

MANUAL DE PESQUISA DE PREÇOS COM FOCO NA REALIZAÇÃO DE PREGÃO ELETRÔNICO



CBC

COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES

Com base no Regulamento de Descentralização para Aquisições de Equipamentos e Materiais Esportivos – REM do CBC e entendimentos jurisprudenciais do Tribunal de Contas da União - TCU

João Paulo Gonçalves da Silva

Superintendente Executivo – Brasília

Milena Carneiro Bastos

Gerente de Acompanhamento e Prestação de Contas

Amália Medianeira Dombroski Araújo

Supervisora de Projetos

Vitor da Cruz Melo

Coordenador de Projetos e Processos

Rafael Coelho da Silva

Analista de Projetos

Brasília-DF, dezembro de 2021.



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
I - NECESSIDADE DE PRÉVIA PESQUISA DE PREÇOS	5
II - MATERIALIZAÇÃO DA PESQUISA DE PREÇOS.....	9
III - PARÂMETROS DE PESQUISA DE MERCADO	10
a) Pesquisa junto a empresas fornecedoras	11
b) Painel de Preços, disponível no endereço eletrônico: gov.br/paineldeprecos.....	13
c) Pesquisa publicada em mídia especializada, sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo	16
d) Aquisições e Contratações similares de entes públicos.....	18
IV - METODOLOGIA DE OBTENÇÃO DE PREÇO REFERÊNCIA	18
CONCLUSÃO	22
NORMAS E PUBLICAÇÕES CONSULTADAS	23
ANEXO.....	24

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

INTRODUÇÃO

O Comitê Brasileiro de Clubes – CBC é uma associação civil, constituída por Entidades de Prática Desportiva – EPDs, componente do Sistema Nacional do Desporto - SND (art. 13, parágrafo único, inciso VII, Lei nº 9.615/1998), e possui como finalidade institucional a formação de atletas olímpicos, atribuída no sentido de promover a prática formal do esporte de rendimento, prevista no art. 217 da Constituição Federal.

Para a realização desta finalidade, o CBC recebe recursos provenientes do produto da arrecadação das loterias federais, conforme art. 16, I, "e", "2", da Lei nº 13.756/2018, sendo-lhe facultado executá-los direta ou indiretamente, na forma do art. 23, §5º, da mesma legislação.

Os recursos são descentralizados aos Clubes formadores de atletas olímpicos integrados ao CBC por meio de dois dos três eixos estruturantes do Programa de Formação de Atletas do CBC, quais sejam: Eixo 1 - Materiais e Equipamentos Esportivos; e Eixo 2 – Recursos Humanos.

Pois bem, tendo em vista que os recursos descentralizados pelo CBC aos Clubes são objeto de fiscalização pelos órgãos de controle, sua aplicação deve se dar em estrita observância das normas deste Comitê, sempre respeitando os princípios Constitucionais e as orientações predominantes do Tribunal de Contas da União.

Para tanto, o CBC editou Regulamentos próprios a fim de disciplinar os procedimentos para utilização desses recursos, destacando-se o Regulamento de Descentralização para Aquisições de Equipamentos e Materiais Esportivos – REM do CBC (Instrução Normativa Nº 05, de 1º/10/2020), que estabelece que as aquisições promovidas pelos Clubes serão necessariamente precedidas de processo seletivo de fornecedores, por meio de Pregão Eletrônico ou aquisição direta por Inexigibilidade, esta última excepcionalmente em situações expressamente previstas no citado Regulamento.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

É no art. 20 do referido REM que está definido que as compras e contratações devem observar o disposto no Anexo II, e ser precedidas de pesquisa de preços, conforme parâmetros estabelecidos no Anexo I, ambos que o integram.

Além disso, o REM do CBC, em seu Anexo I, item 3, dispõe:

3. A finalidade da pesquisa de preços é assegurar a observância dos princípios constitucionais, garantir a escolha mais vantajosa ao contratante e estimar o custo do bem ou serviço, bem como para fins de verificação quanto à existência de recursos financeiros suficientes para o pagamento da despesa com a contratação.

Diante desses preceitos, é imprescindível que o Clube realize uma boa pesquisa de preços, sempre como medida prévia ao procedimento de Pregão Eletrônico, uma vez que, repita-se, a regra estabelecida pelo CBC prevê a utilização dessa modalidade como obrigatória para aquisição dos itens aprovados nos projetos.

Nesse sentido, a finalidade deste manual, que fundamenta-se principalmente no REM do CBC, é transmitir aos Clubes os conceitos elementares para a concretização da **pesquisa de preços** conforme a norma aplicável, direcionando para um caminho seguro e eficiente, de modo a garantir uma correta estimativa do custo de cada item que será adquirido com os recursos repassados pelo CBC, e nortear a contratação com preços adequados/vantajosos frente à realidade praticada pelo mercado.

Destarte, orienta-se que os Clubes se apropriem integralmente das disposições contidas no REM do CBC, de modo a assegurar o pleno conhecimento das normas aplicáveis e a adequada realização da pesquisa de preços.

Juntos somos mais fortes! Esse é o nosso lema, e a equipe técnica do CBC estará sempre à disposição dos Clubes para apoiar em todas as fases da execução dos projetos.



I – NECESSIDADE DE PRÉVIA PESQUISA DE PREÇOS

A pesquisa de preços consiste em procedimento prévio e indispensável para a verificação da existência de recursos suficientes para cobrir despesas decorrentes da contratação, servindo para estabelecer o preço de referência dos itens que se pretende adquirir, e, por consequência, de base para confronto e exame das propostas no Pregão Eletrônico que devem ser compatíveis com a realidade de mercado.

Conforme já citado na Introdução, o Pregão Eletrônico objetiva a seleção da proposta mais vantajosa para aquisição de materiais e/ou equipamentos esportivos aprovados nos projetos, e deve ser dividido em 2 (duas) fases.

A primeira fase deve compreender o planejamento da aquisição, denominada de fase interna, contemplando: a) a identificação da demanda (no caso dos materiais e/ou equipamentos esportivos e as respectivas especificações técnicas já previstos no projeto aprovado); **b) a estimativa de despesa (mediante pesquisa de preços de cada item)**; c) a verificação da disponibilidade orçamentária; d) a elaboração das minutas do edital e do termo de referência, indicando a origem dos recursos orçamentários; e) designação do pregoeiro e da equipe de apoio; entre outras providências previstas no REM e seus anexos.

Já a segunda fase, denominada de fase externa, compreenderá a execução do procedimento em si, iniciando-se após a publicação do Edital e englobando todo o procedimento até o momento da adjudicação/homologação das propostas mais vantajosas e assinatura dos contratos.

Como o presente manual tem por foco a pesquisa de preços, há que se ressaltar que o sucesso de uma boa aquisição está relacionado a um planejamento correto, o qual deve ser garantido pelo Clube, relevando-se ser determinante a constituição de sólida referência de preços na sua primeira fase, levando em consideração todos os fatores que influenciam na formação dos custos, posto que servirá como parâmetro de julgamento das propostas e efetivação das aquisições.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

Portanto, o dever de realização de um bom planejamento – fase onde está incluída a prévia pesquisa de preços acima citada –, está intrinsecamente ligado ao Princípio da Eficiência, conforme preceituado pelo art. 37 da Constituição Federal, sendo este de cumprimento obrigatório quando se trata da execução de recursos repassados por este Comitê.

De fato, ter ciência dos custos dos itens que se pretende contratar deve ser uma premissa a ser perseguida por todos os Clubes, com a finalidade de otimizar os recursos disponíveis de forma transparente e responsável.

Sendo assim, a pesquisa de preços é pressuposto essencial para a realização correta do processo seletivo de fornecedores. Este também é o entendimento que se extrai do Acórdão nº 1489/2012 – Primeira Câmara do TCU¹:

A Administração ao realizar procedimentos licitatórios, inclusive na modalidade pregão, deve observar as informações e os valores constantes do orçamento prévio, utilizando-os como parâmetros para avaliação das propostas apresentadas, fazendo constar dos respectivos processos a pesquisa de mercado utilizada para o cálculo do referido orçamento.

É importante chamar a atenção que a eventual negligência do Clube na estimativa de custos durante a fase do planejamento, em geral induz primeiramente à seleção de propostas não vantajosas, seja quanto ao preço ofertado ou no que se refere à qualidade do produto, o que pode configurar problemas que geram embaraços na fase externa, especialmente quando verificada a contratação com preços acima dos praticados no mercado, que pode gerar inclusive a devolução de recursos em sede de prestação de contas.

¹ Acórdão nº 1489/2012 – Primeira Câmara do TCU, Relator: José Mucio Monteiro.

Tanto que o Tribunal de Contas da União - TCU² emitiu importante precedente versando que a ausência de pesquisa de preços impede a Administração de verificar a vantajosidade da aquisição:

A falta ou realização da pesquisa de preços prévia junto a poucas empresas, com manifesta diferença nos valores dos orçamentos apresentados, não se mostra suficiente para justificar o valor do orçamento estimativo da contratação, pois impede a Administração contratante de aferir a vantajosidade real da contratação e os potenciais interessados de cotarem adequadamente suas propostas.

Também vale extrair da doutrina³ a premissa de que o valor estimado deve refletir o valor de mercado, e, havendo diferenças extremamente elevadas, é imprescindível entender o ocorrido e não festejar uma falsa economicidade quando alcançado valor excessivamente baixo, pois, levando-se em conta que naturalmente empresas não assumem prejuízos, tal situação pode refletir uma pesquisa de preços mal elaborada e consequente escolha de valor referencial incompatível com o valor mercadológico.

Desse modo, os valores de referência dos itens que serão adquiridos por meio do Pregão Eletrônico só poderão ser obtidos mediante pesquisa de preços prévia e capaz de refletir os valores de mercado, conforme orientação do TCU, Acórdão nº 2479/2009 – Plenário⁴, a seguir:

A pesquisa de preços no mercado é instrumento indispensável para a avaliação da razoabilidade dos valores a serem apresentados pelos licitantes por ocasião dos lances, devendo ser realizada para que se estime o custo do objeto a ser adquirido, bem como anexada ao respectivo processo licitatório.

Considerando que o que se busca com a pesquisa de preços é encontrar o parâmetro real de custo dos itens a serem adquiridos - o preço justo que permita

² Acórdão 1002/2015 – Plenário, Relator: Bruno Dantas.

³ LIMA, Alberto de Barros. Termo de Referência e Projeto Básico nas Aquisições Públicas: *o guia completo para realizar a melhor aquisição*. Recife: Ed. UFPE, 2019. p. 91.

⁴ Acórdão nº 2479/2009 – Plenário, Relator: Marcos Bemquerer.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

garantir a escolha mais vantajosa -; bem como verificar a suficiência de recursos para contratação, deve o Clube constituir a pesquisa de preços com o mínimo de 3 (três) orçamentos para cada item que pretende adquirir.

Inclusive, recomenda-se que tal quantitativo seja ampliado para dar mais sustentabilidade, considerando a possibilidade de que alguns orçamentos não serem aceitos por este Comitê em face do não atendimento de requisitos.

A partir dessas orientações, o Clube passa a ter a certeza da importância da realização de uma pesquisa de preços sólida, uma vez que esta terá a finalidade de basilar o julgamento das propostas apresentadas pelos fornecedores, e também passa a ter ciência da sua responsabilidade por uma pesquisa de preços frágil que ao gerar valores referenciais equivocados, pode levar à ilusão de economia/superfaturamento nas aquisições, prejudicando sua finalidade e impactando a economicidade objetivada com o certame.

Vejamos o seguinte enunciado do TCU⁵:

A Administração deve realizar prévia pesquisa de preços em todos os processos de contratação, com estimativas de preços suficientemente fundamentadas e detalhadas com base em planejamento eficiente realizado pela área técnica, utilizando, para isso, propostas de fornecedores e outras fontes de pesquisa que reflitam os preços praticados no mercado, sob pena de responsabilização dos gestores envolvidos.

Ademais, importa alertar que a pesquisa deve ser realizada na contemporaneidade, uma vez que se desatualizada pode impactar o processo de aquisição, gerando seu fracasso em decorrência da não correspondência aos preços de mercado.

⁵ Acórdão nº 3033/2009 – Plenário, Relator: Benjamin Zymler. (ver também Acórdão 531/2007 – Plenário, Relator: Ubiratan Aguiar).

Uma vez compreendida a importância de uma pesquisa de preços bem estruturada, a qual respaldará a adjudicação e a homologação das propostas, e respectiva contratação dos fornecedores, o próximo passo que caberá ao Clube é se dedicar à sua materialização, utilizando-se dos parâmetros de orçamentação aceitáveis, nos termos do Anexo I do REM do CBC.

II – MATERIALIZAÇÃO DA PESQUISA DE PREÇOS

É no Anexo I do REM do CBC que o Clube encontrará todos os dispositivos que preceituam sobre a realização da pesquisa de preços, visando a contratação de materiais e/ou equipamentos esportivos custeados com recursos financeiros descentralizados pelo CBC, destinados à formação de atletas.

Restou estabelecido especificamente no item 2 do Anexo I do REM que esse procedimento deverá se materializar em documento⁶ que contenha:

- a) identificação do agente responsável pela cotação;
- b) caracterização das fontes consultadas;
- c) série de preços coletados;
- d) método matemático aplicado para definição do valor estimado (média, mediana ou menor valor);
- e) justificativas para a metodologia aplicada, em especial para a desconsideração de valores inexequíveis, inconsistentes e excessivamente elevados.

Conforme se pode extrair da supracitada norma, caberá ao Clube consolidar a pesquisa de preços de cada certame a ser realizado, com o conjunto de orçamentos relativos a cada item previsto, de forma a instruir adequadamente o processo e dar sustentação ao julgamento das propostas.

⁶ REM, Item 2 do Anexo I.

Todos os atos que constituem a pesquisa de preços devem ser formalmente materializados em processo específico, assim como todas as etapas do procedimento de aquisição devem ser demonstradas, de modo a possibilitar a verificação do cumprimento da legalidade e da correta aplicação dos recursos recebidos.

III – PARÂMETROS DE PESQUISA DE MERCADO

É também no Anexo I do REM do CBC que foram estabelecidos 4 (quatro) parâmetros (formas) que o Clube pode se valer para promover a orçamentação⁷. São eles:

- a) Pesquisa junto a empresas fornecedoras;
- b) Painel de preços, disponível no endereço eletrônico: gov.br/paineldeprecos;
- c) Pesquisa publicada em mídia especializada, sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo;
- d) Aquisições e contratações similares de entes públicos.

Ressalta-se que o dispositivo citado do REM do CBC acompanha entendimento do TCU⁸. Vejamos:

A pesquisa de preços para elaboração do orçamento estimativo da licitação não deve se restringir a cotações realizadas junto a potenciais fornecedores, devendo ser utilizadas outras fontes como parâmetro, a exemplo de contratações públicas similares, sistemas referenciais de preços disponíveis, pesquisas na internet em sítios especializados e contratos anteriores do próprio órgão.

Com efeito, a orçamentação deverá ser promovida com a utilização de pelo menos um dos parâmetros elencados acima, admitindo-se, inclusive, a forma combinada

⁷ REM, Item 6 do Anexo I.

⁸ Acórdão nº 3224/2020 – Plenário, Relator: Vital do Rêgo.

entre eles. Ou seja, o Clube poderá se utilizar de todos os meios elencados para a realização de ampla pesquisa de preços.

Ainda que a norma de referência preveja esta gama de possibilidades, o item 6.1 do Anexo I do REM estabelece que o Clube deve preferencialmente utilizar o parâmetro previsto na alínea 'a'⁹.

Contudo, a priorização da pesquisa de preços junto a fornecedores não pode ser confundida com exclusividade, uma vez que admitidas todas as outras formas previstas na supracitada norma.

Estando o Clube ciente da necessidade de realizar uma ampla pesquisa de preços, especialmente assegurando o atendimento do mínimo de 3 (três) orçamentos para cada item que se pretende adquirir, e que pode se valer dos parâmetros (formas) previstos no REM do CBC, será detalhado a seguir cada parâmetro de pesquisa e suas peculiaridades.

a) Pesquisa junto a empresas fornecedoras

A informação principal que deve ser observada sobre esse parâmetro é que os orçamentos devem, preferencialmente, ser solicitados na contemporaneidade da realização da pesquisa, admitindo-se, para fins de validade do orçamento, o intervalo de até 6 (seis) meses entre a data da sua expedição e a data da divulgação do Instrumento Convocatório (Edital)¹⁰.

Outro requisito¹¹ previsto para esse parâmetro de pesquisa é que o Clube envie para os fornecedores solicitação formal e padronizada para apresentação do orçamento.

⁹ REM, Item 6.1 do Anexo I.

¹⁰ REM, Item 6.a do Anexo I.

¹¹ REM, Item 7 do Anexo I.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

A orientação também prevê que o modelo de solicitação padronizado deve conter¹²:

- a) data;
- b) descrição completa e detalhada do material e/ou equipamento esportivo;
- c) quantidade pretendida;
- d) identificação da entidade contratante, bem como do setor e colaborador responsável pela pesquisa de mercado.

Destaca-se que o detalhamento das especificações técnicas dos itens em seus orçamentos deve coincidir literalmente com a descrição constante do projeto aprovado e do Termo de Referência do Pregão Eletrônico¹³.

No que tange aos requisitos¹⁴ de validade do orçamento em si, serão considerados válidos os orçamentos fornecidos em papel timbrado, enviados por e-mail ou correspondência oficial da empresa fornecedora, que contenham:

- a) A caracterização completa da empresa consultada, especificando-se endereço, telefones e CNPJ;
- b) A especificação detalhada do bem ou serviço orçado, bem como a quantidade pretendida, com a indicação dos valores unitário e total praticados para cada item;
- c) O nome completo, assinatura e função exercida pelo responsável por fornecer o orçamento na empresa consultada;
- d) Data e local do orçamento;
- e) Prazo de validade da proposta.

Para melhor visualização dos requisitos supracitados, que devem ser observados pelo Clube quando da realização da pesquisa junto a empresa fornecedora, apresenta-se a seguir modelo ilustrativo:

¹² REM, Item 8.1 do Anexo I.

¹³ REM, Item 8.2 do Anexo I.

¹⁴ REM, Item 9 do Anexo I.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

9. Serão considerados válidos os orçamentos fornecidos em papel timbrado[...]

ORÇAMENTO

Razão Social:	
CNPJ:	Telefone:
Endereço:	CEP:

a) a caracterização completa da empresa consultada, especificando-se o endereço, telefones e CNPJ;

ITEM	QUANT.	UNID.	MATERIAL: Especificação Técnica do item conforme pactuado trazendo informações como modelo, marca (quando houver), embalagem, medidas, aplicação do material, etc.	Valor unitário:	Valor Total:
VALOR TOTAL:			R\$		

b) a especificação detalhada do bem ou serviço orçado, bem como a quantidade pretendida, com a indicação dos valores unitário e total praticados para cada item;

Responsável: _____

Função: _____

Assinatura: _____

c) o nome completo, assinatura e função exercida pelo responsável por fornecer o orçamento na empresa consultada;

Data, Local.

d) data e local do orçamento;

Validade da proposta: 'X' dias.

e) prazo de validade da proposta.

b) Painel de Preços, disponível no endereço eletrônico: gov.br/paineldeprecos

Preliminarmente, vale esclarecer que o Painel de Preços é o sistema informatizado do Ministério da Economia que disponibiliza dados e informações de compras públicas homologadas no Sistema de Compras do Governo Federal - COMPRASNET, com o objetivo de auxiliar os gestores públicos na tomada de decisões nas execuções de processos de compra, bem como dar transparência em relação aos preços praticados pela Administração Pública e estimular o controle social¹⁵.

¹⁵ <https://paineldeprecos.planejamento.gov.br/>

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

No caso de utilização desse parâmetro é admitida a pesquisa de um único preço¹⁶, tendo como exigência que a cotação se refira a aquisições firmadas no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório.

Para melhor entendimento sobre o Painel de Preços, o Clube pode consultar o manual específico disponível no seguinte link:

<https://paineldeprecos.planejamento.gov.br/storage/26aef97365b8eb36c361c4b104c44bb8.pdf>

Não obstante, cabe chamar a atenção para que o Clube observe se as especificações do item constante do Painel de Preços, e para o qual esse parâmetro seja utilizado para pesquisa de preços, de fato correspondem com as especificações do item pactuado, de modo a evitar a sua invalidação. Veja foto ilustrativa de pesquisa de item esportivo no referido Painel de Preços:

¹⁶ REM, Item 6.4 do Anexo I.



c) Pesquisa publicada em mídia especializada, sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo

Visando dar maior clareza sobre esse parâmetro de pesquisa, e possibilitar a utilização pelo Clube, foram extraídos os seguintes conceitos do Manual de Orientação de Pesquisa de Preços do Superior Tribunal de Justiça - STJ¹⁷:

A) Mídia especializada:

A mídia especializada não está vinculada necessariamente a um portal de internet, mas sim a outros meios, tais como jornais, revistas, estudos, etc. com notório e amplo reconhecimento no âmbito de atuação.

B) Site especializado:

Para um site ser considerado especializado, esse deverá estar vinculado a um portal na internet, com a utilização de ferramentas de busca de preços ou tabela com listas de valores, atuando de forma exclusiva ou preponderante na análise de preços de mercado, desde que haja um notório e amplo conhecimento no âmbito de sua atuação.

C) Site de domínio amplo:

Já com relação ao site de domínio amplo, deve estar presente no mercado nacional de comércio eletrônico ou de fabricante de produto, detentor de boa credibilidade no ramo de atuação, desde que seja uma empresa legalmente estabelecida.

Importante que o Clube fique atento aos requisitos de validade do orçamento utilizando este parâmetro, uma vez que no REM foi determinado que tais pesquisas devem compreender o intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do instrumento convocatório, e conter: **a) data e hora de acesso; b) endereço eletrônico do site consultado.**

¹⁷ STJ. Manual de Orientação. Pesquisa de Preços. Brasília: Secretaria de Auditoria Interna, 2021, p. 18.



CBC

COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES

Para melhor visualização do Clube quanto ao atendimento dos requisitos por esse parâmetro, apresenta-se a seguir foto ilustrativa de uma pesquisa realizada:



Há que se chamar atenção que, embora este orçamento atenda aos requisitos de validade, não é recomendável que se leve a efeito preços promocionais da internet, posto que podem não refletir a realidade de mercado, e uma vez considerados para fins de estimativa podem vir a comprometer o julgamento das propostas durante o certame.



De outra parte, o REM do CBC é claro ao definir que “não serão admitidas estimativas de preços obtidas em sítios de leilão ou de intermediação de vendas, dentre os quais podemos citar como exemplo a Americanas, o Mercado Livre e a OLX, salvo se homologados e/ou validados pela Administração Pública Federal”¹⁸.

d) Aquisições e Contratações similares de entes públicos

Esse parâmetro pode ser utilizado por meio do acesso por outros sítios governamentais (que não o Painel de Preços), bem como por documentos físicos de contratações similares realizadas por entes públicos, desde que firmadas no período de 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório.

IV – METODOLOGIA DE OBTENÇÃO DE PREÇO REFERÊNCIA

Com vistas à obtenção do preço de referência de cada item, que deve parametrizar a contratação, o Clube poderá optar entre a média, a mediana ou o menor dos valores obtidos na pesquisa de preços, desde que o cálculo incida sobre um conjunto de três ou mais preços, devendo ser desconsiderados os valores inexecutáveis e os excessivamente elevados¹⁹.

Apresenta-se a seguir as definições²⁰ das metodologias **média** e **mediana**, as quais, conforme já dito, podem ser utilizadas para obtenção de preço de referência:

- a) **Média**: obtém-se somando os valores de todos os dados e dividindo a soma pelo número de dados;
- b) **Mediana**: depois de ordenados os valores por ordem crescente ou decrescente, a mediana é o valor que ocupa a posição central, se a quantidade desses valores for ímpar; ou a média dos dois valores centrais, se a quantidade desses valores for par.

¹⁸ REM, Item 12 do Anexo I.

¹⁹ REM, Item 6.7 do Anexo I.

²⁰ Portaria 449, de 18 de maio de 2021, Anexo I.



Quanto ao **Menor valor**, o próprio nome já indica que corresponde ao menor valor obtido entre dois ou mais orçamentos, sugerindo-se a priorização da utilização desse método visando a aplicação do princípio da economicidade. Caso o Clube não obtenha o mínimo de três orçamentos, o menor valor passa a ser a regra.

Todavia, antes mesmo da definição da metodologia a ser utilizada, o Clube deve avaliar de forma crítica²¹ o conjunto de preços coletados para cada item, principalmente quando houver grande variação entre os preços obtidos, a fim de identificar aqueles considerados inexequíveis ou excessivamente elevados.

Segundo entendimento firmado pelo Plenário do TCU²², “Não é admissível que a pesquisa de preços de mercado feita pela entidade seja destituída de juízo crítico acerca da consistência dos valores levantados, máxime quando observados indícios de preços destoantes dos praticados no mercado”.

De modo efetivo, a boa prática orienta que inicialmente sejam desconsiderados os valores excessivamente elevados, e em seguida os inexequíveis.

São considerados excessivamente elevados, para fins de obtenção dos preços de referência, os valores 30% superiores à média dos demais valores orçados para o mesmo item. Após descartados os valores excessivamente elevados, são considerados manifestamente inexequíveis os valores que sejam menos de 70% da média dos demais valores orçados.

Registra-se que, de forma a auxiliar o Clube nessa avaliação e devida instrução do processo, os valores inexequíveis ou excessivamente elevados serão sugeridos automaticamente na oportunidade da inserção dos orçamentos relativos a cada item, no módulo específico de Pesquisa de Preços disponibilizado na Plataforma Comitê Digital do CBC.

²¹ REM, Item 6.10 do Anexo I.

²² Acórdão nº 1108/2007 – Plenário do TCU, Relator: Raimundo Carreiro

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

Depois de promovida a mencionada análise crítica da pesquisa de preços, e eliminados os valores que não refletem os preços praticados no mercado, o próximo passo a ser cumprido pelo Clube é a escolha da metodologia para obtenção dos preços de referência.

Conforme disposto no item 6.7 do Anexo I do REM do CBC, a opção entre as três metodologias previstas só poderá ocorrer se o cálculo incidir sobre um conjunto de três ou mais preços.

Caso o Clube não obtenha o mínimo de três orçamentos, o que só será admitido em situações excepcionais e mediante as justificativas cabíveis, e caso existam pelo menos dois orçamentos para o mesmo item, a escolha do preço de referência será obrigatoriamente com base no **menor valor**.

Já a utilização da **média** é possível quando houver pequena variação no conjunto de valores válidos para o item (pesquisa de forma homogênea), enquanto que a utilização da **mediana** é possível quando houver grande variação no conjunto de valores válidos (pesquisa de forma heterogênea).

Desta forma, a aplicação da **média** e/ou **mediana** pode se dar somente diante do conjunto dos orçamentos válidos, ou seja, após descartados os valores inexecutáveis e/ou excessivamente elevados.

Para identificar se os valores dos orçamentos válidos estão dispostos de forma homogênea ou heterogênea, o próximo passo é estratificar o indicador (coeficiente de variação), a partir do cálculo do desvio padrão e da sua divisão pela média dos valores. No particular, se o indicador encontrado for superior a 25%, revela-se uma pesquisa heterogênea, e se abaixo de 25% uma pesquisa homogênea.

No intuito de facilitar para o Clube, registra-se que o módulo específico da Pesquisa de Preços da Plataforma Comitê Digital fará automaticamente tais cálculos e sugerirá a possibilidade de utilização da metodologia mais apropriada, conforme cada caso concreto.



Uma vez finalizado o aporte dos orçamentos de todos os itens que serão adquiridos no Pregão Eletrônico, inclusive com a indicação pelo Clube da(s) metodologia(s) a ser(em) aplicada(s), será possível exportar, do sistema, a composição de preços estimados para a finalidade de elaboração do Termo de Referência, o qual deve compor o processo de aquisição.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

CONCLUSÃO

Ante todo o exposto, espera-se que os Clubes parceiros do CBC promovam suas pesquisas de preços de maneira consistente e capaz de ensejar a contratação mais vantajosa, a qual deve assegurar o menor preço e a qualidade dos itens objeto do Pregão Eletrônico.

Por fim, considerando que os dados e documentos relativos à execução dos projetos podem ser solicitados pelo CBC e/ou órgãos de controle pelo período de 10 (dez) anos²³, cumpre reiterar a necessidade de promover a cabível instrução processual, na forma citada no item II do presente, com todos os levantamentos e documentação comprobatória que constituíram a pesquisa de preços, relevando-se:

- as solicitações de orçamentos e respectivas respostas (inclusive aquelas que não obtiveram êxito e que não foram consideradas para composição do preço de referência);
- os orçamentos em si, estes obtidos pelos parâmetros de pesquisa admitidos;
- descrição da metodologia utilizada, contemplando justificativas quando obtidos menos de 3 (três) preços, exclusão de preços inexequíveis ou excessivamente elevados, e/ou outras situações excepcionais ocorridas no seu curso;
- análise crítica sobre os preços obtidos;
- planilha comparativa de preços, com indicação do preço referência.

²³ REM, Art. 14, IV, “h”.

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

NORMAS E PUBLICAÇÕES CONSULTADAS

Acórdão nº 1489/2012 – Primeira Câmara, Relator: José Mucio Monteiro;

Acórdão nº 1002/2015 – Plenário, Relator: Bruno Dantas;

Acórdão nº 3224/2020 – Plenário, Relator: Vital do Rêgo;

Acórdão nº 3033/2009 – Plenário, Relator: Benjamin Zymler;

Acórdão nº 2479/2009 – Plenário, Relator: Marcos Bemquerer;

Acórdão nº 531/2007 – Plenário, Relator: Ubiratan Aguiar;

Acórdão nº 1108/2007 – Plenário, Relator: Raimundo Carreiro;

Instrução Normativa SEGES/ME nº 65, de 7 de julho de 2021;

LIMA, Alberto de Barros. Termo de Referência e Projeto Básico nas Aquisições Públicas: *o guia completo para realizar a melhor aquisição*. Recife: Ed. UFPE, 2019;

Regulamento de Descentralização para Aquisições de Equipamentos e Materiais Esportivos do CBC – REM;

STJ. Manual de Orientação. Pesquisa de Preços. Brasília: Secretaria de Auditoria Interna, 2021.



ANEXO

Para melhor compreensão, apresenta-se passo a passo de como o Clube deve avaliar e eliminar os valores excessivamente elevados e/ou inexequíveis, com base em exemplos ilustrativos:

Passo 1: Eliminação de valores <u>excessivamente elevados</u> (se for o caso)				
Fornecedor	Valor Unitário	Média dos demais preços	Valor Unitário/Média dos demais preços	Avaliação
Empresa 1	R\$ 8,90	R\$ 47,04	19%	-
Empresa 2	R\$ 38,96	R\$ 41,03	95%	-
Empresa 3	R\$ 45,44	R\$ 39,74	114%	-
Empresa 4	R\$ 45,92	R\$ 39,64	116%	-
Empresa 5	R\$ 52,00	R\$ 38,42	135%	Excessivamente Elevado
Empresa 6	R\$ 52,90	R\$ 38,24	138%	Excessivamente Elevado

Memória de Cálculo

Exemplo - Empresa 5:

1. **Média dos Demais Preços:** Soma-se os valores unitários (V.U.) das demais empresas e divide-se pelo número de dados, conforme demonstrado a seguir:

$$\frac{(\text{"V.U. Empresa 1"} + \text{"V.U. Empresa 2"} + \text{"V.U. Empresa 3"} + \text{"V.U. Empresa 4"} + \text{"V.U. Empresa 6"})}{\text{Número de dados (empresas/orçamentos)}}$$

$$\frac{(\text{R\$ 8,90} + \text{R\$ 38,96} + \text{R\$ 45,44} + \text{R\$ 45,92} + \text{R\$ 52,90})}{5} \cong \text{R\$ 38,42}$$

2. **Valor Unitário / Média dos demais preços:** Para cálculo desse percentual, divide-se o "Valor Unitário" apresentado pela Empresa 1 pela "Média dos Demais Preços" obtido pela metodologia acima, conforme demonstrado a seguir:

$$\left[\frac{\text{"Valor Unitário (Empresa 1)"}}{\text{"Média dos Demais Valores"}} \right] \times 100 =$$
$$\left[\frac{\text{R\$ 52,00}}{\text{R\$ 38,42}} \right] \times 100 \cong 135\%$$

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

Passo 2: Eliminação de valores possivelmente inexequíveis (se for o caso), para identificação dos valores válidos.

Fornecedor	Valor Unitário	Média dos demais preços	Valor Unitário/ Média dos demais preços	Avaliação
Empresa 1	R\$ 8,90	R\$ 43,44	20%	Inexequível
Empresa 2	R\$ 38,96	R\$ 33,42	117%	Válido
Empresa 3	R\$ 45,44	R\$ 31,26	145%	Válido
Empresa 4	R\$ 45,92	R\$ 31,10	148%	Válido
Empresa 5	R\$ 52,00	Excessivamente Elevado		
Empresa 6	R\$ 52,90	Excessivamente Elevado		

Após desconsideração dos valores excessivamente elevados, repete-se os cálculos apresentados no Passo 1 para apuração da média dos demais preços e do percentual.

Memória de Cálculo

Exemplo - Empresa 1:

1. Média dos Demais Preços: Soma-se os valores unitários (V.U.) das demais empresas e divide-se pelo número de dados, conforme demonstrado a seguir:

$$\frac{(\text{"V.U. Empresa 2"} + \text{"V.U. Empresa 3"} + \text{"V.U. Empresa 4"})}{\text{Número de dados (empresas/orçamentos)}} \\ \frac{(\text{R\$ } 38,96 + \text{R\$ } 45,44 + \text{R\$ } 45,92)}{3} = \text{R\$ } 43,44$$

2. Valor Unitário / Média dos demais preços: Para cálculo desse percentual, divide-se o "Valor Unitário" apresentado pela Empresa 1 pela "Média dos Demais Preços" obtido pela metodologia acima, conforme demonstrado a seguir:

$$\left[\frac{\text{"Valor Unitário (Empresa 1)"}}{\text{"Média dos Demais Preços"}} \right] \times 100 = \\ \left[\frac{\text{R\$ } 8,90}{\text{R\$ } 43,44} \right] \times 100 \cong 20\%$$

**CBC****COMITÊ BRASILEIRO
DE CLUBES**

Passo 3: Após desconsideração dos valores inexecutáveis, cabe estratificar a "Média" e o "Desvio Padrão" com base nos valores válidos para apuração do "Coeficiente de Variação", que determinará o tipo de cálculo (Média, Mediana, Menor Valor) mais adequado para a cesta de preços.

Fornecedor	Valor Unitário	Crerios	Resultados
Empresa 2	R\$ 38,96	A - Média dos valores válidos:	R\$ 43,44
Empresa 3	R\$ 45,44	B - Desvio Padrão:	R\$ 3,17
Empresa 4	R\$ 45,92	Coeficiente de variação*: * Memória de cálculo: B/A	7%

Média dos Valores Válidos

Média dos valores válidos = $\frac{(\text{"V.U. Empresa 2"} + \text{"V.U. Empresa 3"} + \text{"V.U. Empresa 4"})}{\text{Número de dados (empresas/orçamentos)}}$

Média dos valores válidos = $\frac{(R\$ 38,96 + R\$ 45,44 + R\$ 45,92)}{3} = R\$ 43,44$

Desvio Padrão

Desvio Padrão: $\sqrt{\frac{\sum (x - \text{média})^2}{n}} =$

Desvio Padrão: $\sqrt{\frac{((R\$ 38,96 - R\$ 43,44)^2 + (R\$ 45,44 - R\$ 43,44)^2 + (R\$ 45,92 - R\$ 43,44)^2)}{3}} =$

Desvio Padrão = R\$ 3,17

Coeficiente de Variação

Coeficiente de Variação: $\frac{\text{Desvio Padrão}}{\text{Média}} \times 100 \cong$

Coeficiente de Variação: $\frac{R\$ 3,17}{R\$ 43,44} \times 100 \cong 7 \%$