

**NOTA TÉCNICA AUD Nº 04/2015.**

**ASSUNTO:** Indicação de marca e adoção do instituto da padronização nas licitações realizadas pelas Unidades da Fundação Universidade de Brasília - FUB.

Magnífico Reitor,

1. A presente Nota Técnica visa trazer orientações acerca da possibilidade de designação de marca definindo padrão de qualidade e desempenho do produto a ser adquirido ou a sua própria indicação; e a adoção do instituto da padronização nas licitações realizadas pelo Centro de Desenvolvimento Tecnológico – CDT; Diretoria de Compras – DCO; Prefeitura do Campus Darcy Ribeiro PRC; e Biblioteca Central – BCE.
2. A orientação visa permitir a elaboração de instrumentos convocatórios e termos de referência por essas Unidades em consonância com a doutrina dominante; os normativos legais; e a jurisprudência do Tribunal de Contas da União - TCU.

**I. BASE LEGAL, POSICIONAMENTO TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO E DA DOUTRINA**

A licitação objetiva garantir a observância dentre outros princípios, o da legalidade, da isonomia, da competitividade, de modo a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração. O Acórdão nº 1.734/2009 – Plenário do TCU permeia a mesma ideia ao prever que a licitação não deve perder seu objetivo principal, que é obter a proposta mais vantajosa à Administração, mediante ampla competitividade a teor do que prevê o Art. 3º, caput, da Lei nº 8.666/1993.

Os processos de contratações públicas devem observar o disposto nas legislações que as regem, a exemplo da Lei nº 8.666/1993, que institui normas para licitações e contratos da Administração Pública; Lei nº 10.520/2002, que institui a modalidade pregão; Lei nº 12.462/2011, que institui o Regime Diferenciado de Contratações Públicas – RDC; e o Decreto nº 7.892/2013, que Regulamenta o Sistema de Registro de Preços previsto no Art. 15 da Lei nº 8.666/1993 e a jurisprudência do TCU.

A licitação deve ser processada em conformidade com os princípios da legalidade e da isonomia, devendo o edital de contratação e seus anexos estarem alinhados com os normativos legais e com as decisões emanadas da Corte de Contas Federal. A garantia do princípio da isonomia é alcançada quando os editais e seus anexos observam os ditames legais e não restringem, sem a devida justificativa técnica, a participação de empresas interessadas em participar dos certames realizados pela Administração.

A descrição do objeto da licitação deve ser precisa, suficiente e clara, vedadas especificações que, por excessivas, irrelevantes ou desnecessárias, limitem a competição. Este trecho é reprodução do que estabelece a Lei nº 10.520/2002, Art. 3º, inciso II; o Decreto nº 3.555/2000, Art. 8º, inciso I; e o Decreto nº 5.450/2005, Art. 9º, inciso I. No mesmo sentido, a Súmula 177 do Tribunal de Contas da União traz a seguinte redação:



*A definição precisa e suficiente do objeto licitado constitui regra indispensável da competição, até mesmo como pressuposto do postulado de igualdade entre os licitantes, do qual é subsidiário o princípio da publicidade, que envolve o conhecimento, pelos concorrentes potenciais das condições básicas da licitação, constituindo, na hipótese particular da licitação para compra, a quantidade demandada uma das especificações mínimas e essenciais à definição do objeto do pregão. (grifos nossos)*

Por seu turno, a Lei de Licitações estabelece em seus Arts. 7º e 15 que as aquisições pela Administração não devem conter a indicação da marca. Seguem as transcrições dos referidos artigos *in verbis*:

*Art. 7º As licitações para a execução de obras e para a prestação de serviços obedecerão ao disposto neste artigo e, em particular, à seguinte sequência:*

*[...]*

*§ 5º É vedada a realização de licitação cujo objeto inclua bens e serviços sem similaridade ou de marcas, características e especificações exclusivas, salvo nos casos em que for tecnicamente justificável, ou ainda quando o fornecimento de tais materiais e serviços for feito sob o regime de administração contratada, previsto e discriminado no ato convocatório.*

*Art. 15. As compras, sempre que possível, deverão:*

*[...]*

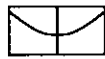
*§ 7º Nas compras deverão ser observadas, ainda:*

*I - a especificação completa do bem a ser adquirido sem indicação de marca. (grifos nossos)*

Ao interpretar esses dois dispositivos verifica-se que, em princípio, à Administração não é permitido especificar o objeto da licitação exigindo que os produtos a ela ofertados sejam de determinada marca. Segundo Joel de Menezes Niebuhr, em sua obra “Licitação Pública e Contrato Administrativo”, 2ª edição, página 263, “via de regra, a marca não é fundamental para determinar o atendimento ou não do interesse público.”

O que importa, noutras palavras, não é a marca, mas sim as especificações de cada produto, suas características substanciais. Ao se exigir a marca específica, a Administração estaria restringindo sobremaneira a competitividade, uma vez que somente as pessoas que dispõem de produtos com a marca exigida poderiam participar do certame, afastando várias outras que trabalham com outras marcas e que poderiam atender perfeitamente às necessidades da Administração.

Contudo, o referido autor ressalta que a proibição de indicação de marcas não é absoluta, em face do § 5º do Art. 7º da Lei nº 8.666/1993, cujo texto, em sua parte final, permitir nos casos tecnicamente justificáveis a sua adoção, em que pese a disposição em sentido contrário do Art. 15, § 7º, inciso I. Cumpre sublinhar que a justificativa para a indicação de marca não deve restringir-se a afirmar que a marca eleita atende ao interesse público. A justificativa para ser legítima, segundo Joel de Menezes Niebuhr, “deve demonstrar que somente a marca eleita



atende ao interesse público, que ela tem peculiaridades que nenhuma outra tem e que elas são fundamentais, repita-se, para o interesse público. Isto é, deve-se demonstrar que nenhuma outra marca, afora a exigida no instrumento convocatório, atende ao interesse público.”

A jurisprudência do TCU é no mesmo sentido. A título ilustrativo trazemos o seguinte excerto da Decisão nº 664/2001:

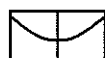
*Nos processos licitatórios, é vedado adotar preferência de marca, a menos que seja demonstrado, tecnicamente e de forma circunstanciada, que somente uma atende às necessidades específicas da Administração, conforme disposto nos Arts. 7º, § 5º, e 15, § 7º, inciso I, da Lei nº 8.666/1993. (grifos nossos)*

Traz-se à baila importante texto extraído do Acórdão nº 57/2011 – Plenário, em que o relator destaca a necessidade de maximizar a ampliação da competitividade do certame, sem deixar que a Administração tenha as suas necessidades supridas.

*6. É importante destacar que a definição das características do objeto deve ser feita pela administração segundo suas necessidades. A administração deve buscar ao máximo a ampliação da competitividade do certame, mas sem deixar de fazer as exigências necessárias ao atendimento de forma adequada de suas necessidades, o que implica sempre em algum grau de restrição à participação de potenciais interessados. O que não se admite são exigências indevidas, irrelevantes para o atendimento das necessidades do órgão, que restringem indevidamente a competitividade da licitação. (grifos nossos)*

Extrai-se do texto anterior e da Decisão nº 664/2001 que ao elaborar o termo de referência da contratação há possibilidade de indicar marca como referência de padrão de qualidade e desempenho do produto a ser adquirido ou promover a própria designação da marca, de modo a possibilitar o atendimento das necessidades da Administração. A admissão da indicação de marca como parâmetro de qualidade é utilizada, em regra, para facilitar a descrição do objeto a ser licitado e deve ser seguida das expressões “ou equivalente”, “ou similar” e “ou de melhor qualidade”, devendo o produto tecnicamente similar ser aceito sem restrições pela Administração. Contudo, deve ser inserida nos autos do processo de contratação a justificativa técnica para indicação da marca como padrão de referência, sob pena de restringir, de forma indevida, a futura licitação.

Porém, o TCU alerta que a reprodução de especificações técnicas mínimas idênticas às de equipamento de determinada marca, mesmo acompanhadas das expressões “similar” ou “superior” em edital de licitação restringe o caráter competitivo do certame, viola o princípio da isonomia e compromete a obtenção da proposta mais vantajosa quando as especificações técnicas do objeto a ser licitado não possibilitam o oferecimento de propostas comerciais contemplando outras marcas em virtude do não atendimento das especificações delineadas pelo instrumento convocatório. Este é o entendimento empossado nos Acórdãos nºs 2.005/2012 – Plenário e 1.861/2012 - Primeira Câmara, da Egrégia Corte de Contas Federal.



Quanto à designação de marca, de acordo com a Colenda Corte de Contas, Acórdão nº 1.008/2011 – Plenário, regra geral, não se admite especificação de marca de produto a não ser que tal exigência encontre-se técnica e juridicamente justificada, como por exemplo, a aquisição de toner de impressoras em que haja possibilidade da perda de sua garantia em decorrência da utilização de cartuchos de marcas diversas do fabricante.

O Acórdão nº 1.695/2011 – Plenário ensina que as opções gerenciais que restrinjam o universo de possíveis interessados na licitação devem constar do processo de contratação juntamente com os elementos que serviram de embasamento ao processo decisório, haja vista a admissão de uma única marca no certame e, conseqüentemente, a exclusão das demais marcas.

Em 2012, o Tribunal de Contas da União consolidou a sua jurisprudência a respeito da indicação de marcas por meio da Súmula nº 270, *in verbis*:

*Em licitações referentes a compras, inclusive de softwares, é possível a **indicação de marca**, desde que seja estritamente necessária para atender a **exigências de padronização** e que haja prévia justificção. (grifos nossos)*

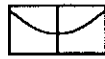
A adoção da padronização encontra guarida no Art. 15, inciso I, da Lei nº 8.666/1993, e esta seria a regra a ser adotada pela Administração nas licitações que objetivam a aquisição de bens ou materiais. Esse entendimento é compartilhado pelo autor Marçal Justen Filho, em sua obra “Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos”, 12ª edição, página 173. Segue a transcrição do referido artigo *in verbis*:

*Art. 15. As compras, sempre que possível, deverão:  
I - atender ao **princípio da padronização**, que imponha compatibilidade de especificações técnicas e de desempenho, observadas, quando for o caso, as condições de manutenção, assistência técnica e garantia oferecidas. (grifos nossos)*

Segundo o renomado autor, “a padronização aplica-se não apenas a uma compra específica, especialmente quando se trate de bem de vida útil continuada. Ao selecionar o fornecedor para produtos não consumíveis, a Administração deverá ter em vista produtos semelhantes que já integram o patrimônio público, como também deverá prever eventuais futuras aquisições. Somente assim a padronização produzirá os efeitos desejados, consistentes na redução de custos de manutenção, simplificação de mão-de-obra etc.

Deve-se, porém, atentar para os riscos de inadequação, de ofensa à isonomia e de elevação de custos. Consagra-se a padronização como instrumento de racionalização da atividade administrativa, com redução de custos e otimização da aplicação de recursos. Significa que a padronização elimina variações tanto no tocante à seleção de produtos no momento da contratação como também na sua utilização e conservação. [...] Adotada a padronização, todas as contratações posteriores serão efetuadas de acordo com as linhas mestras predeterminadas.”

A adoção da padronização produz ganhos no curso da execução contratual, em que não há necessidade de se promover treinamento dos servidores para novas técnicas ou características



desconhecidas dos objetos. Não há necessidade de multiplicação de estoques de peças de reposição e de material de consumo, haja vista que esse conjunto de bens pode ser utilizado, de modo indistinto, para a totalidade dos produtos obtidos através de contratações.

A adoção da padronização acarreta a indicação de determinada marca. Trata-se de exceção à regra geral, tendo em vista que se veda a preferência por determinada marca ou produto. No entanto, conforme descrito anteriormente, a própria Lei de Licitações excepciona a indicação da marca para fins de padronização, consoante ao que estabelece o seu Art. 15, inciso I, e o Art. 7º, § 5º.

A padronização consiste na uniformização de determinado bem ou serviço. Trata-se em criar um modelo ou referencial de especificações técnicas e de desempenho, tendo em vista as condições de compatibilidade, manutenção, assistência técnica e garantia já existentes na Administração.

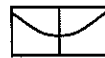
Segundo o autor Jair Eduardo Santana em sua obra "O Impacto da Especificação do Objeto e do Termo de Referência na Eficácia das Licitações e Contratos", 3ª edição, página 58, para que ocorra a padronização do objeto pela Administração deverá ser instaurado o respectivo processo administrativo que será integrado pelos seguintes documentos, entre outros:

- a) pedido de padronização motivado.
- b) autorização de instauração do processo administrativo de padronização pela autoridade competente.
- c) nomeação de comissão de padronização composta por profissionais técnicos especializados.
- d) instrução do processo com documentos necessários para subsidiar a manifestação da comissão processante.
- e) manifestação da comissão de padronização, que poderá ser no sentido da uniformização/padronização ou não do produto.
- f) parecer jurídico acerca da regularidade de tramitação do processo de padronização.
- g) despacho da autoridade competente implantando ou não a padronização.
- h) publicação da decisão tomada.

Segundo Jacoby Fernandes, Revista de Contratação e Gestão Pública - FCGP, o processo de padronização deve ser autuado e servirá de referência em todas as aquisições do objeto padronizado, colocando-o após a indicação da marca, sendo, portanto, dispensável a transcrição da justificativa no termo de referência.

Na mesma senda, têm-se os ensinamentos de Marçal Justen Filho, em sua obra "Comentários à Lei de Licitações e Contratos Administrativos", 12ª edição, página 174, em que leciona que "a padronização materializar-se-á através de ato administrativo da autoridade competente, competência essa que se avalia segundo as regras organizacionais de cada entidade. Em princípio é competente para decretar a padronização a autoridade de mais elevada hierarquia. Mas a padronização será a última etapa de um procedimento relativamente complexo."

O renomado autor descreve as etapas da padronização da mesma forma que o autor Jair Eduardo Santana, alertando de que a padronização poderá resultar em contratações diretas, em que o objeto a ser adquirido somente é fornecido por um fornecedor específico, o que torna inviável a competição. E que nenhum vício ocorrerá nessa hipótese, desde que a padronização



tenha sido conduzida de modo adequado, com observância das formalidades cabíveis e respeitados os princípios fundamentais.

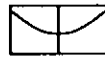
A decisão pela padronização e a escolha de certo produto ou tecnologia deverão ser devidamente fundamentadas, tendo por critério determinante a vantagem para a Administração. Trata-se de vantagem em sentido concreto e definitivo. Deverá avaliar-se o benefício econômico direto e as vantagens indiretas provenientes da padronização.

O ato que decidir pela padronização, segundo Marçal Justen Filho, deverá indicar o prazo pelo qual produzirá efeitos, o que não afasta a possibilidade de a decisão que concluiu pela padronização a qualquer tempo, podendo ser revogada sempre que evento posterior evidenciar a alteração das circunstâncias que conduziram à adoção da padronização, haja vista que esta não se traduz em direito do particular, apenas expectativa de que a Administração poderá vir realizar contratação de determinado produto. Ou seja, quando a Administração decidir realizar a contratação deverá atender às exigências por ela própria estabelecidas no ato da padronização. Em sentido inverso, a Administração poderá prorrogar o prazo inicialmente estabelecido para aquisição de forma padronizada quando não houver motivos para a sua revogação.

O Tribunal de Contas da União - TCU se manifestou favoravelmente à padronização em vários acórdãos, a exemplo dos Acórdãos nºs 1.915/2009, 1.916/2009 e 1.548/2013, e por meio da Decisão nº 446/1995, todos Plenário, descrita a seguir:

*A invocação do princípio da padronização como argumento para estreitar o campo da competição licitatória ou mesmo para declará-la inexigível requer justificção circunstanciada e objetiva dos motivos e condições que, no caso concreto, conduzem o administrador à conclusão de que sua preservação não se compatibiliza com a realização da licitação, ou que o certame, se realizado, deva circunscrever-se a equipamentos ou produtos de determinada procedência. É indispensável exigir-se essa comprovação, formalmente aprovada pela instância decisória superior ao responsável pelo contrato, em cada hipótese, para que não se generalize nem se vulgarize a invocação, a qualquer pretexto, do princípio da padronização como fórmula corriqueira para contornar a licitação na aquisição de quaisquer bens e materiais correntes que, pelas características técnicas, sejam de marcas e padrões de fabricação facilmente intercambiáveis. (grifos nossos)*

A padronização não se confunde com a preferência por marca. A padronização pode resultar na seleção de um produto identificável por meio de uma marca. Isso não se traduz em qualquer tipo de atuação infringente à Constituição Federal ou às normas que regulamentam as contratações públicas. Não há preferência pela marca, mas pelo objeto, pela tecnologia. A marca é, tão somente, o meio pelo qual se individualiza o objeto que se escolheu. O que se veda é a preferência subjetiva e arbitrária por um produto ou serviço em virtude de qualidades específicas, utilizando-se sua marca apenas como instrumento de identificação. O TCU encampou a concepção que a indicação da marca é possível para fins de padronização, se acompanhada por razões de ordem técnica. É o que estabelece o Acórdão nº 2.376/2006 – Plenário:



***A indicação de marca na especificação de produtos de informática pode ser aceita frente ao princípio da padronização previsto no Art. 15, inciso I, da Lei nº 8.666/1993, desde que a decisão administrativa que venha a identificar o produto pela sua marca seja circunstanciadamente motivada e demonstre ser essa a opção, em termos técnicos e econômicos, mais vantajosa para a Administração. (grifos nossos)***

A solução padrão deverá ser suficientemente adequada para adaptar-se satisfatoriamente às características do caso concreto, ensina Marçal Justen Filho, sob pena de promover indevida restrição à competitividade do certame, pois ao definir o padrão a ser adotado, a Administração predetermina os contornos das futuras contratações, excluindo todos aqueles possíveis interessados que não atendam aos requisitos estabelecidos para o fornecimento do produto.

Nessa senda, a mera invocação da necessidade de padronizar não é suficiente para adotar um certo padrão. Mais do que isso, a Administração deverá evidenciar que o padrão adotado representa a melhor solução para a soma de todas as contratações.

#### **IV. ATUAÇÃO DA UNIDADE DE AUDITORIA INTERNA**

A Unidade de Auditoria Interna – AUD durante a execução das Ações de Controle nºs 20141261 e 20151388 identificou, respectivamente, a adoção do princípio da padronização na contratação sem a devida instauração do respectivo processo administrativo para legitimá-lo e a descrição de especificações técnicas de objetos em 02 (dois) editais conduzindo a aquisição de determinado modelo e marca sem a inserção das justificativas técnicas nos autos do processo de contratação.

O objetivo da Ação de Controle nº 20141261 foi avaliar a conformidade dos processos de contratação para registro de preços relativos à prestação de serviços e aquisição de bens pela Diretoria de Compras e pela Prefeitura do *Campus* Darcy Ribeiro. Por seu turno, a Ação de Controle nº 20151388 tem como escopo realizar a análise preventiva de editais publicados pela Fundação Universidade de Brasília – FUB ao longo do presente exercício, quanto à observância dos princípios da legalidade, isonomia e da competitividade do certame.

Em que pese haver amparo legal para se estabelecer marcas nas aquisições públicas a título de padronização e a farta jurisprudência favorável do TCU, o Centro de Informática - CPD não instaurou processo administrativo para promover a padronização da infraestrutura de rede de comunicação da FUB.

Destarte, a adoção da padronização pelo CPD não foi submetida à aprovação formal do Magnífico Reitor, consoante o que vaticina a Decisão nº 446/1995 da Egrégia Corte de Contas Federal, tendo em vista que o Contrato nº 162/2014 celebrado entre a FUB e a empresa vencedora do Pregão Eletrônico nº 001/2014 foi assinado pelo Decano de Administração.

Consta do termo de referência, item 2.1.1, que a exigência da marca da tecnologia Ethernet é para manter a padronização do Parque Tecnológico. Percebe-se, portanto, que a decisão administrativa para escolha da marca Ethernet aportou-se na continuidade do fornecimento da referida marca como justificativa para as futuras aquisições, de forma padronizada, de



switches para a infraestrutura de rede de comunicação da FUB. Tal decisão encontra acolhimento na doutrina, tendo em vista que a aquisição objetivada pelo CPD não remete a uma compra específica, isolada, haja vista a existência de aquisições anteriores do mesmo objeto com as mesmas especificações do edital analisado pela Unidade de Auditoria Interna.

A execução da Ação de Controle nº 20151388 possibilitou identificar a publicação dos editais dos Pregões Eletrônicos nºs 93 e 98/2014, referentes, respectivamente, aos seguintes objetos: equipamentos profissionais e um Sistema de Pan/Tilt e equipamentos de áudio e de vídeo. Em ambos os editais a descrição das especificações técnicas dos objetos eram idênticas a uma determinada marca e modelo encontrada em diversos sites na internet.

Ressalta-se que a descrição das especificações não era acompanhada das expressões “ou equivalente”, “ou similar” e “ou de melhor qualidade”, definindo padrão de qualidade e desempenho do produto a ser adquirido, o que impossibilitava apresentação de propostas comerciais de outras marcas em detrimento da marca de preferência, em virtude do não atendimento das especificações delineadas pelo instrumento convocatório. Este é o entendimento contido nos Acórdãos nºs 2.005/2012 – Plenário e 1.861/2012 - Primeira Câmara, da Egrégia Corte de Contas Federal.

Requeru-se à Diretoria de Compras – DCO, por meio das Solicitações de Auditoria nºs 20151388/001 e 20151388/002, a disponibilização dos Processos nºs 23106.015009/2014-46 e 23106.015784/2014-00 de modo a verificar se os referidos autos continham justificativas técnicas para indicação da marca pretendida nos certames ora descritos. Cabe asseverar que esta indicação deu-se de forma implícita, tendo em vista que não consta do edital e do termo de referência o nome da marca pretendida. A descrição das especificações técnicas é que carrega para a predileção da marca. Em análise aos referidos processos não se identificou as justificativas técnicas para a indicação, ainda que não expressamente, da marca pretendida, o que acarreta a indevida restrição à competitividade do certame.

Em relação ao Pregão Eletrônico nº 93/2014, elaborou-se a Nota de Auditoria AUD nº 20151388/007. Para o Pregão Eletrônico nº 98/2014 foi realizada uma reunião junto aos representantes da DCO no dia 09/04/2015, resultando na expedição de ata de reunião, sendo esta assinada por todos os participantes. O objetivo de ambos os documentos era, além da suspensão dos editais, verificar junto às unidades demandantes a existência de justificativa técnica e/ou econômica para a preferência da marca e modelos apresentados no termo de referência do edital dos Pregões Eletrônicos nºs 093e 98/2014, de modo a evidenciar que somente as referenciadas especificações estabelecidas atendem às necessidades específicas da FUB, em cumprimento ao que prescreve o Art. 7º, § 5º, da Lei 8.666/1993. Os pregões foram suspensos e até o presente momento não foram republicados.

## V. CONCLUSÃO

Tendo como parâmetro o arcabouço legal, o posicionamento da doutrina e a jurisprudência do Tribunal de Contas da União – TCU acerca da possibilidade adoção do instituto da padronização nas licitações e da designação de marca definindo padrão de qualidade e desempenho do produto a ser adquirido ou a sua própria indicação, tal como os achados da Unidade de Auditoria Interna em virtude da execução das Ações de Controle nºs 20141261 e 20151388, conclui-se que:





- a) que a realização da licitação deve observar os princípios da legalidade, isonomia e competitividade, de modo a selecionar a proposta mais vantajosa para a Administração.
- b) a descrição do objeto deve ocorrer de forma precisa, suficiente e clara, vedadas especificações que, por excessivas, irrelevantes ou desnecessárias, limitem ou frustrem a competição ou sua realização, em observância ao que estabelece o Art. 9º, inciso I, do Decreto nº 5.450/2005.
- c) regra geral é vedada ao descrever as especificações técnicas do objeto promover a indicação de marca específica, em atendimento ao que estabelece o Art. 7º, § 5º, da Lei nº 8.666/1993.
- d) admite-se a designação de marca definindo padrão de qualidade e desempenho do produto a ser adquirido, seguida das expressões “ou equivalente”, “ou similar” e “ou de melhor qualidade”, ou a sua própria indicação, desde que tecnicamente justificáveis.
- e) admite-se a indicação de marca para fins de padronização, consoante ao que estabelece o Art. 15, inciso I, da Lei nº 8.666/1993 e a Súmula nº 270 do Tribunal de Contas da União.
- f) a padronização consiste na uniformização de determinado bem ou serviço. Trata-se de criar um modelo ou referencial de especificações técnicas e de desempenho, tendo em vista as condições de compatibilidade, manutenção, assistência técnica e garantia já existentes na Administração.
- g) para ocorrer a padronização deve ser instaurado o respectivo processo administrativo, devendo ao final de seu trâmite ser apreciado e aprovado pela autoridade competente implantando a padronização. Segundo a Decisão nº 446/1995 é indispensável que a padronização seja formalmente aprovada pela instância decisória superior ao responsável pelo contrato.
- h) não se identificou justificativas técnicas nos Processos nºs 23106.015009/2014-46 e 23106.015784/2014-00 para estabelecimento, mesmo de forma implícita, de preferência de marcas para os objetos licitados.
- i) ausência de instauração de processo administrativo pelo Centro de Informática - CPD e a consequente aprovação do Reitor da Fundação Universidade de Brasília – FUB aprovando a instituição da padronização da tecnologia Ethernet do Parque Tecnológico dessa Instituição de ensino.

## VI. PROPOSTA DE ENCAMINHAMENTO

Considerando a relevância do assunto tratado na presente Nota Técnica, é mister que seja dado conhecimento de seu conteúdo, por intermédio de seus respectivos superiores hierárquicos, às Unidades integrantes da FUB que promovem a realização de licitações - Centro de Desenvolvimento Tecnológico – CDT; Diretoria de Compras – DCO; Prefeitura do Campus Darcy Ribeiro PRC; e Biblioteca Central – BCE, que:

- a) regra geral, as aquisições realizadas pela Administração não devem conter a indicação da marca específica, em observância ao que estabelece o Art. 7º, § 5º, da Lei nº 8.666/1993.



b) excepcionando a regra geral, admite-se a indicação de marca como parâmetro de qualidade para facilitar a descrição do objeto a ser licitado, seguida das expressões “ou equivalente”, “ou similar” e “ou de melhor qualidade”, devendo o produto tecnicamente similar ser aceito sem restrições pela Administração.

c) é vedada a reprodução de especificações técnicas idênticas às de equipamento de determinada marca, mesmo acompanhadas das expressões “ou similar”, “ou superior” e “ou equivalente” em edital de licitação, tendo em vista que restringe o caráter competitivo do certame, impossibilitando o oferecimento de propostas comerciais contemplando outras marcas em virtude do não atendimento das especificações delineadas pelo instrumento convocatório, afrontando o disposto nos Arts. 7º, § 5º, e 15, § 7º, inciso I, da Lei nº 8.666/1993; e o entendimento empossado nos Acórdãos nºs 2.005/2012 – Plenário e 1.861/2012 - Primeira Câmara, do Tribunal de Contas da União.

d) é possível a indicação de marca, desde que tecnicamente justificável. A justificativa para a indicação de marca não deve restringir-se a afirmar que a marca eleita atende ao interesse público. Deve ser demonstrada que somente a marca eleita atende ao interesse público. Que ela tem peculiaridades que nenhuma outra tem e que elas são fundamentais, e que nenhuma outra marca, afora a exigida no instrumento convocatório, atende as necessidades da Administração. Tal posicionamento está alinhado com a Decisão nº 664/2001 e os Acórdãos nºs 57/2011 e 1.008/2011, ambos Plenário, emanados do Tribunal de Contas da União - TCU.

e) deve ser inserido nos autos do processo de contratação a justificativa técnica para indicação da marca como padrão de referência ou mesmo a sua própria preferência, sob pena de restringir, de forma indevida a futura licitação.

f) é possível, segundo estabelece o Art. 15, inciso I, da Lei nº 8.666/1993, e a Súmula 270 do TCU, adotar o princípio da padronização nas contratações públicas, mais especificamente para as compras. Contudo, a mera invocação da necessidade de padronizar não é suficiente para adotar um certo padrão. A Administração deverá evidenciar que o padrão adotado representa a melhor solução para a soma de todas as contratações.

g) a padronização não se confunde com a preferência por marca. A preferência é pelo objeto, pela tecnologia. A marca é, tão somente, o meio pelo qual se individualiza o objeto que se escolheu. O TCU encampou a concepção que a indicação da marca é possível para fins de padronização, se acompanhada por razões de ordem técnica. É o que estabelece o Acórdão nº 2.376/2006 – Plenário.

h) a adoção do princípio da padronização deve ser precedida da instauração de processo administrativo que deverá conter dentre outros, os seguintes elementos e/ou informações: pedido de padronização motivado; nomeação de comissão de padronização composta por profissionais técnicos especializados; instrução do processo com documentos necessários para subsidiar a manifestação da comissão processante; manifestação da comissão de padronização; parecer jurídico acerca da regularidade de tramitação do processo de padronização; despacho da autoridade competente implantando ou não a padronização; e publicação da decisão tomada.

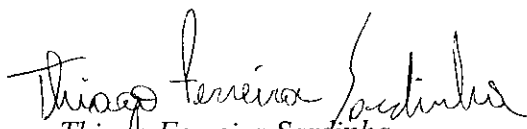
i) a competência para aprovação do princípio da padronização, segundo a Decisão nº 446/1995, é da instância decisória superior ao responsável pelo contrato, de modo a evitar a



generalização e a vulgarização da invocação, a qualquer pretexto, do princípio da padronização como fórmula corriqueira para contornar a licitação na aquisição de quaisquer bens e materiais correntes que, pelas características técnicas, sejam de marcas e padrões de fabricação facilmente intercambiáveis.

À consideração superior.

Brasília, 24 de abril de 2015.

  
Thiago Ferreira Sardinha  
Auditor-Adjunto

  
Fernando Tarlei de Freitas  
Auditor

De acordo.

Brasília, 24 de abril de 2015.

  
João Luiz Domingues  
Auditor-Chefe da FUB