

**Título :** PLACAR ELETRÔNICO, MARKETPLACE E O FUTURO DAS LICITAÇÕES  
**Autor :** Flávio Amaral Garcia  
**Autor :** Fernando Barbalho Martins

## DOUTRINA – JAN/2021

### **PLACAR ELETRÔNICO, MARKETPLACE E O FUTURO DAS LICITAÇÕES**

#### **FLÁVIO AMARAL GARCIA**

Doutor em Direito Público pela Universidade de Coimbra. Procurador do Estado do Rio de Janeiro. Professor de Direito Administrativo da Fundação Getúlio Vargas

#### **FERNANDO BARBALHO MARTINS**

Mestre em Direito Público pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Procurador do Estado do Rio de Janeiro. Professor convidado de Direito Administrativo da Fundação Getúlio Vargas

#### **RESUMO**

O mercado e a tecnologia do século XXI são significativamente diferentes quando comparados com o momento de formulação da Lei nº 8.666/1993. O objetivo deste artigo é mostrar que o sistema de licitações públicas poderá ser impactado por uma tecnologia altamente disruptiva e que poderá modificar radicalmente esse roteiro quase secular de aquisições públicas. Marcos Juruena Villela Souto já era tomado por um certo inconformismo com o modo de licitar no Brasil e propunha uma nova modalidade de licitação que recebeu a alcunha de “Placar Eletrônico”. A proposta guarda várias similitudes com o desenho do *Marketplace*. O *Marketplace* se revela uma “central digital de compra e venda”, um novo meio para congregar fornecedores e clientes, de forma permanente. A sua adoção pode ser uma boa oportunidade para inovação, mas, para realizar integralmente seu potencial, exige-se o abandono das concepções tradicionais de controle formal, viabilizando a participação e o monitoramento contínuos e focados no resultado das iniciativas administrativas.

#### **NOTA INTRODUTÓRIA**

No estudo da economia é conhecido o conceito de destruição criativa desenvolvido por Joseph Schumpeter<sup>1</sup>. Em aproximação simplista, pode-se dizer que a teoria da destruição criativa consiste na percepção de que o modo de produção privada, pilar das economias de mercado, está em constante mutação, com empreendedores criando diferentes produtos ou inovações que tornam completamente obsoletas as antigas formas que o antecediam.

A evolução das civilizações é prenhe de exemplos que mostram a substituição (por vezes gradual, por vezes abrupta) de meios e modos de produção de bens e serviços. Com a luz elétrica, foram abandonados as velas e os candelabros. Com os trens e outros meios de transporte, a utilização de cavalos e outros animais não mais se fez necessária. Com os celulares ninguém mais usa telefone fixo. E por aí vai. A lista é inesgotável.

Na atual quadra do século XXI, vivemos tempos altamente disruptivos. Novas tecnologias impactam profundamente serviços e desenvolvimento de produtos, alterando radicalmente a vida das pessoas. Netflix, WhatsApp, Uber, Buser são alguns exemplos, entre tantos outros, de tecnologias altamente disruptivas que colocam antigos serviços em xeque.

Cambiando a temática para o universo das licitações, cabe indagar se o sistema de aquisições públicas já foi objeto de alguma inovação verdadeiramente disruptiva.

Indubitável que o sistema de contratação pública evoluiu bastante nos últimos anos. O pregão eletrônico, a massificação da cultura do registro de preços, a central de compras, a cotação eletrônica são, entre tantas outras, boas novidades que aumentaram o grau de eficiência nas licitações públicas.

Note-se, contudo, que a racionalidade das licitações públicas ainda está muito apegada a determinados ritos, procedimentos e estruturas mentais na forma como adquirimos bens e serviços, ainda que comuns, padronizados e encontráveis com certa facilidade no mercado.

A lógica com a qual nos habituamos – aqui com especial enfoque na aquisição de bens - segue o seguinte roteiro: (i) identifica-se a necessidade do bem; (ii) requisita-se o bem em termo de referência detalhado e que contenha as suas principais características; (iii) promove-se pesquisa de mercado, a fim de identificar o custo daquele bem no mercado; (iv) verifica-se a disponibilidade financeira do ente público; (v) elabora-se o edital; (vi) analisa-se juridicamente a minuta de edital e as demais etapas da fase preparatória; (vii) publica-se o aviso do edital; (viii) inicia-se a fase externa, somente podendo participar aqueles que atendem aos requisitos de habilitação e que manifestam interesse em cotar preço naquela específica licitação (aqui o procedimento pode variar bastante, a depender da modalidade adotada).

Várias indagações podem surgir a partir deste *iter* procedural, tão arraigado em nossos sistemas normativos: Tem que ser sempre assim? Será que a compra de bens e produtos padronizados precisa observar rigidamente esse roteiro? Será que as compras privadas têm algo a nos ensinar? Será mesmo eficiente recorrer cegamente a esse roteiro? Quanto custa seguir esse rito? Existe um universo significativo de empresas que, pelas mais variadas razões, não participam de licitações obedientes a essa dinâmica procedural? Existem novas tecnologias que nos permitam desapegar dessa sistemática concebida no século passado?

O desafio deste brevíssimo artigo é mostrar que o sistema de licitações públicas poderá ser, muito em breve, impactado por uma tecnologia altamente disruptiva capaz de modificar radicalmente esse roteiro quase secular de aquisições públicas.

É o que se convencionou denominar *Marketplace* e que começa a ganhar corpo em debates acadêmicos, artigos e, o que é melhor, nos bastidores do Governo Federal<sup>2</sup>.

Antes, contudo, de adentrar na compreensão do que seria o *Marketplace*, importante revelar que a ideia não é propriamente nova. Como se demonstrará no item que se segue, Marcos Juruena Villela Souto, de forma absolutamente pioneira, já era tomado por um certo inconformismo com o modo de licitar no Brasil e propunha uma nova modalidade de licitação que recebeu a alcunha de “Placar Eletrônico”.

Pela similitude com o *Marketplace* e pelas inquietações que motivaram o autor, vale trazer, mesmo que brevemente, a ideia subjacente ao Placar Eletrônico.

## **PLACAR ELETRÔNICO**

Recomenda-se, em primeiro lugar, a leitura do artigo elaborado por Marcos Juruena Villela Souto “*Licitações e Controle de Eficiência. Repensando o princípio do procedimento formal à luz do placar eletrônico*”<sup>3</sup>. As ideias que serão apresentadas no presente item consistem em brevíssimo resumo do pensamento do referido autor, por vezes reproduzindo *ipsis litteris* o seu texto.

Para o autor, a licitação é a busca da melhor proposta no mercado e não no processo. É isso que os princípios constitucionais impõem aos gestores públicos. Logo, o processo, quaisquer que sejam a tecnologia e a metodologia nele empregadas, deve servir para estimular o mercado a ser competitivo e a dele participar.

Assim, em pleno Século XXI, não se pode considerar que a efetivação da proposta mais vantajosa para a Administração se desenvolva por meio de um procedimento formal, conduzido por servidores públicos em repartições públicas e com uso do papel impresso como a única forma de promover a escolha pública eficiente.

Após descrever todas as etapas da fase interna das licitações, pondera que enorme tempo, estrutura e custos foram assumidos, mas ainda não se atingiu a fase externa, que marca o início da relação entre a Administração e o mercado. Convencionou-se que a proposta mais vantajosa a ser selecionada no processo é aquela tida como séria, ou seja, apresentada por licitante idôneo. Vários dos documentos exigidos na fase de habilitação já estão disponíveis nas próprias repartições públicas, o que permitiria a redução de custo e tempo na sua obtenção e exame.

Alerta que o prazo e o custo dessa mecânica, ou os resultados, não são mais relevantes. Cultua-se o processo pelo processo. Criticando a generalidade da Lei nº 8.666, de 21/06/93, afirma que a burocracia da legislação foi pensada para um rigoroso exame de documentos, cada vez mais complexos e detalhistas. Adverte que foi instituído um "campeonato de papelada" — vencia quem sabia melhor cumprir a burocracia e conviver com a morosidade, eis que, como visto, o processo centrado nos formalismos e não nas propostas se tornava demasiado lento, sem o necessário proveito em termos de qualidade, preço ou prazo.

Destaca, na sequência, uma série de inovações que melhoraram o ambiente de negócios das licitações públicas, como o advento do pregão, designadamente o pregão eletrônico, a inversão de fases e a possibilidade de sanatória de documentos, propostas e atos, desapegando-se de formalismos inúteis. Entretanto, continua o autor a ponderar que os custos de transação continuam elevados.

Assim, para incrementar a eficiência nas licitações, propõe três ideias centrais: (i) o fim do cartelização nas licitações; (ii) a regulação das licitações; (iii) a bolsa de mercadorias e o placar eletrônico.

Para o presente artigo, interessa avançar na terceira ideia.

Argumenta que um dos um dos grandes passos que se pretende colocar em debate é o estímulo ao uso das bolsas de mercadorias, mecanismo previsto na Lei nº 10.520, de 17/07/2002<sup>4</sup>.

As bolsas de mercadorias e futuros, segundo definição do Ministério da Fazenda<sup>5</sup>, são associações privadas civis, sem finalidade lucrativa,<sup>6</sup> com o objetivo de efetuar o registro, a compensação e a liquidação, física e financeira, das operações realizadas em pregão ou em sistema eletrônico.

Para tanto, devem desenvolver, organizar e operacionalizar um mercado de derivativos livre e transparente, que proporcione aos agentes econômicos a oportunidade de efetuarem operações de *hedging* (proteção) ante flutuações de preço de *commodities* agropecuárias, índices, taxas de juro, moedas e metais, bem como de todo e qualquer instrumento ou variável macroeconômica cuja incerteza de preço no futuro possa influenciar negativamente suas atividades. Possuem autonomia financeira, patrimonial e administrativa e são fiscalizadas pela Comissão de Valores Mobiliários.

Apresenta crítica, entretanto, de que a previsão de sua utilização é meramente instrumental, de apoio à licitação e ao pregoeiro. Continua a prevalecer, nos moldes da legislação em vigor, um procedimento excessivamente formal.

Utilizando exemplos similares da própria Lei nº 8.666/1993, recorre às hipóteses do art. 17, II, "c", do referido diploma legal, quando prescreve que é dispensada a licitação para a venda de ações, que poderão ser negociadas em bolsa, observada a legislação específica e o art. 24, XII, que admite a contratação direta de hortifrutigranjeiros, com base na cotação do dia.

Nas duas situações acima descritas, há um reconhecimento de que os procedimentos das bolsas asseguram as mesmas vantagens e o atingimento dos mesmos objetivos de uma licitação, ou seja, processo público, transparente, competitivo, tratamento isonômico e seleção da proposta mais vantajosa.

Germina, então, a ideia do "placar eletrônico" que substituiria, com vantagens, tanto o cadastro de fornecedores, como o sistema de registro de preços, e, ainda, o próprio procedimento formal. O "placar eletrônico" ficaria permanentemente aberto, provocando a constante movimentação de fornecedores,

para os mais diversos itens, sem necessidade de todos os atos da fase interna e externa, incluindo os infindáveis recursos e liminares.

Sugere que o placar eletrônico poderia ser instituído no rol das modalidades do art. 22 da Lei nº 8.666/1993, deixando às entidades federadas a tarefa de regulamentar, por decreto, os critérios para o seu emprego, de acordo com as capacidades e peculiaridades locais, definindo outros aspectos como os preços para compra em escala, fretes, tributos etc. Aliás, a tendência da Lei de Licitações deveria ser uma deslegalização do maior número possível de temas.

A proposta do autor para o desenvolvimento do placar eletrônico<sup>7</sup> foi, portanto, precursora de uma inovação disruptiva na forma como são estruturadas as licitações, guardando, em vários aspectos, similitudes com o desenho do *Marketplace*, como se verá no item que segue.

## **MARKETPLACE**

Um dos recursos tecnológicos que entrou no radar da Administração Federal, na esteira das inúmeras modificações infralegais que buscam atualizar as formas de contratação pública,<sup>8</sup> foi o chamado *Marketplace*. A notícia veiculada em sítio eletrônico especializado revelou que:

[O] Ministério da Economia quer colocar no ar um sistema online de *marketplace* para licitações públicas até o fim deste ano. Com a plataforma, fornecedores poderão colocar produtos em uma prateleira à disposição dos órgãos públicos, invertendo a ordem atual de contratação.<sup>9</sup>

E o que viria a ser o *Marketplace*, também chamado *e-marketplace*, pela sua identificação estreita com o meio digital? Eis uma boa definiçãoposta pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE):

Um *e-marketplace* é uma loja virtual que reúne diversos fornecedores e os conecta diretamente com seus clientes. Nestas plataformas, tanto compradores quanto produtores têm a possibilidade de obter valores mais acessíveis e uma melhor margem de lucro.

Em geral, um *marketplace* reúne diferentes tipos de produtos e serviços com o objetivo de atingir o maior número de clientes possíveis. Porém, existem também *e-marketplaces* especializados em determinado segmento, como roupa ou viagens. Alguns exemplos são a Amazon, o Ebay e o Mercado Livre.<sup>10</sup>

Outra boa definição é dada por Carol Kuviatkoski:

O *marketplace* é uma plataforma que conecta oferta e demanda de produtos ou serviços. Ou seja, ela reúne vendedores ou prestadores de serviço em um só ambiente online. Resumindo, um *marketplace* funciona como um shopping virtual.

Dessa forma, as vantagens desse modelo de negócio atingem todos os envolvidos. Os clientes podem comparar os orçamentos e avaliações de vários profissionais. Já os vendedores e prestadores de serviço podem divulgar seu trabalho nesta “vitrine online” e conquistar mais clientes. Por fim, quem é dono do *marketplace* consegue intermediar negócios e lucrar com as conexões estabelecidas.<sup>11</sup>

Como se percebe, o *Marketplace* se revela uma “central digital de compra e venda”, um novo meio para congregar fornecedores e clientes numa espécie de feira digital permanente. Marcos Nóbrega e Ronny Charles L de Torres<sup>12</sup> explicam:

A utilização de *e-marketplace* é uma solução plenamente viável para o processamento célere e com redução de custos transacionais, pela Administração Pública. A atitude de adotar-se o ambiente eletrônico para o processamento das contratações passa pela decisão administrativa e política de simplificar o trajeto que liga a definição da pretensão contratual administrativa à escolha do fornecedor apto a atendê-la.

O *e-marketplace público* tem a peculiaridade de ser gerido pelo órgão público, ou um particular contratado para sua gestão, com o intuito de receber propostas e registrá-las, para ulteriores contratações. Sob o aspecto jurídico, o *e-marketplace* público poderia ser compreendido como um “procedimento auxiliar” moderno, apto à realização célere de diversos passos burocráticos, para atendimentos de ulteriores pretensões contratuais. Sob o aspecto técnico, ele seria uma plataforma

eletrônica em que fornecedores seriam convidados e registrariam suas ofertas de preços para efetivas ou potenciais pretensões contatuais, que poderiam culminar em posteriores contratações.

[...]

Diante da ausência das mesmas amarras procedimentais e ritos definidos pelo modelo tradicional de licitação, poder-se-ia utilizar, de acordo com preceitos da teoria dos leilões (“auction theory”), formatos flexíveis de aferição do fornecedor contratado (leilão com lances ascendentes ou descendentes, por exemplo)<sup>[64]</sup>, adoção de preços dinâmicos, como identificado em e-marketplaces privados<sup>[65]</sup> ou públicos<sup>[66]</sup> e a desnecessidade de requisitos de habilitação meramente cartorários, incompatíveis com a função para eles definida pelo constituinte, de indiciários de garantia do cumprimento das obrigações assumidas<sup>[67]</sup>, para se optar por medidas de certificação prévia e ranking de fornecedores como elementos premiais, estimuladores de comportamentos desejáveis pela Administração Pública.

Neste contexto, a inarredável constatação de que a Administração Pública é uma compradora de monta em diversos segmentos econômicos, especialmente num país como o Brasil, em que os gastos públicos representam uma parcela expressiva da composição do Produto Interno Bruto (PIB), o desenvolvimento de uma plataforma em que seja possível identificar produtos e serviços, assim como comparar seus atributos e preços, revela uma pléiade de oportunidades para o aperfeiçoamento das contratações públicas, nó górdio que compromete a evolução de políticas públicas, tanto na vertente da eficiência, quanto naquela da moralidade administrativa.

Em primeiro lugar, a adoção do *Marketplace* representa mais um passo no avanço da virtualização dos processos administrativos em geral (pela adoção crescente de sistemas digitais de gestão e controle), e das compras públicas em particular. A edição da Medida Provisória nº 2.026, de 04/05/2000,<sup>13</sup> é um marco relevantíssimo de tal processo, ao permitir a realização de pregões “por meio da utilização de recursos de tecnologia da informação”<sup>14</sup>.

As iniciativas neste setor ao longo das últimas duas décadas são diversas e contemplam, por exemplo, a expansão da possibilidade de processamento eletrônico das licitações públicas no âmbito do Regime Diferenciado de Contratações (Lei nº 12.462, de 04/08/2011; art.13, que estabelece o caráter **preferencial** da utilização de meios eletrônicos) e a instituição da Central de Compras, originalmente prevista no art.13 do Anexo I ao Decreto nº 8.189, de 21/01/2014 e atualmente disciplinada pelo art.131 do Anexo I ao Decreto nº 9.745, de 08/04/2019, a ela cabendo, explicitamente, “desenvolver e gerir sistemas de tecnologia de informação para apoiar os processos de aquisição, contratação, alienação e gestão centralizadas de bens e serviços de uso comum pelos órgãos e entidades da administração pública federal” (inciso I do referido art.131).

O caráter agregador de fornecedores diversos do *Marketplace* corresponde às metas de centralização da legislação federal, cuja vantagem mais aparente é justamente a redução de custo determinada pela concentração de diversos procedimentos de contratação, eliminando a replicação do custo homem-hora de diversos servidores de órgãos e entes diferentes, com a realização de atos destinados à aquisição ou à contratação de bens e serviços de idêntica natureza.

Outro ganho expressivo de custo propiciado pela centralização possibilitada pelo *Marketplace* é aquele de escala: viabiliza a soma de diversos itens de iguais características demandados por órgãos e entidades diversos, pressionando para baixo o preço cobrado em compras de volumes maiores.

Para além da vertente do custo, o *Marketplace* também traz para a Administração maior publicidade e transparência, na medida em que o tráfego de pessoas pela rede mundial de computadores e as possibilidades de busca e pesquisa de contratações públicas são infinitamente maiores do que a mera publicação em Diário Oficial.

A constante atualização e a simplificação dos processos por meio da virtualização proporcionada pela adoção do *Marketplace* pode evoluir para um aprimoramento do Cadastro de Fornecedores, permitindo a alimentação do sistema com a avaliação das contratações efetivadas e executadas com cada um dos fornecedores que a ele se integram, assim como pela automatização das demandas de atualização de dados cadastrais e informações de regularidade fiscal e qualificação econômico-financeira.

Finalmente, a adoção de meios eletrônicos já se mostrou uma ferramenta importante de ampliação

da competitividade, tendo em vista possibilita o alcance de potenciais fornecedores que não manifestariam interesse em processos de contratação que ocorressem em localidades muito distantes de sua sede habitual de atuação.

Tal característica é potencializada pelo caráter permanente do *Marketplace*, que extrapola o prazo fixo do Registro de Preços e enseja uma constante renovação de fornecedores e até mesmo a atualização de padrões de serviços e bens oferecidos pelo mesmo particular.

Como visto ao longo deste texto, o *Marketplace* se constitui em novidade alvissareira sob o ponto de vista tecnológico, abrindo mais um espaço de modernização dos processos de contratação da Administração Pública, havendo substrato legal suficiente para sua adoção imediata, como já antecipava – mais de uma década antes de seu próprio advento - o sempre presente escólio de Marcos Juruena Villela Souto.

Evidentemente, muitas das vantagens arroladas acima teriam seu potencial plenamente atingido somente a partir de alterações normativas pontuais, mas a verdadeira disruptão trazida por tal instrumento tecnológico só ocorrerá a partir de uma concreta evolução cultural do gestor público e das instituições de controle.

De fato, a transparência e a publicidade proporcionadas pela adoção de um sistema digital centralizado de ofertas e de transações com a Administração é outra prova cabal da necessidade inadiável do abandono do fetiche do Diário Oficial, cujo alcance amplo de publicidade é mais uma ficção jurídica do que uma efetiva garantia de controle dos atos administrativos.

Em paralelo, a instauração de procedimentos e rotinas de compra mais ágeis e mais próximos das condições ordinárias do mercado (Lei 8.666/1993; art.15, III) demanda a reconfiguração dos processos de contratação, que já doutrinariamente são entendidos como meros instrumentos da consecução dos objetivos postos pelo ordenamento jurídico, mas que ainda não deixaram de exercer poderosa e perniciosa atração gravitacional sobre recursos humanos, financeiros e de tempo dos entes públicos, consumindo a Administração numa espiral infinita de atividades-meio.

A adoção do *Marketplace*, para realizar integralmente seu potencial, exige o abandono das concepções tradicionais de controle formal, viabilizando a participação e o monitoramento contínuos e focados no resultado das iniciativas administrativas, apuradas objetivamente, na hipótese objeto deste breve estudo, na verificação dos termos de aquisição e da efetiva amplitude de acesso de quaisquer fornecedores ao sistema eletrônico materializado na ideia do *Marketplace*.

O derradeiro avanço indispensável para conferir comprovada utilidade à inovação sob comento é a efetiva integração do processo de seleção do fornecedor com a sua concreta e objetiva avaliação como contratado, retroalimentando o banco de dados do *Marketplace* de forma a aproveitar por completo suas potencialidades, classificando e categorizando os diversos agentes de mercado que têm a oportunidade de atender a demandas da Administração Pública.

Como nota final, é importante assinalar que o *Marketplace* é, sob o ponto de vista jurídico, uma solução de tecnologia de informação, ou seja, é uma ferramenta de contratação que permite mais ampla e mais precisa coleta de dados, além de processamento mais ágil das informações deles decorrentes.

A mudança da sala da repartição para o ambiente virtual não pode ser geográfica, deve necessariamente seguir o caminho da reflexão e do compromisso com a maior eficiência na gestão dos recursos confiados pelo contribuinte brasileiro.

## **CONCLUSÃO**

Existe um novo mundo a ser desbravado nas licitações públicas brasileiras. O mercado e a tecnologia do século XXI são inteiramente distintos quando comparados com o ambiente que circundava a vetusta Lei n° 8.666/1993, que refletia o estado da arte de um Direito Administrativo que não mais subsiste.

São variadas as barreiras à entrada para que as sociedades empresárias participem de licitações públicas. Exigências formais por vezes desnecessárias, prerrogativas públicas que aumentam os custos de transação (como é o caso das cláusulas exorbitantes exigidas sem maiores reflexões ou adequações ao tipo contratual), risco de inadimplemento no pagamento pelos entes públicos e tantas outras externalidades negativas que deixam de fora do mercado das aquisições públicas milhares de empresas.

Com um universo cada vez mais restrito de *players*, aumenta-se a chance de cartelização em vários segmentos econômicos, além de fornecedores que entregam objetos de baixa qualidade ou que prestam serviços descasados da eficiência esperada.

O *Marketplace* pode ser uma boa oportunidade para experimentarmos o novo. Tempos de atrair empresas que hoje sequer cogitam participar de licitações públicas. Tempos de desapegar de um rito procedural que consome tempo e custos elevados. Tempos de adequar as aquisições públicas aos parâmetros contemporâneos de eficiência. Tempos de eliminar burocracias e formalismos inúteis. Tempos de concretizar a competitividade por outros métodos e fórmulas. Tempos de desapego e de efetivo ingresso no desafiador mundo do Século XXI.

O *Marketplace* não será, evidentemente, substitutivo de licitações complexas ou mesmo customizadas, já que a sua vocação é para bens comuns e relativamente padronizados. Também não será uma solução para todos os males que acometem as contratações públicas brasileiras. Poderá, contudo, se revelar como uma ótima oportunidade para experimentar, inovar e fazer diferente. Uma tentativa real de aproximação com métodos comuns e já testados nos mercados privados.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Thiago C; MEDEIROS, Bernardo Abreu de. Passando a boiada: experimentalismo em compras públicas e o futuro das licitações. *Jota*, São Paulo, 3 ago. 2020. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/passando-a-boiada-experimentalismo-em-compras-publicas-e-o-futuro-das-licitacoes-03082020>. Acesso: 04 ago. 2020.

BRASIL. **Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993.** Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, Portal da Legislação, [1993]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8666cons.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8666cons.htm). Acesso em: 3 nov. 2020.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 10.520, de 17 de julho de 2002.** Institui, no âmbito da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, nos termos do art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição de bens e serviços comuns, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, Portal da Legislação, [2002]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/l10520.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10520.htm). Acesso em: 3 nov. 2020.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 12.462, de 4 de agosto de 2011.** Institui o Regime Diferenciado de Contratações Públicas - RDC. Brasília, DF: Presidência da República, Portal da Legislação, [2011]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12462.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12462.htm). Acesso em: 3 nov. 2020.

\_\_\_\_\_. **Medida Provisória nº 2.026, de 4 de maio de 2000.** Institui, no âmbito da União, nos termos do art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, modalidade de licitação denominada pregão, para aquisição de bens e serviços comuns. Brasília, DF: Presidência da República, Portal da Legislação, [2000]. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/mpv/antigas/2026.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/antigas/2026.htm). Acesso em: 3 nov. 2020.

\_\_\_\_\_. Ministério da Economia. **Governo debate com sociedade implantação de marketplace para compras públicas:** audiência pública foi realizada para iniciar diálogo sobre o tema; contribuições recebidas devem estar consolidadas até o final deste mês. Assessoria de Comunicação, Brasília, DF, 03 jul. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/julho/governo-debate-com-sociedade-implantacao-de-marketplace-para-compras-publicas>. Acesso em: 28 set. 2020.

KUVIATKOSKI, Carol. *Marketplace*: o que é, exemplos e como criar um *marketplace*. **Ideia no Ar**, [S. I.], 12 mar. 2020. Disponível em [https://www.ideanoar.com.br/marketplace/?utm\\_source=Google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=mailGyDe6MbFe2k50OiYCmcQMH9OfXzrYIAaAh7PEALw\\_wCB](https://www.ideanoar.com.br/marketplace/?utm_source=Google&utm_medium=cpc&utm_campaign=mailGyDe6MbFe2k50OiYCmcQMH9OfXzrYIAaAh7PEALw_wCB). Acesso em: 12 set. 2020.

NÓBREGA, Marcos; TORRES, Ronny Charles L. de. Licitações públicas e *e-marketplace*: um sonho não tão distante. **O Licitante**, Distrito Federal, [2020]. Disponível em: <https://www.olicitante.com.br/marketplace-sonho-distante/>. Acesso em: 28 set. 2020.

PIMENTA, Guilherme. Ministério da Economia quer *marketplace* para licitações até o fim do ano. **Jota**, São Paulo, 24 jul. 2020. Disponível em <https://www.jota.info/coberturas-especiais/inova-e-acao/ministerio-de-economia-quer-marketplace-para-licitacoes-ate-o-fim-do-ano-24072020>. Acesso em: 25 jul. 2020.

SCHUMPETER, Joseph A. *Creative destruction*. In: \_\_\_\_\_. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. 3rd ed. New York: Harper and Brothers, 1950. Disponível em: <https://fee.org/articles/creative-destruction/>. Acesso em: 28 set. 2020

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Conheça as vantagens de vender seus produtos em um e-marketplace**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-vantagens-do-e-marketplace-para-os-pequenos-negocios,3f6402b5b0d36410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 12 set. 2020.

SOUTO, Marcos Juruena Villela. Licitações e controle de eficiência: repensando o princípio do procedimento formal à luz do “placar eletrônico”!. In: ARAGÃO, Alexandre Santos de; MARQUES NETO, Floriano de Azevedo (coord.). **Direito Administrativo e seus novos paradigmas**. 2. ed. 1. reimpr. Belo Horizonte: Fórum, 2018. p. 531-544.

---

<sup>1</sup> “The opening up of new markets, foreign or domestic, and the organizational development from the craft shop and factory to such concerns as U. S. Steel illustrate the same process of industrial mutation if I may use that biological term that incessantly revolutionizes<sup>[2]</sup> the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one. This process of Creative Destruction is the essential fact about capitalism. It is what capitalism consists in and what every capitalist concern has got to live in.” SCHUMPETER, Joseph A. *Creative destruction*. In: \_\_\_\_\_. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. 3rd ed. New York: Harper and Brothers, 1950. Disponível em: <https://fee.org/articles/creative-destruction/>. Acesso em: 28 set. 2020.

<sup>2</sup> O Governo Federal iniciou debate no dia 07/09/2020 com empresários e a sociedade civil em audiência pública sobre plataforma de comércio eletrônico para compras públicas. Sobre a plataforma, destacou Renato Fenili, secretário adjunto da Secretaria de Gestão do Ministério da Economia: “O *marketplace* é mais uma das inovações no âmbito do aprimoramento do Comprasnet. A partir dessa audiência pública ingressaremos em semanas de intenso diálogo com o mercado para conhecer as ferramentas e anseios das empresas”. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/julho/governo-debate-com-sociedade-implantacao-de-marketplace-para-compras-publicas>. Acesso em: 28 set. 2020.

<sup>3</sup> SOUTO, Marcos Juruena Villela. Licitações e controle de eficiência: repensando o princípio do procedimento formal à luz do “placar eletrônico”!. In: ARAGÃO, Alexandre Santos de; MARQUES NETO, Floriano de Azevedo (coord.). **Direito Administrativo e seus novos paradigmas**. 2. ed. 1. reimpr. Belo Horizonte: Fórum, 2018. p. 531-544.

<sup>4</sup> Lei nº 10.520/2002: Art. 2º, §2º: “Será facultada, nos termos de regulamentos próprios da União, Estados, Distrito Federal e Municípios, a participação de bolsas de mercadorias no apoio técnico e operacional aos órgãos e entidades promotores da modalidade de pregão, utilizando-se de recursos de tecnologia da informação”

Informação obtida pelo autor no sítio oficial do Ministério da Fazenda. Disponível em: [www.bcb.gov.br/pre/composição/bmf.asp](http://www.bcb.gov.br/pre/composição/bmf.asp). Acesso em: 28 set. 2020.

<sup>6</sup> Em que pese a definição do Governo Federal, é importante lembrar que a fusão das maiores bolsas do país (ora denominada B3) tomou a forma de uma sociedade empresária.

<sup>7</sup> Importante destacar que a proposta do placar eletrônico foi inclusa em projeto de lei estadual de licitações e contratos administrativos no âmbito do Estado do Rio de Janeiro e concebido na Procuradoria Geral do Estado. Contudo, a proposta de projeto de lei não teve seguimento no Poder Executivo.

<sup>8</sup> Sobre o tema, o elucidativo artigo de ARAÚJO, Thiago C; MEDEIROS, Bernardo Abreu de. Passando a boiada: experimentalismo em compras públicas e o futuro das licitações. **Jota**, São Paulo, 3 ago. 2020. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/passando-a-boiada-experimentalismo-em-compras-publicas-e-o-futuro-das-licitacoes-03082020>. Acesso: 04 ago. 2020.

<sup>9</sup> PIMENTA, Guilherme. Ministério da Economia quer *marketplace* para licitações até o fim do ano. **Jota**, São Paulo, 24 jul. 2020. Disponível em <https://www.jota.info/coberturas-especiais/inova-e-acao/ministerio-de-economia-quer-marketplace-para-licitacoes-ate-o-fim-do-ano-24072020>. Acesso em: 25 jul. 2020.

<sup>10</sup> SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Conheça as vantagens de vender seus produtos em um e-marketplace**. Disponível em <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-vantagens-do-e-marketplace-para-os-pequenos-negocios,3f6402b5b0d36410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 12 set. 2020.

<sup>11</sup> KUVIATKOSKI, Carol. **Marketplace: o que é, exemplos e como criar um marketplace**. Disponível em [https://www.ideanoar.com.br/marketplace/?utm\\_source=Google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=maiGyDe6MbFe2k50OiYCmcQMH9OfXzrYIAaAh7PEALw\\_wcB](https://www.ideanoar.com.br/marketplace/?utm_source=Google&utm_medium=cpc&utm_campaign=maiGyDe6MbFe2k50OiYCmcQMH9OfXzrYIAaAh7PEALw_wcB). Acesso em: 12 set. 2020.

<sup>12</sup> NÓBREGA, Marcos; TORRES, Ronny Charles L. de. *Licitações públicas e e-marketplace: um sonho não tão distante. O Licitante*, Distrito Federal, [2020]. Disponível em: <https://www.olicitante.com.br/marketplace-sonho-distante/>. Acesso em: 28 set. 2020.

<sup>13</sup> Sucessivamente reeditada e ao final convertida na Lei nº 10.520, de 17/07/2002.

<sup>14</sup> Art. 2º, § 1º da Lei 10.520/2002.

**Como citar este texto:**

GARCIA, Flávio Amaral; MARTINS, Fernando Barbalho. Placar eletrônico, *marketplace* e o futuro das licitações. Zênite Fácil, categoria Doutrina, 19 jan. 2021. Disponível em: <http://www.zenitefacil.com.br>. Acesso em: dd mmm. aaaa.