiente e inovador, responsável por ajudar a transformar para melhor a realidade da população”<sup>9</sup>. O valor referencial de mídia, também fictício, foi estipulado em R\$ 20 milhões.

---

<sup>9</sup> Anexo I do Edital da Concorrência nº 01/2020 - Secom.

# RESULTADOS DOS EXAMES

## **Risco de escolha inadequada ou direcionamento da licitação decorrente da ausência ou insuficiência de critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica.**

A despeito do Edital do MC delimitar e detalhar os critérios de avaliação das Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes, sendo um norte indispensável para subsidiar a Subcomissão Técnica, **é inegável que ainda resta um elevado grau de subjetividade no julgamento**, especialmente quando da apreciação do plano de comunicação publicitária, responsável por 65 dos 100 pontos possíveis de se alcançar.

Há várias soluções possíveis para o problema de comunicação delimitado, igualmente válidas. A criatividade, um dos elementos centrais a ser analisado, é impossível ser parametrizada. E a valoração também se dá na comparação entre as propostas apresentadas, trazendo mais um elemento de discricionariedade ao julgamento. Frise-se que esta realidade não é exclusiva do MC – é inerente às licitações tipo técnica, ainda mais para serviços de publicidade.

Neste contexto, **o sucesso da Concorrência nº 01/2022 do MC depende quase que exclusivamente do julgamento dos três membros que irão compor a Subcomissão Técnica**. Assim, naturalmente, **a escolha de seus integrantes ganha especial importância, tanto para garantir a melhor escolha possível entre os participantes, cumprindo o fim ao qual a licitação se propõe, como para mitigar qualquer risco de direcionamento do certame**, potencializado justamente pela subjetividade verificada no julgamento.

Pontua-se que a legislação, ainda em 2010, incumbiu a Secom, como órgão central do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (Sicom), de disciplinar o cadastramento dos nomes aptos a compor as Subcomissões Técnicas, além do procedimento de impugnação<sup>10</sup>. Entretanto, até o momento, o dispositivo não foi normatizado, a despeito dos avanços verificados após a atuação da CGU no Edital da Concorrência nº 01/2021, como exposto no item Contexto deste relatório. Em verdade, falta à Secom atualizar os normativos correlacionados, bem como a minuta de Edital de referência com estes novos critérios, estendendo assim os efeitos para os demais órgãos e entidade do Poder Executivo Federal. A Secom, inclusive, está utilizando tais critérios em seu próprio certame.

---

<sup>10</sup> Decreto nº 6.555/2008, alterado pelo Decreto nº 7.379/2010. Art. 10-A. Ato do Ministro de Estado Chefe da Secretaria de Comunicação Social disporá sobre: I - cadastramento de servidores, empregados ou funcionários de órgãos ou entidades do Poder Executivo Federal que poderão compor relações de nomes de candidatos a integrantes das subcomissões técnicas, a serem escolhidos mediante sorteio, nos termos dos §§ 2o e 5o do art. 10 deste Decreto; II - procedimento de impugnação de nome de candidato a integrante de subcomissão técnica constante de relação destinada a sorteio de seus membros. Parágrafo único. O procedimento de que trata o inciso II deverá permitir a manifestação do impugnado.

Contudo, no intervalo entre a definição dos critérios pela Secom e a necessidade de atualização dos normativos, o MC lançou a Concorrência nº 01/2022, **na qual se verifica o mesmo risco já tratado com a Secom anteriormente, ou seja: ausência ou insuficiência de critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica.** Neste contexto, é imperioso que o MC **tome conhecimento da forma e dos critérios que estão sendo adotados pela Secom, realize as modificações necessárias no Edital, republicando-o, e internalize junto à CEL a nova sistemática a ser adotada no decorrer da licitação,** mitigando com isso o risco de escolha inadequada ou direcionamento da licitação.

A seguir está exposta, na íntegra, a nova redação do Item 20 – Comissão Especial de Licitação e Subcomissão Técnica, adotada no Edital da Secom, **e que pode ser utilizada como referência pelo MC:**

## *20. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA*

*20.1 Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, na forma do art. 10 do Decreto nº 6.555/2008, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.*

*20.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica constituída por 3 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.*

*20.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o MCOM.*

*20.2.2 Será aberto processo específico para a formalização dos procedimentos destinados à formação da Subcomissão Técnica, contendo toda a documentação necessária para a comprovação dos requisitos exigidos.*

*20.2.3 No tocante à **formação de 2/3 (dois terços)** da relação de que trata o §2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, o **Secretário de Publicidade e Patrocínio indicará nomes de servidores formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing e/ou que atuem na área de publicidade do MCOM,** prezando para que, dentre eles, haja servidores da área de conteúdo e de mídia.*

*20.2.4 Quanto à **formação de 1/3 (um terço)** da relação de que trata o §2º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, o **Secretário de Publicidade e Patrocínio formalizará aos integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, pedido de indicação de servidores ou empregados formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing e/ou que atuem na área de publicidade.***

*20.2.5 **Além da formação e/ou experiência** descrita no subitem 20.2, os candidatos indicados para composição da lista de sorteio deverão **cumprir os seguintes requisitos:***

- a) ter atuado na área de comunicação nos últimos 5 (cinco) anos, sobretudo nas áreas de publicidade e marketing;**
- b) observar, caso tenha sido servidor da SECOM, o interstício mínimo de 1 (um) ano do desligamento do órgão;**
- c) possuir formação adicional em comunicação, publicidade ou marketing, caso a formação originária não corresponda a essas áreas de atuação. Entende-se por formação adicional: pós-graduação, MBA, mestrado, doutorado;**
- d) não possuir relação de parentesco até terceiro grau com servidor do órgão contratante que atue nas áreas intervenientes ao processo de contratação; e**
- e) não possuir nenhuma ligação, direta ou indireta, com qualquer das licitantes.**

20.2.6 Toda a documentação será juntada aos autos do processo referenciado no subitem 20.2.2, que **deverá ser verificada pela Comissão Especial de Licitação**, antes da realização do sorteio de que trata o subitem 20.3 deste Edital, nos termos do art. 35, I da Instrução Normativa-SECOM nº 3/2018.

20.2.7 Após a verificação e manifestação da Comissão Especial de Licitação, acerca dos documentos de comprovação dos servidores indicados a integrar a lista, serão realizados os procedimentos para a publicação da relação na imprensa oficial, conforme previsão do subitem 20.3.2, e indicação da data prevista para o sorteio.

20.2.7.1 A relação dos possíveis membros da Subcomissão Técnica deverá conter separadamente os nomes dos candidatos que mantenham e dos que não mantenham vínculo com o MCOM.

20.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da Subcomissão, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais sem nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com o MCOM.

20.3.1 Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão sorteados, de acordo com a proporcionalidade dos membros titulares, para definição de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

20.3.2 A relação dos nomes referidos no subitem 20.3 será publicada no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

20.3.3 O sorteio será processado pela Comissão Especial de Licitação, e poderá ser fiscalizado por qualquer interessado, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o MCOM, nos termos dos subitens 20.2.1, 20.3 e 20.3.1 deste Edital.

*20.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da Sessão Pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 20.3, mediante apresentação de justificativa fundamentada.*

*20.3.4.1 São motivos para a impugnação o não cumprimento dos requisitos elencados no subitem 20.2.5, além de outras situações que impactem na imparcialidade, impessoalidade e moralidade do julgamento a ser realizado.*

*20.3.5 A Comissão Especial de Licitação decidirá sobre a impugnação, de maneira fundamentada, coletando previamente a manifestação do impugnado.*

*20.3.5.1 Antes da decisão, é facultado ao impugnado renunciar da participação no processo, declarando-se impedido ou suspeito, mediante manifestação formal à Comissão Especial de Licitação.*

*20.3.6 O acolhimento da impugnação implicará a elaboração e a publicação de nova lista caso o número de membros restante for inferior aos mínimos exigidos no subitem 20.3, garantido ainda o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 20.3.2.*

*20.3.7 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada*

*20.4 A Comissão Especial de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital e seus anexos busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência, mediante despacho fundamentado, registrado em ata e acessível a todos os participantes.*

**(Grifos nossos)**

Da nova redação, destaca-se:

- Necessidade de abertura de um processo específico para a escolha dos membros da Subcomissão Técnica;
- Definição do responsável (no caso da Secom, Secretário de Publicidade e Patrocínio) pela indicação dos nomes;
- Definição que 2/3 serão de servidores que atuam no próprio órgão, atendido aos critérios;
- Definição que 1/3 serão de indicados pelos demais órgãos do Sicom, atendido aos critérios, a pedido do responsável (no caso da Secom, Secretário de Publicidade e Patrocínio);

Cabe observar que os nomes para compor o 1/3 dos membros podem ser solicitados pelo MC para a própria Secom/MCom, ainda mais que a unidade está realizando a sua própria licitação, em fase final, estando assim apta a indicar nomes com prontidão.

- Definição de critérios adicionais para serem atendidos pelos membros da Subcomissão Técnica, a saber: atuação na área de comunicação nos últimos 5 anos; 1 ano de desligamento mínimo se já servidor do órgão; formação adicional em comunicação caso a formação original não corresponda a essa área; e não possuir relação com servidor do órgão ou com alguma das licitantes;
- Definição de que a CEL é a responsável pela avaliação do atendimento destes critérios;
- Definição dos motivos para impugnação, a saber: outras situações que impactem na imparcialidade, impessoalidade e moralidade do julgamento a ser realizado; e
- Definição de que a CEL é a responsável pela decisão sobre impugnação, de maneira fundamentada e ouvindo previamente o impugnado.

O presente Relatório, em sua versão preliminar, foi enviado ao MC em 17.02.2022<sup>11</sup>. No dia seguinte, na Reunião de Busca Conjunta de Soluções, **o órgão acatou, na integralidade, os apontamentos da CGU**, comprometendo-se a realizar as mudanças necessárias, que se seguiram:

- **Retificação do Edital**, tendo como modelo o da Secom, **com a republicação**<sup>12</sup>. Destaca-se que, como a alteração não afetou a formulação das propostas, não foi necessária a reabertura de prazo<sup>13</sup>;
- **Cancelamento da lista anteriormente produzida** dos nomes aptos a compor a Subcomissão Técnica, **bem como do agendamento do sorteio**<sup>14</sup>;
- **Abertura de processo específico para a escolha dos membros**<sup>15</sup>;
- **Elaboração de nova lista** seguindo os requisitos estabelecidos no novo Edital, **com a realização de novo sorteio**<sup>16</sup>.

Na atualidade<sup>17</sup>, a licitação se encontra em andamento, justamente na fase de análise das Propostas Técnicas pela Subcomissão Técnica<sup>18</sup>.

---

<sup>11</sup> Documento eAud/CGU 1152034.

<sup>12</sup> Disponível em [https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/editais-abertos/copy\\_of\\_Editalretificadocompilado.pdf](https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/editais-abertos/copy_of_Editalretificadocompilado.pdf)

<sup>13</sup> § 4º do Art 21 da Lei nº 8.666/1993.

<sup>14</sup> Página 8 do DOU, Seção 3, de 23/02/2022.

<sup>15</sup> Processo SEI MC n. 71000.011875/2022-07

<sup>16</sup> Página 12 do DOU, Seção 3, de 24/02/2022 + Ata da Sessão Pública, de 07/03,2022, esta disponível em [https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/editais-abertos/copy\\_of\\_ATA\\_SESSAO\\_PUBLICA\\_DO\\_SORTEIO.pdf](https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/editais-abertos/copy_of_ATA_SESSAO_PUBLICA_DO_SORTEIO.pdf)

<sup>17</sup> Data de referência – 14/03/2022.

<sup>18</sup> Propostas entregues em 08/03/2022, conforme Ata da Sessão Pública, disponível em <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/aceso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/editais-abertos/Ata.pdf>

## CONCLUSÃO

O presente trabalho de auditoria avaliou a Concorrência nº 01/2022, lançada pelo Ministério da Cidadania para a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, no valor de R\$ 120 milhões anuais.

Como resultado desta avaliação, **verificou-se os riscos de escolha inadequada e de direcionamento da licitação decorrentes da ausência ou insuficiência de critérios para a escolha e impugnação dos integrantes da Subcomissão Técnica**, responsável pela análise das Propostas Técnicas das licitantes.

**O órgão agiu prontamente para mitigar esta questão, retificando e republicando o Edital**, tendo como base os parâmetros estabelecidos pela Secretaria Especial de Comunicação Social na Concorrência nº 01/2021. Ainda, adotou as demais medidas administrativas necessárias para sanear o processo licitatório em questão.