

GESTÃO DE RISCO E OS PRINCIPAIS DESAFIOS NA ANÁLISE DOS PROCESSOS LICITATÓRIOS

ESTUDO DE CASO – GESTÃO DE RISCO EM PROCESSOS DE PUBLICIDADE



O que pode ser medido pode ser melhorado.

Peter Drucker

1 – FUNDAMENTOS DA GESTÃO DE RISCO

“A verdadeira viagem de descoberta não consiste em buscar novas terras, mas em vê-las com novos olhos.” (Marcel Proust)
O intuito deste estudo é ajudar as Controladorias Municipais a desenvolver um olhar para os objetivos da organização – MUNICÍPIO - compreendendo o que é Gestão Responsável entendendo seus RISCOS, os IDENTIFICANDO e desenvolvendo métodos para GERENCIAR O RISCO.

No contexto de Risco em Licitações temos que observar a publicidade dos atos governamentais considerando que a publicidade das decisões dos gestores públicos é um elemento da democracia.

Por outro lado, precisamos nos perguntar se existe equidade – igualdade de oportunidades – sem publicidade.

2 – CONCEITOS-CHAVE

Risco: possibilidade de ocorrência de um evento que tenha impacto no atingimento dos objetivos da organização.

Gestão de riscos: arquitetura (princípios, objetivos, estrutura, competências e processo) necessária para se gerenciar riscos eficazmente.

Gerenciamento de risco: processo para identificar, avaliar, administrar e controlar potenciais eventos ou situações e fornecer segurança razoável no alcance dos objetivos organizacionais.

Controle interno da gestão: processo que engloba o conjunto de regras, procedimentos, diretrizes, protocolos, rotinas de sistemas informatizados, conferências e trâmites de documentos e informações, entre outros, operacionalizados de forma integrada, destinados a enfrentar os riscos e fornecer segurança razoável de que os objetivos organizacionais serão alcançados.

3 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE - LEI DE LICITAÇÕES X LEI DE PUBLICIDADE

A Comunicação Publicitária é uma ferramenta estratégica de gestão pública. Não apenas uma obrigação legal do ente público que tem o dever legal de informar a população sobre sua prestação de serviço. Por suas características específicas os serviços de publicidade e propaganda são tratados de forma diferenciada quando forem contratados pelo poder público. Uma legislação específica em que o processo licitatório tem suas definições e parâmetros especificados pela Lei 12.232.

DISPÕE SOBRE AS NORMAS GERAIS PARA LICITAÇÃO E CONTRATAÇÃO PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA E DÁ OUTRAS PROVIDÊNCIAS.

ESTABELECE NORMAS GERAIS DE LICITAÇÃO E CONTRATAÇÃO PARA AS ADMINISTRAÇÕES PÚBLICAS DIRETAS, AUTÁRQUICAS E FUNDACIONAIS DA UNIÃO, DOS ESTADOS, DO DISTRITO FEDERAL E DOS MUNICÍPIOS.

LEI
14.133/2021

LEI
12.232/2010

4 – CONTROLADORIA E GESTÃO DE RISCO EM CONTRATAÇÕES DE PUBLICIDADE

As Controladorias Municipais, por diversos fatores, devem compreender a natureza do risco que envolve a contratação de agências de publicidade:

Tabela 1. Exemplos de Riscos, Exposições e Controles Internos no processo de contratação de publicidade

Risco	Exposição	Controles Internos
Comprar quantidade insuficiente	<ul style="list-style-type: none">• Cidadãos desinformados;• Falta de atendimento de metas em campanhas de saúde;• Mau uso do aparelhamento público; etc.• Dificultar o acesso a informação em ano eleitoral por falhas nas estimativas de anos anteriores (Lei 9.504/97 – art 73, VII)	<ul style="list-style-type: none">• Avaliação periódica das necessidades e agendas de publicidade dos órgãos municipais.• Conscientização dos membros da Administração quanto a importância do uso correto dos meios de publicidade como forma de alcançar os cidadãos e desenvolver as políticas públicas com integridade.
Falta de atendimento ao Princípio da Publicidade	Informação inadequada ao cidadão ou ausente	Observância de critérios para seleção adequada das agência;

Devido as grandes dificuldades de profissionais técnicos nos Municípios talvez o risco mais elevado dos processos licitatórios em publicidade seja a má elaboração do planejamento da contratação, soma-se a isso a qualidade das informações para elaboração do briefing.

Na outra ponta, já com objeto contratado temos os riscos que envolvem a fiscalização do contrato em razão da falta de pessoal qualificado para aferição dos serviços.

Uma outra questão a considerar para o ano eleitoral refere-se aos riscos na contratação sem observância do art. 73, inciso VII da Lei 9.504/97 (lei das eleições).

...

“VII - empenhar, no primeiro semestre do ano de eleição, despesas com publicidade dos órgãos públicos federais, estaduais ou municipais, ou das respectivas entidades da administração indireta, que excedam a 6 (seis) vezes a média mensal dos valores empenhados e não cancelados nos 3 (três) últimos anos que antecedem o pleito;

PERGUNTAS CENTRAIS DO ESTUDO

1. Quais são os principais riscos a serem observados pelas Controladorias Municipais na contratação de serviços de públicos e, como agir, para mitigá-los?
2. Considerando os aspectos dos itens 3 e 4 deste Informativo quais são os principais problemas enfrentados pelas empresas de publicidade no referente às suas contratações nos Municípios?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apostila Gestão de Riscos em Licitações – ENAP – Escola Nacional de Administração Pública – Ministério do Planejamento – Brasil

Lei 14.133, 1º de abril de 2021. Estabelece normas gerais de licitação e contratação para as Administrações Públicas diretas, autárquicas e fundacionais da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Lei 12.232, 29 de abril de 2010. Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela Administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e das outras providências.

Vaassen, Eddy. Controle interno e sistema de informação contábil / Eddy Vaassen, Roger Meuwissen, Caren Schelleman; [tradução Antonio Benedito Silva Oliveira, Cecília Bartalotti; revisão técnica Valéria B. C. Petrucci]. – São Paulo : Saraiva, 2013.