GOVERNO DE BRASÍLIA

RELATÓRIO DE TOMADA DE CONTAS ANUAL DA SECRETARIA DE ESTADO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DO DISTRITO FEDERAL Nº 05/2016- DIRAD/CONAG/SUBCI/CGDF

RAZÕES PARA REALIZAÇÃO DA AUDITORIA

Trata-se de relatório de auditoria de conformidade com a finalidade de examinar a Tomada de Contas Anual da Unidade acima referenciada, conforme Ordem de Serviço nº 191/2015.

VALOR AUDITADO

A amostra selecionada para o exame dos processos de 2013 da Secretaria de Estado de Publicidade Institucional do Distrito Federal totalizou:

R$ 204.658.123,01

PREJUÍZO APURADO

Total: Não aplicável.

UNIDADE AUDITADA

Secretaria de Estado de Publicidade Institucional do Distrito Federal

UNIDADE EXECUTORA

Subcontroladoria de Controle Interno – Controladoria-Geral do Distrito Federal

ENCAMINHAMENTOS PROPOSTOS

À Secretaria de Relações Institucionais e Sociais do Distrito Federal para conhecimento e manifestação, com vistas ao Tribunal de Contas do Distrito Federal – TCDF.

janeiro/2016

TOMADA DE CONTAS ANUAL
Secretaria de Estado de Publicidade Institucional
EXERCÍCIO 2013

RESUMOS DOS FATOS ENCONTRADOS

Os trabalhos de auditoria foram realizados na Secretaria de Estado de Publicidade Institucional do Distrito Federal no período de 13/08/2015 a 25/08/2015 com o objetivo de avaliar o Processo de Tomada de Contas Anual da Secretaria de Estado de Publicidade Institucional do Distrito Federal no exercício de 2013.

Em decorrência dos exames realizados e dos fatos constatados, conclui-se o seguinte:

Mediante as falhas médias nº 2.1, 2.2 e 2.3, contidas no Relatório de Auditoria nº 05/2016 – DIRAD/CONAG/SUBCI/CGDF, o Comitê de Certificação emitiu Certificado de Auditoria de REGULARIDADE COM RESSALVAS.

As principais constatações foram as seguintes:

- CONTROLE PRECÁRIO DOS PAGAMENTOS RELATIVOS ÀS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS;
- FALTA DE PARÂMETROS E DE AVALIAÇÃO DE RESULTADOS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS;
- AUSÊNCIA DE JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO DE EMPRESAS DE MÍDIA;

Como consequências das constatações da auditoria foram identificados os seguintes pontos:

1 – Controle ineficiente da execução de planos de publicidade;
2 - Impossibilidade de aferir o benefício obtido em função dos custos das campanhas publicitárias;
3 - Contratação de empresas de veiculação de mídia sem a devida avaliação das alternativas disponíveis no mercado e comprometimento da transparência da execução das despesas públicas.

Para as constatações evidenciadas foram feitas recomendações à Secretaria de Estado de Publicidade Institucional do Distrito Federal:

- Implementação de um sistema informatizado para o acompanhamento dos pagamentos, o qual contenha um banco de dados confiável sobre custos unitários de produção e veiculação de mídia, restringindo os riscos de pagamentos em duplicidade e superfaturamento de custos;
- Estipular parâmetros prévios e aferir sistematicamente os resultados de cada campanha de publicidade de utilidade pública realizada, avaliando constantemente se os recursos empreendidos de fato se convertem benefícios ao cidadão;
- Definir, baseando-se em critérios objetivos, os veículos de comunicação nos quais as campanhas serão divulgadas, as empresas de comunicação a serem contratadas e o número e forma dos anúncios, consignando nos autos a motivação das escolhas, contribuindo, desta forma para a maior transparência das despesas públicas em publicidade.