



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR PRESIDENTE DO TRIBUNAL DE CONTAS DO  
DISTRITO FEDERAL**

**Representação nº 33/2019 – CF**

O Ministério Público que atua junto a esse Tribunal, no desempenho de sua missão institucional de defender a ordem jurídica, o regime democrático, a guarda da Lei e fiscalizar sua execução, no âmbito das contas do Distrito Federal, fundamentado no texto do artigo 85 da Lei Orgânica do Distrito Federal - LODF; dos artigos 1º, inciso XIV e § 3º, e 76 da Lei Complementar 1/1994 - LOTCDF; e do artigo 99, inciso I, da Resolução 38/1990 - RITCDF, vem oferecer a seguinte

**REPRESENTAÇÃO**

Matéria veiculada pelo Jornal Metrôpoles, intitulada: “*Acelerado: BRB lança piloto de Stock Car que se antecipou a patrocínio*”, em **23/04/19**, noticiou patrocínio concedido pelo Banco de Brasília (BRB) a piloto da Competição Automobilística Stock Car, no valor de **R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais)**.

Da notícia constam esclarecimentos que teriam sido dados pelo presidente do Banco, entre os quais: “*Ele afirma que o pedido inicial do corredor foi de R\$ 3 milhões, mas o banco aprovou um terço disso*”.

A fim de diligenciar a respeito, foi expedido o Ofício 375/2019-MPC/PG, dirigido ao Presidente do BRB, com solicitação de cópia integral do processo que deu origem ao **Contrato de Patrocínio 2019/045**, conforme extrato publicado no **DODF de 14/05/19**.

Em resposta, foi juntado o Ofício DIRCO 2019/053, que encaminhou a Carta PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/121 com o inteiro teor do processo, que deu origem ao Contrato de Patrocínio 2019/045, em meio digital. (anexo)



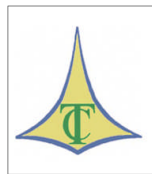
**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Em decorrência de análise preliminar, novo ofício foi expedido, 009/2019-GPCF, requisitando novas informações e documentos:

- 1) Plano Anual de Patrocínio 2019;
- 2) Manual de Patrocínio;
- 3) Manual de Licitações e Contratos;
- 4) Política de Comunicação;
- 5) Todas as Atas de Reuniões, Comitês, Comissões ou qualquer outro órgão colegiado que tenha aprovado o patrocínio à Empresa Hot-Car Competições e Serviços Ltda, para execução do Projeto Stock Car 2019 – Piloto Pedro Cardoso; e
- 6) Quaisquer outros documentos que entenda pertinente encaminhar ou que tenham servido de base à aprovação do citado patrocínio e que não constem do Processo 041.000.336/2019

Por conseguinte, a Carta PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/153, com algumas considerações sobre o patrocínio, foi encaminhada com os seguintes documentos em meio digital: (anexo)

- 1) Ata da 453ª Reunião Extraordinária da Diretoria Colegiada, realizada em 18/04/19;
- 2) Ata da Reunião Extraordinária do Comitê de Comunicação do BRB, realizada em 18/04/19;
- 3) Ata da Reunião – Proposta de Patrocínio ao Piloto Pedro Cardoso, participação na Stock Car 2019 pela equipe Hot Car, ocorrida em 28/03/19;
- 4) Ata da 1ª Reunião Extraordinária do Comitê de Patrocínio da Secretaria de Estado de Comunicação do DF, em 15/04/19;
- 5) Ata da 2ª Reunião Extraordinária do Comitê de Patrocínio da Secretaria de Estado de Comunicação do DF, em 30/04/19;
- 6) Cópia do DODF de 11/02/19, página 25, com o Plano Anual de Comunicação 2019 do BRB;
- 7) Manual de Licitações e Contratos do BRB, com vigência de 13/09/17 a 12/09/19;



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

- 8) Manual de Patrocínio do Banco, com vigência de 30/03/18 a 29/03/20; e
- 9) Política de Comunicação e Marketing do BRB, com vigência de 18/07/17 a 17/07/19.

Compulsando o processo encaminhado, é possível constatar que:

- 1) foi autuado em 01/04/19, a partir da Carta PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/076, com a mesma data;
- 2) posteriormente, foi juntado o Parecer PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/004, de 16/04/19, com dados do proponente e informações sintéticas do patrocínio, como o projeto não estar inserido no Plano Anual de Comunicação do Banco e não estar ligado à renúncia fiscal;
- 3) além disso, consignou resumo do patrocínio:

A Stock Car é a principal categoria do automobilismo brasileiro e uma das principais do mundo. Reunindo pilotos de renome nacional e internacional, as corridas atraem milhares de pessoas aos autódromos e alcançam um índice de audiência equiparado ao da Fórmula 1 em esportes a motor na televisão brasileira.

O público da Stock Car compara-se ao número médio dos principais jogos de futebol no país. Todas as provas têm cobertura completa da Rede Globo – seja pelos canais por assinatura Sportv, pela TV Globo e também pelo site Globo.com, transmitindo as corridas ao vivo na íntegra ou com flashes e compactos na sua programação.

Importantes empresas e marcas estão envolvidas na Stock Car, realizando inúmeras ações de marketing e relacionamento. A categoria, que neste ano completa 40 (quarenta) anos, terá a execução de 11 (onze) etapas, sendo que 9 (nove) delas terão transmissão ao vivo pela SporTV e 2 (duas) pela Rede Globo.

O presente projeto refere-se a participação do piloto Pedro Cardoso, através da equipe HotCar, na temporada de 2019. Hoje com 20 (vinte) anos, o piloto brasiliense começou sua carreira no Kart, categoria no qual competiu de 2008 até 2015. Dentre suas conquistas, foi 9 (nove) vezes campeão paulista, 3 (três) vezes campeão de Super Kart Brasil, além de conquistar um campeonato Brasileiro e um Americano.

Em 2004, começou sua trajetória no automobilismo, sendo campeão Sul-Americano de Fórmula 4, Campeão Brasileiro de Fórmula 4, Campeão Brasileiro de Fórmula Júnior e 3º colocado no campeonato de Stock Car Light em 2018.

Para a temporada 2019, que marca sua estréia na categoria Stock Car, contará com o apoio da equipe HotCar. Fundada em 1980, a equipe participa da categoria desde 2001 e disputa outros campeonatos brasileiros como o Mercedes-Benz Challenge.

F O I H A 05



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

4) a justificativa para a concessão:

O marketing é a técnica de oferecer a busca de mercado e gerar lucro, além da competência de descobrir esta demanda, e não somente os desejos. Partindo deste princípio, o marketing e os seus instrumentos entram em ação para ofertar e proporcionar os serviços e produtos identificados no mercado. Já o marketing esportivo, é a segmentação voltada para o mundo

esportivo com intuito de usar o esporte como ferramenta para estratégias de marketing, ou seja, explorar a imagem dos clubes, jogadores, equipamentos e personagens ligadas ao meio esportivo.

Estudos mostraram que, quando um indivíduo apresenta alto grau de identificação com sua região de origem, ele tenderá a avaliar mais positivamente um patrocinador de seu time quando este apresentar um elo regional claro, como o patrocínio de um time local, resultando no incremento da atratividade da marca patrocinadora e do boca-a-boca positivo.

O mesmo pode ser afirmado ao apoio a projetos vinculados à prática de atividades esportivas, com ampla participação da população, e que proporcionem ganhos reais à sociedade, vinculando a imagem do patrocinador a conceitos como saúde, qualidade de vida, lazer e consciência social.

Desta forma, o patrocínio a projetos esportivos bem estruturados fortalece a marca dos patrocinadores, uma vez que os mesmos têm a sua imagem diretamente relacionada aos projetos desenvolvidos.

Especificamente em relação à Stock Car, a participação do BRB como patrocinador é estar presente na categoria que cresceu 9,3% em audiência televisiva em 2018, alcançando mais de 36 milhões de telespectadores, gerando um retorno de mídia para a categoria estimado em R\$ 162 milhões, conforme dados do Ibope Repucom.

No mesmo ano, atingiu a marca de 160 mil pessoas presentes aos autódromos e, aproximadamente, meio milhão de seguidores em suas redes sociais o que resultou em um alcance próximo aquele da mídia televisiva.

O patrocínio ao piloto Pedro Cardoso possui contrapartidas que ampliam a visibilidade da marca BRB e possibilitam alto grau de aproveitamento de mídia espontânea, já que a categoria possui alta cobertura dos meios de comunicação. Além disso, possibilita a realização de ações de relacionamento com clientes BRB, proporcionando experiências únicas que favorecem a fidelização e identificação do público brasileiro com a marca BRB.

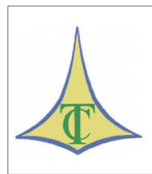


**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

5) as contrapartidas do patrocinado:

1. Aplicação da logomarca BRB no carro de corrida referente à cota Gold (frente, laterais, traseira e parte interna na linha de câmera);
2. Aplicação da logomarca BRB no macacão do piloto (peito, costas, antebraço e gola);
3. Aplicação da logomarca BRB no box do piloto;
4. Aplicação da logomarca BRB no caminhão do piloto;
5. Aplicação da logomarca BRB no uniforme da equipe do piloto;
6. Aplicação da logomarca BRB na capa do perfil do piloto no Facebook (<https://ww.facebook.com/pedrocardosopiloto>);
7. Aplicação da logomarca BRB em 4 (quatro) postagens por parcela no perfil do piloto no Facebook (<https://ww.facebook.com/pedrocardosopiloto>);
8. Aplicação da logomarca BRB em 4 (quatro) postagens por parcela no perfil do piloto no Instagram ([www.instagram.com/pedro.cardoso43](http://www.instagram.com/pedro.cardoso43));
9. Cessão de 5 (cinco) ingressos de paddock para as provas de São Paulo e 5 (cinco) para a prova de Campo Grande;
10. Direito de 2 (dois) convidados VIP BRB para viver a experiência dentro do Box, por corrida, incluindo despesas com transfer, passagem e hospedagem na cidade de realização da prova;
11. Realização de 20 (vinte) voltas rápidas, por corrida, em Goiânia e mais 20 (vinte) voltas rápidas distribuídas no restante da temporada, com convidados BRB, totalizando 60 (sessenta) voltas rápidas;
12. Cessão de camarote para 50 (cinquenta) pessoas, incluindo estrutura básica e alimentação, para as provas de Goiânia;
13. Disponibilização de 1 (um) show car ativado com a marca BRB para a temporada 2019, para até 16 ativações ao longo da vigência do contrato (máximo de 2 ativações mensais);
14. Presença do piloto em eventos e ativações do BRB;
15. Assessoria da equipe HotCar em ativações promocionais para clientes BRB;
16. Presença de 2 (duas) Grid Girls com a marca BRB, por corrida;
17. Direito de uso de imagem do piloto e do carro até junho de 2020;
18. Realização de 1 (uma) ação promocional com o piloto para 20 (vinte) clientes em kartódromo do Distrito Federal;
19. Cessão de 5 (cinco) capacetes autografados para ação de relacionamento com clientes BRB.

FOLHA 06  
PROC. 041.000.336/2019  
MAT. 81340-2 RUB



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

6) o cronograma das etapas:

**2.1.5.4. Cronograma de atividades**

05/05/2019 – Mogi Guaçu (SP) – Autódromo Velo Città  
19/05/2019 – Goiânia (GO)  
09/06/2019 – Londrina (PR)  
21/07/2019 – Santa Cruz do Sul (RS)  
11/08/2019 – Campo Grande (MS)  
25/08/2019 – Corrida do Milhão – Interlagos – São Paulo (SP)  
15/09/2019 – Curitiba (PR)  
20/10/2019 – Cascavel (PR)  
10/11/2019 – Viamão (RS) – Autódromo de Tarumã  
24/11/2019 – Goiânia (GO)  
15/12/2019 – Interlagos (SP)

- 7) o custo total da produção do evento de R\$ 2.308.573,56, conforme tabela apresentada pela empresa interessada;
- 8) informação sobre o valor do patrocínio em R\$ 1.000.000,00, destinados a cobrir parte dos gastos com a produção do projeto (inscrições das etapas, compra de pneus, aluguel de motor, kit de peças para manutenção do carro, uniformes da equipe e serviços de engenharia), o que corresponderia a 43,31% do custo total;
- 9) análise de retorno assim consignado:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Mensurar o retorno do patrocínio para projetos de grande vulto vai além de analisar o custo de produção das contrapartidas mensuráveis, as quais apresentam valor material aquém do potencial de divulgação da marca do patrocinador. Nesses casos, é necessário utilizar os dados de retorno de mídia oferecidos por empresas especializadas para efetivamente obter-se uma real perspectiva dos ganhos em apoiar um projeto.

Como o piloto Pedro Cardoso é estreante na categoria, não há dados de mídia para o esportista. Assim, parte-se para a análise da Stock Car em conjunto com características de piloto integrante da mesma equipe que o patrocinado.

Segundo dados do Ibope Repucom, em 2018, o retorno de mídia ocupado apenas com as transmissões da Stock Car em mídia televisiva atingiu o valor de R\$ 162 milhões. Como o retorno é calculado pelo tempo de transmissão na TV e a categoria possui 28 pilotos, pode-se estimar que o retorno médio foi de, aproximadamente, R\$ 5,5 milhões.

Esse valor é condizente com o levantamento realizado pela empresa EverSports ([www.eversportsbr.com](http://www.eversportsbr.com)) para o retorno de mídia com o piloto Rafael Suzuki, colega de equipe do piloto Pedro Cardoso. Considerando também suas participações em entrevistas e reportagens, a empresa estima o retorno de imagem em R\$ 7,8 milhões em 2018.

Em 2019, a categoria terá transmissão ao vivo em todas as etapas (9 na SporTV e 2 na Globo), além dos reprises no canal de TV fechada e nos programas Globo Esporte e Esporte Espetacular. Além disso, espera-se crescimento igual ou superior ao de 2018 em quantidade de telespectadores (9,3%). Assim, é coerente afirmar uma expectativa de manutenção ou incremento do retorno de mídia médio por piloto.

Adicionalmente, as contrapartidas oferecidas oferecem possibilidades de amplificação do retorno, como postagens em mídias sociais, assessoria de imprensa e ações de relacionamento com clientes BRB.

Dessa forma, considera-se adequado o valor do patrocínio com a expectativa de retorno, podendo ser amplificado de acordo com o desempenho do piloto.

FOLHA 09  
2019.03.03

**10) forma de fiscalização:**

O contrato de patrocínio será rigorosamente fiscalizado por meio da análise da prestação de contas encaminhada pela patrocinada ao BRB e, conforme o caso, pelo comparecimento de representantes do Banco ao evento.

11) existência de disponibilidade orçamentária; e

12) Manifestação da SUMAR de concordância com a proposta da GEPAR.

Foi juntado parecer da Gerência de Orçamento atestando a disponibilidade.

Em seguida, a proposta de patrocínio, com data de 04/03/19, onde constam referências bancárias e comerciais; contrapartidas; e o valor de R\$ 1.000.000,00, via patrocínio direto, acompanhada de planilha de custos.

Ato contínuo, foram juntados vários documentos de publicidade com informações sobre:

1) a Empresa Hot Car Competições;

2) a categoria automobilística Stock Car;



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

- 3) o piloto Pedro Cardoso;
- 4) o layout da marca BRB no carro, no box e na carreta;
- 5) a destinação do patrocínio;
- 6) as contrapartidas;
- 7) a audiência nos autódromos e nos canais de transmissão; e
- 8) o perfil do público.

Acostou-se um documento, de empresa ligada a Stock Car, onde constam valores de referência para cotas de patrocínio dos carros, destinadas à comercialização pelas equipes, conforme as seguintes definições:

**Cota "A"**

- Capô, portas e porta-malas: R\$ 1.500.000,00

**Cota "B"**

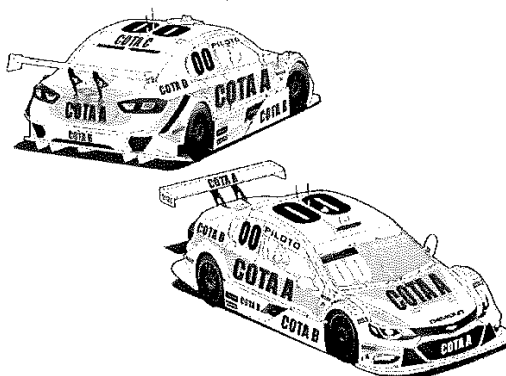
- Lateral inferior, grade e parte abaixo do porta-malas: R\$ 600.000,00

**Cota "C"**

- Testeiras: R\$ 400.000,00

**Cota "D"**

- Lateral, atrás do número / asa: R\$ 300.000,00



As áreas destinadas ao promotor, não poderão ser comercializadas pelas equipes e/ou pilotos.





**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Restou acostado o Regulamento Desportivo do Campeonato Brasileiro de Stock Car 2019.

No mais, informações sobre o Piloto Rafael Suzuki, companheiro de equipe do Pedro Cardoso, e dados sobre o seu retorno de mídia, por ter participado do Campeonato em 2018.

Surgem os documentos da Empresa Hot Car Competições e Serviços Ltda: Consolidação do Contrato Social; Certidão Simplificada da Junta Comercial; e documentos do representante legal, além das Declarações de inexistência de parentesco; de inexistência de trabalhador menor; de veracidade dos documentos fiscais apresentados; de idoneidade e titularidade; e de adimplemento com prestação de contas.

A Regularidade Fiscal foi comprovada.

A Nota Executiva PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/021, de 14/04/19, foi elaborada para subsidiar os membros da Comissão Administrativa SUMAR, do Comitê de Comunicação e da Diretoria Colegiada.

Da referida Nota constam a competência para autorizar o patrocínio, no caso, Diretoria Colegiada, acima de R\$ 200 mil, e demais informações sobre o patrocínio, além do enquadramento no Manual de Patrocínio do Banco, artigo 46, item XIV. No final da peça, consta o “de acordo” no Despacho da Comissão Administrativa SUMAR, bem como registro da aprovação pelo Comitê de Comunicação do Banco e pela Diretoria Colegiada, ambas aprovações no dia 18/04/19.

O Termo de Designação de Executor do Contrato foi em 02/05/19.

O Parecer DIRCO/SURIS/GERIS 2019/0048, de 18/04/19, que objetivou avaliar riscos reputacionais e de imagem, concluiu tratar-se de projeto de relevância social com potencial ganhos de imagem para o Banco, não havendo riscos reputacionais nem de imagem.

O Parecer Jurídico PRESI/COJUR 2019/238, de 17/04/19, concluiu pela possibilidade jurídica da contratação, desde que observadas as disposições daquele opinativo. Ressalvou, no entanto, **que a manifestação estava adstrita unicamente aos aspectos jurídicos, excluídos o de natureza técnica, notadamente quanto à conveniência e oportunidade da concessão do patrocínio. Quanto à escolha do patrocinado, ressaltou que tem natureza eminentemente técnica, com cunho comercial, e, por este motivo, não analisou as razões de conveniência e oportunidade da área demandante/técnica.**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Seguiu a Ata do Comitê de Patrocínio da Secretaria de Estado de Comunicação do DF do dia 15/04/19, onde restou consignado apenas que: *“O projeto de trabalho ainda não foi apresentado ao Comitê para apreciação e ainda passará por avaliação da Diretoria do Banco”*.

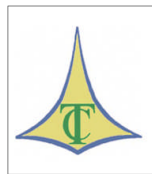
Em sequência, Ata da Reunião Extraordinária do Comitê de Comunicação do BRB, de 18/04/19, com o seguinte teor:

**Decisões: 1. NOTA EXECUTIVA PRESI/SUMAR/GEPAR - 2019/021**

Proposta: APROVAR O PATROCÍNIO a Hot-Car Competições e Serviços Ltda para o projeto “Stock Car 2019 - Piloto Pedro Cardoso”, a ser realizado entre os dias 05/05/2019 a 15/12/2019, AUTORIZAR a despesa no valor de R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) para custear parte dos respectivos gastos destinados à realização do projeto e RATIFICAR a inexigibilidade de licitação, em consonância com as alçadas e competências definidas. Relator: Wesley Cavallari Henriques. Competência: DICOL. Deliberação: Aprovado com ressalva. A ressalva do Comitê tem como base, exclusivamente, a falta do despacho e assinatura no Item 15 da Nota Executiva, conforme Manual de Competências e Alçadas do BRB, Art. 4º, § 7º. Em atenção ao assunto tratado o Comitê se manifestou favoravelmente à contratação do patrocínio. O Comitê solicitou que, caso conste ressalva à contratação do patrocínio no parecer a ser emitido pela Cojur, o processo retorne para nova análise. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a reunião e lavrada a presente ata, a qual, após lida e aprovada, foi assinada por todos os presentes, exceto os convidados.

Depois, Ata da Reunião – Proposta de Patrocínio ao Piloto Pedro Cardoso, participação na Stock Car 2019 pela Equipe Hot Car, com data de 28/03/19, de onde se extrai:

BRB e as alçadas competentes do Banco. Foi informando pelos representantes do BRB que, após recebimento dos documentos solicitados e análise técnica da área responsável, o projeto será encaminhado para avaliação das alçadas competentes, mas que em virtude dos trâmites e prazos necessários, em caso de aprovação do patrocínio, este teria validade somente a partir da 2ª etapa, prevista para o dia 05 de maio de 2019, no circuito Velo Cittá. O manager do piloto informou que gostaria de utilizar a marca do BRB já a partir da 1ª etapa, programada para 07 de abril de 2019, no circuito Velopark, tendo como objetivo



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

demonstrar de forma prática o potencial de retorno do projeto e corrigir eventuais problemas para as etapas seguintes, em caso de aprovação do patrocínio. Os representantes do BRB informaram que a aprovação do patrocínio cabe a Diretoria Colegiada do Banco, em conformidade com o Manual de Competência e Alçadas do BRB, e que não existe garantia de aprovação do projeto até tramitação por esta alçada. Os proponentes ratificaram este entendimento e informaram que a aplicação da marca BRB, na 1ª etapa, se dará por conta e risco deles e que não gerará compromisso ou ônus ao BRB. Tendo como base o compromisso apresentado pelos proponentes os representantes do BRB autorizaram a utilização da marca do Banco. Nada mais havendo a tratar, foi encerrada a reunião e lavrada a presente ata, a qual, após lida e aprovada, foi assinada por todos os presentes, exceto os convidados.

O Contrato 2019/045, assinado em 02/05/19, também consta do processo, com anexos referentes a cronograma físico-financeiro do patrocínio, contrapartida e desembolso por etapa.

O uso da marca BRB foi aprovado, conforme as fotos juntadas.

Apareceu novamente a regularidade fiscal.

Por fim, a publicação no DODF do extrato do contrato em 14/05/19.

Com relação à segunda diligência, os novos documentos apresentados foram:

- 1) Ata da 453ª Reunião Extraordinária da Diretoria Colegiada, realizada em 18/04/19;
- 2) Ata da 2ª Reunião Extraordinária do Comitê de Patrocínio da Secretaria de Estado de Comunicação do DF, em 30/04/19;
- 3) Cópia do DODF de 11/02/19, página 25, com o Plano Anual de Comunicação 2019 do BRB;
- 4) Manual de Licitações e Contratos do BRB, com vigência de 13/09/17 a 12/09/19;
- 5) Manual de Patrocínio do Banco, com vigência de 30/03/18 a 29/03/20; e
- 6) Política de Comunicação e Marketing do BRB, com vigência de 18/07/17 a 17/07/19.



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Dessas novas peças, é possível constatar a aprovação pela Diretoria Colegiada:

Em **18-04-2019**, às **14h**, nesta Capital, reuniu-se a Diretoria Colegiada do BRB - Banco de Brasília S.A., tendo tomado, entre outras, a seguinte decisão: (.. ) **ITEM 01**: Nota Executiva Presi-Sumar-Gepar-2019/021, de 14-04-2019 - Processo nº 041.000.336/2019: Proposta: **a)** Aprovar o patrocínio a Hot-Car Competições e Serviços Ltda para o projeto "Stock Car 2019 - Piloto Pedro Cardoso", a ser realizado entre os dias 05-05-2019 a 15-12-2019; **b)** autorizar a despesa no valor de R\$1.000.000,00 para custear parte dos respectivos gastos destinados à realização do projeto; e, **c)** ratificar a inexigibilidade de licitação. **Deliberação**: Aprovado o patrocínio na forma proposta, ressaltando o diferencial de pagamento de parte do patrocínio pelo desempenho do piloto nas provas, conforme apresentado na minuta do Contrato e ratificada a inexigibilidade de licitação. "(...).

A manifestação do Comitê de Patrocínio da Secretaria de Estado de Comunicação do DF, na 2ª Reunião Extraordinária realizada em 30/04/19, que:

deliberação deste Comitê. Dada a palavra ao representante suplente do Banco de Brasília S/A, este informou que o projeto de patrocínio ao Piloto Pedro Cardoso da Stock Car 2019 passou por todas as fases de deliberação no Banco e restou aprovado pela Diretoria Colegiada em 18/04/2019, a qual aguarda, apenas, a assinatura do contrato. Esclareceu,

ainda, que a utilização da marca do Banco de Brasília S/A pelo piloto antes do fechamento do contrato está registrada em ata lavrada pelo Banco e não gerou contrapartida financeira por parte do Banco nesse momento. O Comitê entendeu que, uma vez que se encontra aprovado o projeto de patrocínio pela Diretoria Colegiada do Banco, não há demais considerações a serem apresentadas. Na sequência, e em referência ao projeto da Feira de

A publicação do Plano de Comunicação do Banco de 2019, em 11/02/19, com o seguinte teor:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

**BRB - BANCO DE BRASÍLIA S.A**

BRB - CRÉDITO, FINANCIAMENTO E INVESTIMENTO S.A

BRB - DISTRIBUIDORA DE TÍTULOS E VALORES MOBILIÁRIOS S.A

**PLANO ANUAL DE COMUNICAÇÃO 2019**

Em observância à Lei Distrital nº 3.184/03, à Lei Orgânica do Distrito Federal, bem como à Lei 13.303/16, o BRB - Banco de Brasília S.A., a BRB - Crédito, Financiamento e Investimento S.A. (CFI) e a BRB - Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A. (DTVM) apresentam seu Plano Anual de Comunicação para o exercício de 2019.

**1. OBJETIVOS:**

Orientar a ação de relacionamento com os públicos de interesse e ampliar a performance mercadológica de produtos do BRB e das controladas, bem como promover a valorização institucional do Banco.

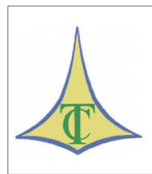
**2. ESTIMATIVA DE DESPESAS:**

Para 2019, a previsão orçamentária destinada ao BRB - Banco de Brasília S.A. é de R\$ 20.066.923,00 para Propaganda e Publicidade, R\$ 1.780.873,00 para Publicações Obrigatórias, **R\$ 6.300.000,00 para Patrocínios** e R\$ 1.720.763,99 para cerimonial e eventos (promoções, relacionamento, cerimonial e eventos); a previsão orçamentária da BRB - Crédito, Financiamento e Investimento S.A. é de R\$ 1.300.000,00 para Propaganda e Publicidade, R\$ 834.720,00 para Publicações Obrigatórias, R\$ 1.500.000,00 para Patrocínios e R\$ 310.131,00 para cerimonial e eventos (promoções, relacionamento, cerimonial e eventos); a previsão orçamentária da BRB - Distribuidora de Títulos Valores Mobiliários S.A. é de R\$ 514.390,85 para Publicações Obrigatórias e R\$ 51.000,00 para cerimonial e eventos (promoções, relacionamento, cerimonial e eventos).

**3. GRUPOS ESTRATÉGICOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA:**

Institucional, Negocial, Investimentos, Canais de Atendimento, Publicações Obrigatórias, Pesquisas para Campanhas Publicitárias, Campanhas Sazonais ou de Oportunidade.

**4. SEGMENTOS DE ATUAÇÃO DE PATROCÍNIO:**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Arte e Cultura; Causas Sociais; Esporte; Entretenimento; Negócios e Relacionamento Institucional.

PAULO HENRIQUE COSTA

Diretor- Presidente

O Manual de Licitações e Contratos que foi criado para orientar e auxiliar todos os envolvidos na execução do ciclo de celebração de contrato de bens e serviços.

Ainda o Manual de Patrocínio, com regras estabelecidas para análise de propostas, celebração de contratos, fiscalização, prestação de contas e resultados para o Banco.

Por último, a Política de Comunicação e Marketing do BRB, para o período de 18/07/17 a 17/07/19, com os princípios que devem nortear os processos de Comunicação e Marketing.

No âmbito distrital, existe o Decreto 36451/15 que dispõe sobre as ações de publicidade dos órgãos e entidades da Administração Direta e Indireta do Poder Executivo do DF e sobre as ações de patrocínio da Administração Indireta.

O referido normativo instituiu o Comitê de Patrocínios, **de caráter consultivo**, para atuar em regime de colegiado, com o objetivo de assessorar a Comunicação Institucional e Interação Social da Governadoria do DF **antes da assinatura dos contratos**.

A esse respeito, foram juntadas as Atas das reuniões do Comitê de Patrocínios do DF, realizadas em **15/04/19 e 30/04/19**, antes da **assinatura do contrato em 02/05/19**. Porém, constata-se da Ata da Reunião realizada em **30/04/19** que, **quando chegou ao Comitê, a Diretoria Colegiada do BRB já tinha aprovado o patrocínio** e assim restou consignado que **"uma vez que se encontra aprovado o projeto de patrocínio pela Diretoria Colegiada do Banco, não há demais considerações a serem apresentadas"**.

No âmbito do BRB, o Manual de Patrocínio prevê, no que interessa ao caso:

(...)

Art. 9º. As áreas de atuação do Banco e a subdivisão do orçamento de patrocínio atenderão, preferencialmente, aos seguintes critérios de enquadramento:



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

(...)

IV - Esporte: projetos que valorizam a prática do esporte profissional ou amador no Distrito Federal e regiões de influência;

(...)

Art. 13. O BRB viabiliza seus investimentos em patrocínio por intermédio da Gerência de Patrocínio e Projetos de Relacionamento–Gepar, a qual é responsável pela análise e operacionalização das propostas e contratos de patrocínio, bem como pela fiscalização e encaminhamento para pagamento dos valores contratados.

Art. 14. Os responsáveis pela análise e aprovação dos patrocínios, conforme Manual de Competências e Alçadas, são:

I -Comissão Administrativa da Sumar;

II -Comitê de Comunicação;

III -Diretoria Colegiada.

Parágrafo único. Os pareceres e/ou notas executivas confeccionados pela Gepar, referentes às propostas de patrocínio recebidas, serão submetidos à análise da Consultoria Jurídica –Cojur, da Gerência de Controle do Risco Operacional–Geris, da Gerência de Orçamento - Georee encaminhados ao órgão competente, conforme estipulado no Manual de Correspondências e/ou no Manual de Competências e Alçadas, para aprovação.

Art. 16. (...)

§ 2º. O BRB limita seu investimento a 70% do orçamento total dos projetos patrocinados.

Art. 18. A negociação das propostas de patrocínio visará ao retorno de imagem, mercadológico, financeiro, negocial e institucional, a fim de, sempre que possível, garantir ao BRB:

(...)

Art. 19. A negociação das contrapartidas com o proponente visará, sempre que possível, ao atendimento dos seguintes objetivos:

(...)



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

Art. 20. As contrapartidas podem ser materiais, sociais ou de mídia. A GEPAR, sempre que necessário, acionará as outras áreas da SUMAR, a fim de maximizar o retorno de patrocínio.

(...)

Art. 37. As propostas que forem compatíveis com a Política de Comunicação e Marketing e com o Plano Anual de Patrocínio do BRB, após cadastradas, serão submetidas à Comissão Administrativa da Sumar.

Art. 38. No caso das propostas de patrocínio consideradas de interesse do Banco pela Comissão Administrativa da Sumar, a Gepar confeccionará Parecer e Nota Executiva às alçadas competentes para análise, aprovação da contratação e realização da despesa.

(...)

Art. 42. As propostas consideradas de interesse do Banco serão criteriosamente analisadas pela Gepar, comparando-se o retorno proposto com os objetivos do BRB.

Art. 43. À Gepar cabe conferir se todos os requisitos da proposta foram atendidos pelo proponente, bem como solicitar informações e documentos que porventura não tenham sido entregues na forma estabelecida neste Manual.

Art. 44. Com base na análise da proposta de patrocínio, a Gepar confeccionará parecer e nota executiva com todas as informações necessárias para subsidiar a decisão sobre a aprovação ou não do patrocínio.

Art. 45. A Gepar, ao analisar as propostas de patrocínio, avaliará o retorno do investimento e a eficácia do patrocínio.

Art. 46. A mensuração da eficácia do patrocínio deverá atender, de acordo com a área de atuação e valor, a **pelo menos três dos seguintes critérios:**

(...)

XIV -Esporte -projetos superiores à R\$ 100.000,00:

a) Retorno contrapartidas mensuráveis: 30% do valor do patrocínio;





**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

- b) Retorno de mídia espontânea (estimativa): Superior em 300% do valor do patrocínio;
- c) Público estimado total: Superior a 5000 pessoas;
- d) Duração mínima do evento: Semestral;
- e) Cortesias (eventos pagos): 200 por dia de evento;
- f) Projeto com consagração nacional ou no DF;
- g) Projeto recorrente no BRB;
- h) Projeto com reciprocidade negocial junto ao BRB;
- i) Parecer favorável de área interveniente na ação;
- j) Projeto captado via edital de seleção.

(...)

Art. 48. À Gepar caberá analisar a viabilidade financeira do projeto, comparando o valor solicitado com o valor disponível no orçamento de patrocínio para o período, considerando os projetos em análise e o retorno de mídia oferecido.

Art. 49. O parecer Gepar será, acompanhado da proposta e com todos os documentos do patrocinado, juntado ao respectivo processo administrativo e encaminhado à Cojur para que emita parecer sobre:

(...)

§ 1º. O parecer Gepar deve, obrigatoriamente, estar acompanhado de parecer Geore confirmado a disponibilidade orçamentária para a contratação do patrocínio em objeto.

Art. 50. A Gepar confeccionará nota executiva para cada patrocínio com todas as informações necessárias à sua apreciação e as submeterá à alçada competente para aprovação, autorização da despesa e ratificação do ato da inexigibilidade de licitação.

Art. 51. A nota executiva deverá, obrigatoriamente, estar acompanhada de parecer da Geris, tendo como objeto a análise do risco reputacional de e imagem da ação, quando da contratação/execução do patrocínio (Conforme Art. 49, §2º, do Manual de Correspondências do BRB).



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

(...)

Art. 53. A Gepar confeccionará, em duas vias, o contrato de patrocínio, que conterà, no mínimo, as seguintes informações:

(...)

II - Indicação do objeto do patrocínio, do valor e da destinação dos recursos patrocinados;

III - Especificação das contrapartidas, na forma estabelecida no Título II, Capítulo III neste Manual;

IV - Forma da prestação de contas;

(...)

XIV –Cláusula obrigando a patrocinada a informar, por meio de documento próprio, se há ou não, contratação/recebimento de patrocínio para o projeto objeto do contrato, provindo de outro órgão público ou entidade estatal, de qualquer esfera da federação, bem como o montante contratado/recebido.

XV–Cláusula obrigando a abertura de conta-corrente exclusiva para o recebimento do patrocínio no BRB –Banco de Brasília.

§ 1º. Os contratos de patrocínio serão **obrigatoriamente assinados pelo Presidente do BRB ou por seu preposto/procurador**, pelo(s) representante(s) legal(is) do patrocinado e por duas testemunhas.

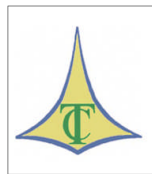
§ 2º. A Gepar, simultaneamente à confecção do contrato, elaborará o Termo de Designação de Executor do Contrato, submetendo-o à Presi, para assinatura, conforme o caso.

(...)

Art. 56. A fiscalização do patrocínio será coordenada pela Gepar e poderá compreender, dentre outras, as seguintes atividades:

I - Comparecimento de representante do BRB ao evento patrocinado, se for o caso;

II - Análise e ateste da prestação de contas;



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

III - Acompanhamento do projeto pela mídia espontânea.

(...)

§ 2º. Dentre as atividades enumeradas nos incisos do *caput* deste artigo, só é **de realização obrigatória a análise da prestação de contas**, conforme Contrato assinado pelo BRB, que se configurará como condição essencial para o pagamento.

§ 3º. As atividades de fiscalização serão reduzidas a termo e incluídas no relatório de pagamento.

Art. 57. Quando, entre as contrapartidas contratadas, **estiver a concessão de convites/inscrições**, caberá à Gepup a **sua distribuição/sorteio**.

(...)

Art. 58. Independentemente do caso, a Gepup informará à Gepar os agraciados com os convites/ingressos provenientes de contrato de patrocínio, bem como indicará os critérios adotados para a escolha do público-alvo.

(...)

Art. 60. A patrocinada, **obrigatoriamente**, enviará prestação de contas para cada parcela que tiver a receber.

(...)

Art. 61. **A prestação de contas é condição essencial para o pagamento do patrocínio, devendo demonstrar, individualmente, o cumprimento de cada contrapartida contratada**, sob pena de aplicação das penalidades contratuais, sem prejuízo de outras sanções legais.

Parágrafo único. **O comparecimento de funcionário do BRB ao evento para fiscalização não substitui a prestação de contas.**

Art. 62. **Integra a prestação de contas a apresentação, pela patrocinada, dos documentos fiscais que comprovam a utilização dos recursos do patrocínio no evento/projeto.**



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

§ 1º. Os documentos fiscais descritos no *caput* deste artigo devem ser **originais ou autenticados em cartório** ou conferidos, quanto à sua autenticidade, por funcionário do BRB.

§ 2º. No caso de recibos, a assinatura do emitente deverá ter **firma reconhecida** em cartório. Deverá ainda ser apresentado contrato assinado entre as partes.

(...)

Art. 63. Todas as prestações de contas apresentadas serão, **obrigatoriamente**, analisadas e revisadas por dois empregados da Gepar. Ao final da análise será emitido relatório a ser submetido ao Gerente Gepar comunicando os apontamentos identificados na prestação de contas apresentada.

Art. 64. O pagamento do patrocínio será efetivado pela área competente em até 30 (trinta) dias após o recebimento integral e correto da prestação de contas da patrocinada, na forma definida neste Manual, no Manual de Licitações e Contratos e no Manual da Central de Serviços de Retaguarda (Ceser).

Parágrafo único. O pagamento só será realizado se a patrocinada comprovar estar em dia com **regularidade fiscal**.

(...)

Art. 66. Ao final do processo de patrocínio, a Gepar elaborará relatório final do evento/projeto, o qual conterá informações sobre os retornos e resultados alcançados

Com relação aos aspectos objetivos:

- 1) a GEPAR foi quem deu início ao processo, Carta PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/076, de 01/04/19, artigo 13;
- 2) a Comissão Administrativa da SUMAR deu o “de acordo” com a proposta da GEPAR, Parecer PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/004, de 16/04/19, artigo 14, I;
- 3) o Comitê de Comunicação deu parecer favorável ao patrocínio, Ata da Reunião Extraordinária do Comitê de Comunicação de 18/04/19, artigo 14, II;



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

- 4) A Diretoria Colegiada aprovou, Ata da 453ª Reunião Extraordinária da Diretoria Colegiada em 18/04/19, artigo 14, III;
- 5) Foi analisado pela COJUR, Parecer PRESI/COJUR 2019/238, de 17/04/19, artigo 14 parágrafo único;
- 6) Houve manifestação da Gerência de Controle do Risco Operacional (GERIS), Parecer DIRCO/SURIS/GERIS 2019/048, de 18/04/19, artigo 14 parágrafo único;
- 7) A disponibilidade orçamentária restou atestada, Parecer DIRCO/SUPCO/GORE 2019/0331, de 12/04/19, artigo 14 parágrafo único;
- 8) O valor do patrocínio, segundo valores repassados pela interessada, não ultrapassou 70% do orçamento total;
- 9) Nota Executiva foi elaborada, Nota Executiva PRESI/SUMAR/GEPAR 2019/021, de 14/04/19, conforme artigo 38; e
- 10) As declarações e contrato atendem às exigências do artigo 53, exceto que não foi assinado pelo Presidente do Banco, conforme exigência do artigo 53, § 1º, nem foi juntada procuração dando poderes ao signatário.**

No mais, diferentemente da declaração do Presidente do BRB, constante da matéria do Jornal Metrôpoles, **o pedido de patrocínio não foi de R\$ 3 milhões**, mesmo porque o valor total do evento, conforme informação do interessado, é de R\$ 2,3 milhões.

Deve-se ressaltar **que os documentos não aparecem no processo em ordem cronológica**. Exemplo: **a Ata da reunião com os interessados tem data de 28/03/19, porém só foi juntada ao processo antes do contrato, assinado em 02/05/19. Nesse ínterim, existem vários documentos elaborados e juntados.**

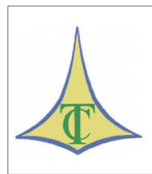
A primeira etapa da Stock Car 2019 ocorreu em 07/04/19:

Calendário 2019 da Stock Car

7 de abril: Tarumã, Rio Grande do Sul \* (L)

5 de maio: Velo Città, Mogi Guaçu, SP

19 de maio: Goiânia, Goiás (L) – Corrida de Duplas



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

- 9 de junho: Londrina, Paraná (L)
- 21 de julho: Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul
- 11 de agosto: Campo Grande, Mato Grosso do Sul
- 25 de agosto: Corrida do Milhão (L)
- 15 de setembro: Curitiba, Paraná\* (L)
- 20 de outubro: Cascavel, Paraná (L)
- 10 de novembro: Velopark, Nova Santa Rita, RS
- 24 de novembro: Goiânia, Goiás (L)
- 15 de dezembro: Interlagos, São Paulo (L)

Assim, de fato, o piloto utilizou na **primeira etapa, 07/04/19**, a marca BRB **antes da assinatura do contrato, ocorrida em 02/05/19**, e **antes mesmo da aprovação por parte da Diretoria Colegiada em 18/04/19**.

Além disso, repise-se que **quando chegou ao Comitê de Patrocínios do GDF, a Diretoria Colegiada do BRB já tinha aprovado o patrocínio** e assim restou consignado que **"uma vez que se encontra aprovado o projeto de patrocínio pela Diretoria Colegiada do Banco, não há demais considerações a serem apresentadas"**.

Além desses aspectos objetivos, tendo como parâmetro Fiscalização de Orientação Centralizada promovida pelo TCU (Processo TC 034.922/2016-4), a fim de fazer avaliação sistêmica das contratações de patrocínio em seis empresas estatais, percebe-se que naqueles autos restou constatada a falta de objetividade e detalhamento de critérios claros para seleção de projetos, utilizando-se sempre de jargões como: "modalidades que tenham grande visibilidade" e "modalidades que permitam a realização de ações de relacionamento com o público de interesse do banco".

Nesse sentido, existem outras questões que não constam do processo de concessão do patrocínio. Por exemplo:

- 1) Qual critério claro de seleção foi utilizado para fundamentar a decisão pela concessão deste patrocínio?



**MINISTÉRIO PÚBLICO DE CONTAS DO DISTRITO FEDERAL  
SEGUNDA PROCURADORIA**

- 2) Por que essa modalidade de esporte foi escolhida, e não possui etapa no DF, em detrimento de outras praticadas no DF?
- 3) Qual o parâmetro para definir o valor do patrocínio?
- 4) Como será mensurado o retorno do investimento?
- 5) Por que não se elaborou um edital de chamamento para divulgar a possibilidade de patrocínio?

Nessas circunstâncias, o MPCDF, tendo em conta as impropriedades já detectadas e a ausência de informações claras sobre a contratação, oferece a presente Representação para que o Controle Externo promova fiscalização neste patrocínio e nos demais concedidos pelo Banco de Brasília S/A.

Brasília, 20 de agosto de 2019.

**CLÁUDIA FERNANDA DE OLIVEIRA PEREIRA**

Procuradora