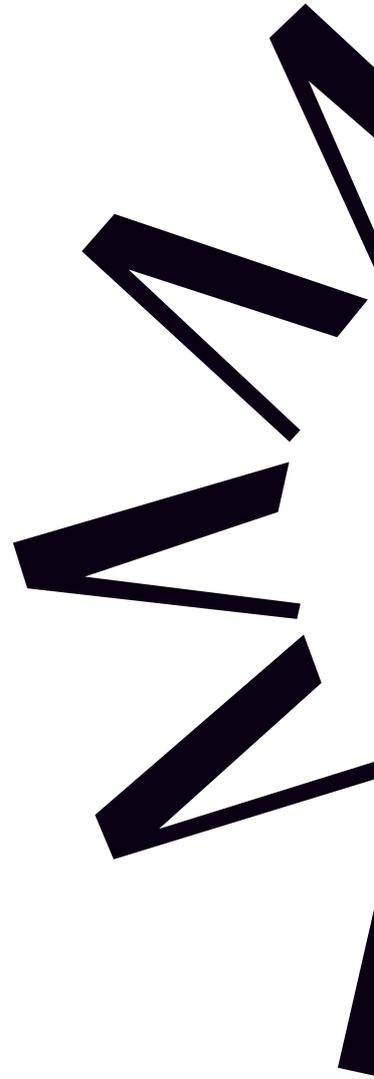


# Modernizando as compras públicas de bens e serviços comuns no governo brasileiro por meio de um marketplace



---

Luís Guilherme Izycki\*

Assessor na Diretoria de Inovação da Enap e Mestrando em Políticas Públicas e Desenvolvimento no Ipea

## I. Resumo

O artigo aborda a proposta de se criar uma norma infralegal que viabilize um *marketplace* para compras públicas de bens e serviços comuns no governo brasileiro, visando a otimizar a eficiência, a transparência e a competitividade nesse processo. O contexto nacional destaca a importância das compras públicas não apenas na prestação de serviços públicos, mas também como um impulsionador da economia, representando 12% do PIB brasileiro. A proposta de criação de um *marketplace* é respaldada pela agilidade característica do ambiente digital e busca simplificar o complexo processo de aquisição, reduzir burocracia e economizar recursos. A revisão literária explora as bases teóricas e práticas, ressaltando o conceito de *e-marketplace*, experiências internacionais e desafios de implementação.

A metodologia necessária para criar a norma que torne o *marketplace* eficaz inclui o desenvolvimento de uma plataforma tecnológica robusta e segura, um banco de dados de fornecedores qualificados, agilidade nos processos de credenciamento de fornecedores, transparência, capacitação dos usuários e integração com sistemas governamentais.

Os resultados esperados da implementação são diversos, incluindo maior eficiência nos processos de compras por meio de simplificação processual, aprimoramento da transparência, competição saudável entre fornecedores, redução de custos, estímulo à inovação, análises de dados para tomada de decisões estratégicas e integração entre órgãos governamentais. Tais resultados podem promover o crescimento econômico sustentável e melhor direcionamento de recursos para políticas públicas que afetem o cidadão.

No entanto, a criação bem-sucedida de um *marketplace* exige que a estratégia para adoção da norma infralegal proposta aborde diversos aspectos, desde a adequação legal até a colaboração entre as partes interessadas. A conclusão ressalta que

essa transformação não é apenas operacional, mas também um meio de melhorar a qualidade dos serviços públicos e de impulsionar o desenvolvimento. Ao adotar essa visão inovadora, o governo brasileiro pode avançar rumo a um modelo de compras públicas mais eficiente e alinhado às necessidades da sociedade.

## II. Introdução

No cenário dinâmico da administração pública, a busca por eficiência, transparência e economia é uma constante. No contexto brasileiro, a aquisição de bens e serviços comuns pelo governo desempenha um papel fundamental não apenas na prestação de serviços públicos, mas também no fomento à economia do país. No entanto, tradicionalmente, esse processo tem sido permeado por desafios que vão desde a burocracia excessiva e a replicação processual até a falta de concorrência saudável, levando a gastos desnecessários de recursos públicos.

As compras públicas desempenham um papel crucial na economia de um país, tendo um impacto direto sobre diversos setores e sobre o Produto Interno Bruto (PIB). Como um componente significativo dos gastos governamentais, as compras públicas não apenas fornecem bens e serviços essenciais para a prestação de serviços públicos, mas também desempenham um papel fundamental no estímulo à atividade econômica, podendo ser utilizada como ferramenta relevante de execução de políticas públicas. As compras públicas no Brasil representam 12% do PIB nacional (IPEA, 2021), o que lhes confere, dado o volume, um poder considerável, capaz de influenciar a dinâmica dos mercados e de moldar o ambiente empresarial. Ao adotar um sistema inovador como o de um *marketplace* para compras públicas, o governo brasileiro não apenas busca otimizar sua eficiência interna, mas também almeja catalisar um impacto positivo mais amplo na economia nacional, fomentando a competição,

incentivando a inovação e direcionando recursos de maneira mais eficiente para impulsionar o desenvolvimento econômico sustentável.

Nesse contexto, emerge uma proposta de criação de uma norma infralegal que viabilize um *marketplace* para compras públicas de bens e serviços comuns no governo brasileiro. Inspirado pela agilidade e eficiência características do ambiente digital, esse conceito visa a revolucionar a maneira pela qual as instituições governamentais adquirem os recursos materiais necessários para cumprir suas responsabilidades. Ao adotar uma abordagem centrada em tecnologia, a proposta almeja otimizar o processo de compras públicas de forma federativa, alcançando também municípios e estados, reduzindo a complexidade burocrática, aumentando a competitividade entre fornecedores e, conseqüentemente, economizando recursos públicos.

No decorrer deste artigo, são explorados os fundamentos dessa proposta, analisando sua viabilidade, potenciais benefícios e desafios associados à implementação de um *marketplace* para compras públicas no contexto brasileiro. Além disso, são examinadas experiências internacionais semelhantes, identificando lições aprendidas e melhores práticas que podem ser adaptadas à realidade nacional. Na busca por um sistema de compras públicas mais eficiente e transparente, a criação de um *marketplace* surge como um passo promissor em direção a essa transformação.

Portanto, este artigo tem como propósito não apenas introduzir a ideia de um *marketplace* para compras públicas no governo brasileiro, mas também apresentar uma análise de como essa abordagem inovadora pode remodelar a maneira como o setor público adquire recursos, impulsionando a eficiência, a concorrência saudável e o uso responsável dos recursos financeiros em benefício de toda a sociedade.

### **III. Revisão da literatura**

O *e-marketplace* é uma espécie de mercado virtual que congrega vendedores ou prestadores de serviços em um único local, de modo que os compradores tenham acesso a uma plataforma que reúne produtos e serviços de várias empresas credenciadas. Essa lógica mercadológica é bem consolidada no setor privado, onde as relações de compras e venda são comuns e se dão de forma célere e facilitada. (Zockun e Zockun, 2020).

Na esfera privada, o comércio eletrônico (*e-commerce*) e os *marketplaces* encontram-se em franca expansão. Após o primeiro ano de pandemia, 79,7 milhões de consumidores compraram pela internet, número que até 2019 era de 61,8 milhões de consumidores (EBIT NIELSEN, 2022). Esse crescimento demonstra que, via de regra, o mercado está adaptado à lógica digital.

O *marketplace* tem como uma de suas características possibilitar a ampla disputa em um ambiente virtual, reduzindo, entre os competidores, limitações relacionadas à distância geográfica. Naturalmente, a geografia tem impacto sobre os custos de transporte de produtos. No entanto, a lógica desse modelo permite a conquista de mercado por empresas mais eficientes, independentemente de onde estejam localizadas, fazendo com que, no fim das contas, os preços ao consumidor sejam reduzidos.

Fenômenos como crises cíclicas econômicas e financeiras têm exigido do Estado a capacidade de se reinventar para melhorar seu desempenho quanto ao cumprimento de sua função social (Matias-Pereira, 2010) ... Assim como em relação a outros processos administrativos, no que tange às compras públicas, essa capacidade do Estado se relaciona diretamente aos princípios constitucionais de eficiência e economicidade.

De acordo com Arrowsmith (2011), o ciclo de compras governamentais engloba três fases distintas: i) a tomada de decisão por parte do

administrador público sobre o momento e a natureza dos bens e serviços a serem obtidos, representando a etapa de planejamento das aquisições; ii) a condução do processo licitatório, por meio do qual se determinará o fornecedor do bem ou serviço requisitado; e iii) a administração do contrato visando a garantir a consecução dos objetivos da aquisição. Uma proposta de *marketplace* impactaria essencialmente a segunda etapa do processo.

Em muitos países, a contratação pública costuma ser regulamentada por normas rígidas e protocolos formais, que incluem legislações específicas para normatizar as formas de atuação das instituições (Thai, 2001). Esse é também o caso brasileiro, que contempla leis específicas e regulamentos infralegais que detalham e normatizam a realização de processos definidos em lei.

De acordo com Albano et al. (2015), o *e-marketplace* do governo italiano, denominado “Mercato elettronico della Pubblica Amministrazione” (Mepa), é uma plataforma que elimina a necessidade de documentos em papel e facilita a aquisição de bens e serviços pelas entidades locais e centrais do governo do país. O Mepa oferece duas modalidades para adquirir os itens desejados: i) compras diretas, que envolvem um processo simples de seleção e compra, no qual um agente autorizado do setor de compras pode acessar o Mepa, escolher o produto desejado e selecionar a melhor proposta dentre os diversos fornecedores presentes na plataforma virtual; e ii) solicitações de cotação de preços, que consistem em leilões eletrônicos simplificados, nos quais os fornecedores são convidados a participar apresentando ofertas, até que seja escolhida aquela que ofereça a combinação mais eficiente entre preço e qualidade. Quanto à gestão da plataforma, o Mepa é administrado pela Consip S.p.a, uma empresa pública ligada e financiada pelo Ministério da Economia italiano.

Paixão (2021) apresenta o modelo de compras públicas por *marketplace* no Chile, que inclui produtos e serviços que podem ser padronizados,

abrangendo várias áreas de governo e que são frequentemente utilizados por diversos órgãos públicos. Atualmente no país há 35 processos de referência, denominados “Convênios Marco”, pelos quais se estabelece uma ampla gama de itens disponíveis para aquisição pelo governo de itens de mercado como: combustíveis; despesas de hospedagem, locação de espaços e refeições; livros; seguro de vida; serviços de impressão, cópia e suprimentos corporativos; ferramentas e serviços de manutenção; pneus, lubrificantes e acessórios automotivos; desenvolvimento de sistemas; artigos de higiene e limpeza; organização de eventos; campanhas de comunicação; computadores e notebooks; mobiliário; administração de benefícios; serviços de courier; e serviços de saúde como órteses e tratamentos de hemodiálise e diálise. A legislação chilena prevê ainda a possibilidade de adesão aos convênios por parte de entes subnacionais.

Por sua vez, o modelo americano de *marketplace*, estabelecido na Federal Marketplace Strategy e coordenado pela General Services Administration (GSA), consiste em três grandes frentes (i) Multiple Award Schedules (MAS) Consolidation, (ii) Commercial Platforms Program e (iii) Contract Acquisition Life-cycle Management System e (iv) Catalog Management (Paixão, 2021).

O modelo MAS prevê contratos de cinco anos, extensíveis para até vinte anos, firmados com múltiplos fornecedores para quantidades indefinidas de bens e serviços comuns. As quantidades e condições de entrega são fixadas em pedidos de compra. A Commercial Platforms Program é uma forma de compra de bens diretamente em sites de e-commerce que tenham estabelecido parcerias comerciais com o governo americano. Por fim, o Contract Acquisition Life-cycle Management System e o Catalog Management são, respectivamente, uma plataforma de gestão do ciclo de vida dos contratos inseridos no MAS e um catálogo de bens e serviços definidos pelo GSA.

Importante notar que o modelo dos Estados

Unidos combina iniciativas de catalogação de compras e contratos com condições de negócio entre as partes, em atos administrativos característicos do poder público, com a possibilidade de compra direta via e-commerces, utilizando-se de relações comerciais privadas.

No que se refere aos riscos da criação de um *marketplace* público, considera-se a possibilidade de o sistema promover uma concentração de mercado, com características de monopólio, uma vez que uma plataforma pública, administrada pelo Governo Federal, poderia centralizar as compras de vários entes federativos em um só local. Argumenta-se que esse eventual poder de monopólio pode surgir devido à plataforma controlar parte significativa do mercado de bens e serviços. Observa-se, porém que, embora o estado seja um grande comprador, ele está inserido em um mercado muito mais amplo e tem sua influência limitada em comparação com o consumo feito por empresas e famílias.

Deve-se considerar também que, independentemente do formato e do sistema utilizado, a concentração de mercado é um dilema já existente do gestor público ao tornar os processos de compra centralizados, uma vez que, de fato, a centralização de compras públicas pode reduzir a competitividade de fornecedores de pequeno porte. Por outro lado, a adoção de uma solução tecnológica como um *marketplace* pode minimizar os riscos de concentração, uma vez que, ao reduzir as barreiras de entrada, pode incluir uma diversidade maior de fornecedores, inclusive empresas menores, em comparação aos meios tradicionais de contratação pública, como os processos comuns de licitação.

Além disso, a centralização de compras públicas, mesmo quando eventualmente gera concentração do mercado em poucos fornecedores, acaba gerando economia para a administração pública, por conta do ganho de escala, beneficiando, assim, indiretamente, toda a sociedade.

Ao se analisar a legislação que rege as compras públicas no Brasil, considera-se que não há óbice

jurídico que impeça o uso de uma ferramenta *marketplace* para realizar uma aquisição pública. O que talvez seja o maior empecilho à adoção de *marketplace* para as contratações públicas no Brasil seria um certo conservadorismo por parte dos agentes públicos responsáveis pela interpretação e pela regulação do ambiente jurídico das licitações, apegados a rotinas de controles burocráticos ineficientes e, muitas vezes, até despropositados (Nóbrega e Torres, 2021).

Por exemplo, ao se analisar a legislação atual, pode-se considerar que, ao tratar do credenciamento de fornecedores, um dos instrumentos auxiliares do processo de licitação, a Lei nº 14.133/2021 recepciona um possível sistema de *marketplace*, a partir da seguinte disposição:

*“Art. 79. O credenciamento poderá ser usado nas seguintes hipóteses de contratação:*

*I - paralela e não excludente: caso em que é viável e vantajosa para a Administração a realização de contratações simultâneas em condições padronizadas;*

*II - com seleção a critério de terceiros: caso em que a seleção do contratado está a cargo do beneficiário direto da prestação;*

*III - em mercados fluidos: caso em que a flutuação constante do valor da prestação e das condições de contratação inviabiliza a seleção de agente por meio de processo de licitação.”*

Destaca-se que o legislador deu maior liberdade ao gestor público com a definição de “mercados fluidos”, uma vez que, em última análise, qualquer mercado que não tem preços definidos pelo poder público possui alguma fluidez.

Ainda no processo de credenciamento, a instituição de uma “pré-qualificação”, também estabelecida na Lei nº 14.133/2021, indica a possibilidade de se reunir previamente fornecedores em um sistema de pré-cadastro, anterior ao processo de compra em si, o que também facilitaria a instituição de um *marketplace*:

*“Art. 80. A pré-qualificação é o procedimento técnico-administrativo para selecionar previamente:*

*I - licitantes que reúnam condições de habilitação para participar de futura licitação ou de licitação vinculada a programas de obras ou de serviços objetivamente definidos;*

*II - bens que atendam às exigências técnicas ou de qualidade estabelecidas pela Administração.*

*§ 1º Na pré-qualificação observar-se-á o seguinte:*

*I - quando aberta a licitantes, poderão ser dispensados os documentos que já constarem do registro cadastral;*

*II - quando aberta a bens, poderá ser exigida a comprovação de qualidade.*

*§ 2º O procedimento de pré-qualificação ficará permanentemente aberto para a inscrição de interessados.*

*§ 3º Quanto ao procedimento de pré-qualificação, constarão do edital:*

*I - As informações mínimas necessárias para definição do objeto;*

*II - a modalidade, a forma da futura licitação e os critérios de julgamento.”*

#### **IV. Detalhamento da proposta**

A partir da constatação de que a criação de um *marketplace* para compras públicas já disporia do instrumento legal necessário para sua implementação, observa-se que uma norma infralegal, como decreto ou instrução normativa, poderia trazer efetividade ao uso do instrumento ao determinar a obrigatoriedade para órgãos e entidades da administração federal de uso de um *marketplace* para aquisição itens definidos pelo órgão central de governo. Esse possível normativo deveria tratar também de outros elementos como: características do sistema, regras para ingresso no *marketplace*, ferramentas de controle e accountability, processos de credenciamento, divisão de responsabilidades.

Um elemento central para o desenvolvimento de um *marketplace* é o estabelecimento e a consolidação de uma plataforma tecnológica robusta e segura. A plataforma deve apresentar uma interface intuitiva, permitindo uma navegação fácil e acessível tanto

para os compradores governamentais quanto para os fornecedores. Além disso, a implementação de sistemas de segurança avançados é imprescindível para salvaguardar informações sensíveis e garantir a confiança de todos os usuários envolvidos no processo.

Junto a isso, a construção de um banco de dados abrangente de fornecedores qualificados é uma etapa vital desse empreendimento. Esse cadastro deve ser elaborado com critérios rigorosos de verificação e validação, assegurando a legitimidade e a capacidade dos fornecedores de atender aos requisitos estabelecidos. Essa base de dados não apenas facilitará a identificação de fornecedores adequados, mas também aumentará a transparência e a concorrência no mercado.

A agilidade e a eficiência dos processos de licitação são cruciais para o funcionamento fluido do *marketplace*. A plataforma deve ser capaz de acomodar uma variedade de modalidades de licitação, permitindo que os compradores governamentais personalizem os critérios de seleção, estabeleçam prazos e conduzam avaliações de propostas de maneira eficaz. Além disso, a implementação de mecanismos de disputa em tempo real contribuirá para um processo mais transparente e competitivo.

Para garantir a integridade e a rastreabilidade dos processos, a plataforma deve oferecer mecanismos robustos de transparência e de auditoria. A capacidade de rastrear as atividades, manter registros históricos detalhados e permitir auditorias regulares será fundamental para garantir a conformidade com as regulamentações governamentais e para fortalecer a confiança de todas as partes envolvidas.

No entanto, o sucesso da implementação de um *marketplace* vai além da tecnologia. Programas abrangentes de treinamento e capacitação devem ser fornecidos para garantir que os compradores e fornecedores compreendam plenamente como utilizar a plataforma de forma eficaz. Isso reduzirá

a curva de aprendizado e contribuirá para a adoção bem-sucedida do novo sistema.

Uma abordagem estratégica deve ser adotada para integrar a nova plataforma com os sistemas existentes do governo. A integração eficaz com sistemas de contabilidade, gestão de contratos e outros sistemas operacionais garantirá a coesão dos dados e processos, evitando possíveis redundâncias ou ineficiências.

Ao longo do processo, é fundamental monitorar continuamente a eficácia da plataforma e realizar avaliações periódicas. Um processo de identificação de problemas, oportunidades de melhoria e adaptação constante garantirão um ambiente de compras públicas que evolui em resposta às necessidades em constante mudança.

A colaboração e o engajamento de todas as partes interessadas são pilares essenciais para o sucesso do *marketplace*. A participação ativa de agências governamentais, fornecedores, órgãos regulatórios e outros stakeholders relevantes garantirá que a plataforma atenda às necessidades de todos os envolvidos.

Finalmente, uma comunicação eficaz desempenhará um papel crucial na aceitação e adoção do *marketplace*. Estratégias de comunicação claras e abrangentes devem ser implementadas para informar as partes interessadas sobre os benefícios, os procedimentos e o impacto potencial dessa transformação nas compras públicas.

Considerando essas características, espera-se que o *marketplace* proposto possa gerar impactos positivos não apenas no que se refere à facilidade de uso, mas também gerar redução nos custos operacionais. No tópico a seguir, são estimados possíveis resultados de economia para o governo, considerando, para fins de estudo, as licitações realizadas apenas no governo federal e registradas no Painel de Compras

(<http://painelcompras.economia.gov.br/>) do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI).

Importante destacar que o potencial de redução de custos real é maior que o estimado nesse estudo, uma vez que é possível que o *marketplace* seja utilizado também por entidades públicas de outros poderes e outros entes da federação, assim como por empresas públicas e sociedades de economia mista, aumentando assim qualquer potencial estimado neste estudo.

Os valores dos processos de compras analisados estão baseados no estudo realizado pela Fundação Instituto de Administração da USP em 2006, denominado “Mapeamento e Análise dos Custos Operacionais dos Processos de Contratação do Governo Federal” que, em síntese, compara o custo total de execução de licitações em diversas modalidades, a partir da pesquisa de dados em 14 órgãos da administração pública federal (Brasil, 2017).

## V. Benefícios esperados

A criação de um *marketplace* para compras públicas pode resultar em uma série de impactos e benefícios abrangentes, tanto para o governo quanto para a sociedade em geral. Um dos principais benefícios esperados é a melhoria da eficiência e da agilidade nos processos de compras públicas. Uma plataforma digitalizada permitirá uma gestão mais rápida e simplificada de todo o ciclo de compras, desde a identificação de necessidades até a conclusão dos processos licitatórios. Isso reduz a burocracia, os prazos e os gargalos administrativos.

Além disso, o *marketplace* pode aumentar significativamente a transparência dos processos de aquisição governamental. Com informações detalhadas disponíveis online, os processos se tornam mais acessíveis e compreensíveis para todos os envolvidos. Isso ajuda a mitigar riscos de corrupção e de favorecimento indevido, fortalecendo a integridade do sistema.

A plataforma digital pode atrair um número maior de fornecedores interessados em participar

de licitações, resultando em uma competição mais saudável. Isso pode levar a preços mais competitivos, melhores condições de contratos e mais opções para os compradores governamentais. Além disso, a otimização dos processos e a concorrência saudável podem levar a uma redução nos custos das compras públicas. Os preços mais competitivos oferecidos pelos fornecedores podem resultar em economias significativas para o governo e, conseqüentemente, para os contribuintes.

Outro benefício notável é o estímulo à inovação e à oferta de produtos e serviços de alta qualidade. Ao abrir o mercado para uma variedade maior de fornecedores, incluindo pequenas e médias empresas, o *marketplace* pode estimular a inovação e a oferta de soluções mais eficazes e relevantes para as necessidades do governo e da sociedade.

Além disso, a plataforma digitalizada pode gerar dados valiosos sobre as atividades de compras públicas. Isso possibilita a análise e o monitoramento de tendências, eficácia de fornecedores, desempenho do processo de aquisição e outras métricas essenciais. Essas análises informadas podem guiar decisões estratégicas futuras.

A implementação do *marketplace* também pode promover maior integração entre diferentes órgãos governamentais e entidades, promovendo uma abordagem mais padronizada para as compras públicas. Isso pode simplificar a colaboração, reduzir a duplicação de esforços e facilitar a troca de melhores práticas.

Além disso, a adoção de tecnologia de ponta para compras públicas também pode representar uma transformação mais ampla na cultura e nas operações do setor público. Isso pode influenciar positivamente outras áreas da administração governamental, estimulando a adoção de soluções inovadoras.

Por fim, a criação de um *marketplace* reduz os custos dos processos de compras e também o valor despendido nas aquisições, dada a competitividade aprimorada.

O Painel de Compras do MGI mostra que, considerando apenas aquisições de materiais, o governo federal adquiriu mais de R\$ 133 bilhões em materiais em 2022, com um custo operacional de aproximadamente R\$ 5,9 bilhões, conforme demonstrado na Tabela 1:

**| Tabela 1 | Custo e quantidade de processos licitatórios de aquisição de materiais realizados pelo governo federal em 2022**

Fonte: Elaborado pelo autor, com dados do Portal de Compras do MGI.

Modalidade	Custo do processo	Total de processos em 2022	Custo total de processos em 2022	Valor total das compras
Dispensa	R\$ 5.235,02	54.701	R\$ 3.006.284.908,50	R\$ 9.519.648.981,76
Pregão eletrônico	R\$ 53.508,35	52.574	R\$ 2.889.388.179,00	R\$ 123.907.344.621,74
Total		107.275	R\$ 5.895.673.087,50	R\$ 133.426.993.603,50

A criação de um *marketplace* no governo se constitui em um movimento em favor da centralização das compras públicas por meio do estabelecimento de condições comerciais únicas entre o poder público e particulares. Ressalta-se, no entanto, que nem todo o objeto tem potencial de ser inserido no *marketplace*, pois há itens de compra que são personalizados ou muito próprios das funções de determinada entidade pública, o que não justifica sua inserção em uma lógica de compras centralizada.

Sendo assim, estima-se que a redução de custo poderá impactar parcela significativa das compras públicas no Brasil, cujo montante é, no entanto, difícil de estimar. Não há estudos que mostrem o volume de compras que podem ser realizadas de forma centralizada no Brasil. Para fins da análise, considera-se que 50% das compras de materiais podem ser centralizadas, o que significa que é possível reduzir em 90% de um total de R\$ 2.947.836.543,75, - o que gera uma redução potencial de R\$ 2.653.052.889,38, em redução de custos operacionais.

Para se estimar o potencial de economia no valor das aquisições, considera-se o histórico

de centralização de compras do governo federal brasileiro. Há casos de redução medidos pela Central de Compras do MGI, com a compra centralizada de menos de 10 objetos. Somente essa atuação de pouco volume de compras resultou na economia de R\$ 839 milhões em 2021 (Brasil, 2022), com reduções de valor de compra chegando a 82,2% em comparação com compras feitas por outras entidades públicas. Assim, considerando a premissa estimativa de que 50% dos materiais são considerados passíveis de serem adquiridos de forma centralizada, isso representa um potencial anual de R\$ 66.713.496.801,75 em aquisições. Se, hipoteticamente, esse valor for reduzido em 10%, será economizado um total de R\$ 6.671.349.680,18.

Em resumo, somando-se a redução de custos operacionais com a redução do valor de compra, tem-se uma economia potencial de R\$ 9.324.402.569,55 por ano.

Esse potencial de economia pode ser ainda maior, mas a ausência de estudos sobre outras variáveis do processo limita a estimativa quantitativa, tais como a redução de custos com processos ligados à compra, como renovações contratuais e repactuações.

## **VI. Condições de implementação**

Para a criação bem-sucedida de um *marketplace* para compras públicas, é necessário abordar aspectos que englobam tanto os elementos técnicos quanto os organizacionais. Primeiramente, é essencial o estabelecimento de normas infralegais para acomodar as particularidades e inovações trazidas pelo ambiente digital.

Além disso, procedimentos e sistemas de compras públicas, como o Portal de Compras do Governo Federal, devem ser adaptados para permitir o estabelecimento de um *marketplace*.

Elementos relacionados ao controle interno, externo e social devem ser adaptados para o *marketplace*, através da transparência e

compartilhamento de informações dos processos.

Uma abordagem colaborativa é necessária para envolver as partes interessadas, incluindo agências governamentais, fornecedores, órgãos reguladores e a sociedade em geral. Essa colaboração deverá contribuir para o desenvolvimento de um sistema que atenda às necessidades de todos os envolvidos.

Por fim, sugere-se a instituição de norma infralegal que contemple a definição dos seguintes temas:

1. Definição de conceitos e procedimentos
2. Características do sistema digital online
3. Obrigação de uso por órgãos e entidades públicas federais
4. Adesão facultativa de outros entes e poderes
5. Processo de credenciamento
6. Hipóteses de exclusão de credenciados
7. Objetos que poderão ser credenciados
8. Processo de adesão, aquisição e avaliação

## **VII. Conclusão**

Em conclusão, a criação de um *marketplace* para compras públicas no contexto do governo brasileiro é uma proposta de transformação significativa que visa a otimizar a eficiência, a transparência e a competitividade no processo de aquisição de bens e serviços. Ao abraçar a tecnologia digital e implementar normas infralegais adequadas, o governo tem a oportunidade de modernizar suas práticas de compras, alinhando-as às demandas contemporâneas por agilidade e inovação.

A implementação de um *marketplace* não é apenas uma mudança operacional, mas também um catalisador para melhorar a qualidade dos serviços públicos e impulsionar o desenvolvimento econômico sustentável. Ao fomentar uma concorrência saudável entre fornecedores e promover a participação de diversos atores, desde pequenas empresas até grandes corporações, o *marketplace* tem o potencial de reduzir custos, estimular a inovação e garantir uma alocação eficiente dos recursos públicos.

No entanto, a jornada em direção à criação de

---

um *marketplace* não está isenta de desafios. Ela requer a colaboração e o compromisso de diversas partes interessadas, a superação de obstáculos tecnológicos e a capacidade de equilibrar inovação com conformidade legal. O resultado final, no entanto,

tem o potencial de redefinir a maneira como o governo brasileiro adquire bens e serviços, criando um ambiente de compras públicas mais transparente, eficiente e orientado para o futuro.

À medida que o Brasil trilha o caminho da transformação digital, a criação de um *marketplace* para compras públicas emerge como uma oportunidade valiosa para impulsionar a governança, a economia e a relação entre governo e cidadãos. Ao adotar essa visão inovadora, o país pode avançar rumo a um modelo de compras públicas que não apenas atende às necessidades atuais, mas também cria um legado duradouro de eficiência, integridade e progresso.

### VIII. Referências bibliográficas

ALENCAR, Alisson Carvalho de; ARAÚJO, Luciano Vieira de. O Portal Nacional De Compras Públicas como ferramenta de e-marketplace: arranjo de eficiência para as compras governamentais brasileiras. I Encontro de Pós Doutorandos da EACH: livro de resumos, p. 48-49, 2022.

ARROWSMITH, S. Government Procurement in the WTO. The Hague: Kluwer Law International, 2003.

COSTA, Caio César de Medeiros; TERRA, Antônio Carlos Paim. Compras públicas: para além da economicidade. 2019.

FERNANDES, Jorge Ulisses Jacoby. Carona em sistema de registro de preços: uma opção inteligente para redução de custos e controle. O Pregoeiro, Curitiba, v.3, out. 2007. Disponível em: [URL]. Acesso em: 02 junho 2017.

FIUZA, Eduardo Pedral Sampaio et al. Revisão do arranjo das compras públicas a partir de um contexto de crise. 2020.

FIUZA, Eduardo PS et al. Compras públicas centralizadas em situações de emergência e calamidade pública. Texto para Discussão, 2020.

FRANCO, Lucas Pedersoli. COMPRAS GOVERNAMENTAIS: UTILIZAÇÃO DO COMÉRCIO ELETRÔNICO E DO E-MARKETPLACE. conexões e experiências, p. 89.

MATIAS-PEREIRA, J. (2010). A governança corporativa aplicada no setor público brasileiro. Administração Pública e Gestão Social, 2(1), 109-134.

Ministério da Economia. (2022, janeiro). Centralização de compras e serviços do governo federal proporciona economia de R\$ 839 milhões em 2021. Governo Federal. [URL]. Acesso em: 30/08/2023

Nielsen, E. (2021). Ebit –WebShoppers 44 edição. Versão free. Agosto.

NÓBREGA, Marcos; TORRES, Ronny Charles L. de. A nova lei de licitações, credenciamento e e-marketplace: o turning point da inovação nas compras públicas. 2020.

PAIXÃO, André Luís Soares da. Compras públicas compartilhadas: um estudo de caso comparando modelos de compras públicas eletrônicas adotados no Brasil, no Chile e nos Estados Unidos. 2021.

SANTOS, Laura Lima dos. Contratações públicas: aplicação do marketplace a partir do texto da Lei 14.133/21. 2022.

THAI, K. V. Public procurement re-examined. Journal of Public Procurement, v. 1, n. 1, p. 9-50. 2001.

THORSTENSEN, Vera Coordenadora et al. Cadernos Brasil na OCDE: compras públicas. 2021.

ZOCKUN, Carolina Zancaner; ZOCKUN, Maurício. Marketplace Digital para compras públicas: Digital Marketplace for Public Purchases. International Journal of Digital Law, v. 1, n. 3, p. 77-94, 2020.