

UniAnchieta

**IMPLEMENTAÇÃO DO MARKETPLACE PARA CONTRATAÇÕES
PÚBLICAS: VIABILIDADE, DESAFIOS E RISCOS**

**Jundiaí
2024**

IMPLEMENTAÇÃO DO MARKETPLACE PARA CONTRATAÇÕES PÚBLICAS: VIABILIDADE, DESAFIOS E RISCOS

Emily Scapinelli Vaz¹

Resumo: O artigo aborda a necessidade da Administração Pública de adquirir produtos e serviços por meio de licitação, conforme a Constituição Federal, destacando a busca por eficiência, economicidade e otimização dos recursos públicos. Apesar dos avanços como o pregão eletrônico e a nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos (Lei nº 14.133/2021), o sistema tradicional ainda apresenta lentidão e ineficiências, exacerbadas pela pandemia de 2020. O estudo foca na implementação de marketplaces na administração pública, inspirando-se no setor privado para melhorar a rapidez e eficácia das contratações. Ao buscar entender conceitos, avaliar experiências públicas, analisar a viabilidade legal e identificar benefícios, riscos e desafios, verifica-se que o marketplace pode trazer significativos avanços para a gestão pública no Brasil e, para que essa transformação seja efetiva, é essencial que haja um compromisso contínuo com a inovação, a segurança da informação e a capacitação dos envolvidos.

Palavras-chave: Marketplace; Administração Pública; Compras; Viabilidade legal; Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos.

Abstract: The article discusses the necessity for Public Administration to acquire products and services through public procurement, as mandated by the Federal Constitution, emphasizing the pursuit of efficiency, cost-effectiveness, and optimization of public resources. Despite advancements such as electronic bidding and the new Public Procurement and Administrative Contracts Law (Law No. 14,133/2021), the traditional system still suffers from slowness and inefficiencies, which were exacerbated by the 2020 pandemic. The study focuses on the implementation of marketplaces in public administration, drawing inspiration from the private sector to improve the speed and effectiveness of procurement processes. By

¹ Graduada em Logística pela FATEC, pós graduada em Administração de empresas pela FGV. Analista de Planejamento, Gestão e Orçamento na Prefeitura de Jundiaí e Chefe da Divisão de Gestão de Aquisições na Unidade de Administração e Gestão de Pessoas.

seeking to understand concepts, evaluate public experiences, analyze legal feasibility, and identify benefits, risks, and challenges, it is found that marketplaces can bring significant advancements to public management in Brazil. For this transformation to be effective, it is essential to have a continuous commitment to innovation, information security, and the training of those involved.

Keywords: Marketplace; Public Administration; Procurement; Legal Feasibility; New Bidding and Contracting Law.

1. INTRODUÇÃO

De acordo com as competências conferidas pela Constituição Federal, a Administração Pública, conforme estabelece o artigo 37, inciso XXI, necessita adquirir produtos e serviços por meio de processo licitatório, seguindo as premissas e princípios que regem a sua atuação. Para alcançar eficiência, economicidade e otimização do emprego dos recursos públicos, é essencial adotar uma gestão voltada à desburocratização, à qualidade dos serviços prestados e à celeridade dos seus atos. Contudo, mesmo com as recentes mudanças tecnológicas e mercadológicas, a defasagem do formato tradicional de licitação e contratação, com seu caráter nitidamente analítico, burocrático e detalhista, tornou-se ainda mais evidente, especialmente diante das dificuldades enfrentadas em 2020 devido à pandemia de COVID-19. A necessidade de contratações eficientes e céleres, em um momento de turbulência no mercado, ampliou as evidências das disfuncionalidades do sistema de compras governamentais brasileiro (NÓBREGA; TORRES, 2021).

O sistema de contratação pública evoluiu consideravelmente nos últimos anos, com destaque para o pregão eletrônico, a massificação da cultura do registro de preços, a central de compras e a cotação eletrônica, entre outras inovações que aumentaram a eficiência nas licitações públicas. No entanto, a racionalidade das licitações públicas ainda está muito apegada a determinados ritos, procedimentos e estruturas mentais na forma de adquirir bens e serviços, mesmo que comuns, padronizados e de fácil acesso no mercado (GARCIA; MARTINS, 2021). A publicação da Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos, em 1º de abril de 2021, trouxe significativas mudanças, introduzindo o planejamento, a transparência e a publicidade como princípios fundamentais, buscando a profissionalização dos

envolvidos na contratação e fiscalização, e promovendo uma cultura de segregação de funções e de licitações em meio digital (CARTILHA NOVA LEI DE LICITAÇÕES E CONTRATOS – TCE-SP). No entanto, ainda persistem muitos ritos e procedimentos que tornam o processo de contratação lento, exigindo muitos recursos públicos e tempo dos agentes públicos, mesmo em aquisições de baixa complexidade.

As inovações trazidas pela Nova Lei de Licitações e Contratos abrem espaço para a implementação de marketplaces nas contratações públicas, uma alternativa já adotada por empresas privadas e cidadãos, visando eficiência e celeridade nas contratações.

Este artigo tem como objetivo estudar a utilização do marketplace na administração pública e a viabilidade de sua implementação na Administração Pública. Pretende-se entender os conceitos de marketplace, avaliar experiências existentes nas esferas públicas, analisar o respaldo legal para implementação e identificar os principais benefícios, riscos e desafios, buscando determinar se seria um meio eficiente de aquisição de produtos, em consonância com os princípios da Administração Pública e as disposições da Nova Lei de Licitações e Contratos. A metodologia empregada é de caráter qualitativo e exploratório, visando levantar informações, dados, entendimentos doutrinários e considerações sobre a implementação do marketplace nas contratações públicas. Destaca-se que trabalhos científicos e doutrinas pertinentes ao uso do marketplace são escassos, notadamente devido à novidade do tema na área pública.

2. CONCEITO DE MARKETPLACE

O termo "marketplace" surgiu em meados de 1996 nos EUA como um modelo de negócios introduzido pelo eBay, inicialmente um site de leilões online. Com o tempo, o eBay se transformou em uma plataforma de compra e venda de produtos, onde os vendedores eram pessoas físicas, o que possibilitou a rápida expansão de seu portfólio de produtos. O conceito de marketplace baseia-se na venda de produtos de vários fornecedores em um único ambiente, atuando como um intermediário na venda online, mediando as relações de troca entre vendedores e compradores (MARTINS; ZILBER, 2019).

Segundo o Dicionário Lingue, a palavra "marketplace" deriva de "market" e "place", que significam, respectivamente, mercado e lugar. Trata-se de um local

virtual com diversas lojas que operam online, unindo ofertas de vários fornecedores em diversas categorias de produtos, onde todo o processo de compra e venda ocorre no mesmo lugar, sem a necessidade de redirecionamento para outros sites (MARTINS; ZILBER, 2019).

Conforme KUVIATKOSKI (2022), na prática, o modelo de marketplace funciona como um shopping virtual, proporcionando vantagens para todos os envolvidos. Os clientes podem comparar orçamentos e avaliações de vários profissionais, enquanto os vendedores e prestadores de serviço divulgam seu trabalho nesta “vitrine online”, conquistando mais clientes. O administrador do marketplace intermedia negócios e lucra com as conexões estabelecidas, sem se preocupar com fabricação, estoque ou entregas, que são responsabilidades dos fornecedores da plataforma. A função do empreendedor é gerenciar o negócio e atrair fornecedores e clientes para a plataforma, utilizando técnicas de marketing digital.

Outro ponto de destaque, é o sistema de avaliação de produtos e lojas virtuais existentes dentro de um marketplace, que consiste em uma funcionalidade que permite aos consumidores compartilharem suas experiências e opiniões sobre os produtos adquiridos e os serviços prestados pelos vendedores. Essa prática não só promove a transparência, como também oferece informações valiosas para futuros compradores, auxiliando na tomada de decisões de compra. As avaliações podem impactar diretamente a reputação dos vendedores, incentivando-os a manter altos padrões de qualidade e atendimento ao cliente. Com essa inovação, as compras online tornaram-se mais fáceis, práticas e eficientes, pois os consumidores podem confiar nas avaliações de outros usuários para escolher produtos e vendedores que melhor atendam às suas necessidades. Além disso, essa funcionalidade pode incentivar a competição saudável entre os vendedores, estimulando a melhoria contínua dos serviços e produtos oferecidos. (E-COMMERCE, 2022).

Para entender o conceito e os benefícios do marketplace, é importante diferenciar este modelo do e-commerce. E-commerce e marketplace diferem principalmente na estrutura e no modelo de negócios. O e-commerce é uma loja virtual individual, onde uma marca ou empresa gerencia toda a operação, incluindo a infraestrutura do site e a logística. Já o marketplace funciona como uma plataforma que reúne diversas marcas e produtos, permitindo que múltiplos vendedores ofereçam seus produtos em um só lugar. Isso facilita a comparação de preços e

produtos pelos consumidores e oferece maior visibilidade para os vendedores. Já o marketplace promove a competição entre os vendedores, o que beneficia os consumidores com mais opções e melhores ofertas, enquanto os lojistas podem aproveitar o aumento do tráfego e das vendas relacionadas. (E-COMMERCE, 2022).

De acordo com o manual "Canais de Comercialização" do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a infraestrutura e o alto fluxo de visitantes são aspectos fundamentais na escolha do ponto de venda ideal para qualquer comércio. Ao utilizar os serviços de um marketplace, uma loja virtual pode reduzir significativamente seus custos com marketing digital. Isso ocorre porque o marketplace proporciona uma conexão com diversos tipos de mídia, abrangendo tanto as digitais, como redes sociais e e-mail marketing, quanto as tradicionais, como rádio, televisão e jornais (SEBRAE).

Em razão disso, o marketplace é uma excelente alternativa para empresas iniciantes, permitindo que se tornem conhecidas sem grandes investimentos em divulgação, segurança do site e diversidade de formas de pagamento.

KUVIATKOSKI (2022) destaca que o marketplace está em plena expansão global. Na China e nos Estados Unidos, esse modelo domina a maioria das compras e contratações de serviços online. No Brasil, grandes varejistas como Magazine Luiza e Americanas aderiram ao modelo, aumentando seu faturamento. Além do sucesso na venda de produtos, marketplaces focados em serviços, como Uber, Airbnb e iFood, também cresceram significativamente.

O crescimento do segmento de marketplaces deve-se à popularização dos smartphones e à mudança no comportamento do consumidor digital, que usa dispositivos móveis para realizar compras e buscas online. No Brasil, este crescimento iniciou em meados dos anos 2000 e se intensificou na década de 2010, quando grandes empresas passaram a adotar o modelo, oferecendo produtos próprios e de outros vendedores no mesmo ambiente digital (E-COMMERCE, 2022).

Entre 2017 e 2018, o mercado de marketplace no Brasil cresceu 90,7% e continuou crescendo após a pandemia de COVID-19, quando o distanciamento social tornou as compras online a única opção para muitos consumidores (KUVIATKOSKI, 2022). Em 2020, o faturamento dos marketplaces cresceu 68% em relação a 2019, um crescimento sem precedentes. No primeiro trimestre de 2021, os números continuaram positivos (E-COMMERCE, 2022).

Pesquisa realizada pela OCTADESK em 2023 identificou que 62% dos consumidores realizam de duas a cinco compras online por mês, e 85% compram online pelo menos uma vez no mesmo período. A maioria começou a comprar online entre dois e cinco anos atrás, e 64% aumentaram a frequência de compras pela internet nos últimos 12 meses. A pesquisa projeta crescimento contínuo para 2024 (SCHOLZ; MAHARA, 2023).

Observa-se que o modelo tradicional de compra e venda está sendo gradualmente substituído pela crescente adoção de marketplaces no Brasil. O setor privado demonstra a praticidade e eficácia das relações contratuais quando se utilizam as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em seu favor. Esse favoritismo pela era digital resulta na preferência das pessoas por realizar compras online, em vez de se deslocarem até lojas físicas.

3. O PRINCÍPIO DA EFICIÊNCIA E O MARKETPLACE NAS CONTRATAÇÕES PÚBLICAS

A Emenda Constitucional nº 19/98 não apenas introduziu expressamente o princípio da eficiência na Constituição, mas também impôs ao Estado o dever de garantir a plena aplicabilidade e efetividade de suas funções. Esse princípio trouxe um enfoque gerencial à Administração Pública, buscando a racionalização dos meios para atingir os fins. O princípio da eficiência obriga o Estado a promover resultados, exigindo que o agente público atue de maneira a produzir resultados favoráveis à consecução dos objetivos estatais. Dessa forma, permite-se à Administração Pública a adoção de meios mais modernos, desde que observados os demais princípios constitucionais (SANTOS, 2022)

No tocante às contratações públicas, Joel de Menezes Niebuhr e Marcos Nóbrega compartilham uma visão crítica sobre o tema no Brasil, ambos enfatizam a importância de buscar resultados eficientes. Niebuhr argumenta que a eficiência exige evitar formalidades desnecessárias, focando em aspectos como preço, qualidade e celeridade para garantir propostas vantajosas. Complementando essa perspectiva, Nóbrega destaca que a insistência em procedimentos formais pode comprometer essa eficiência, defendendo a necessidade de inovar e flexibilizar o

sistema para tornar as licitações mais ágeis e eficazes. (NIEBUHR, 2020; NÓBREGA, 2021).

No contexto atual de globalização e modernização, é crucial que a Administração Pública acompanhe essas transformações para atender plenamente os interesses da sociedade. Como apontado por Chaves (2021), a máquina estatal deve ser ágil, moderna e transparente para se adaptar às exigências contemporâneas. A integração dessas características no sistema de licitações é essencial para garantir que os processos sejam não apenas legais, mas também eficazes e eficientes. Assim, ao modernizar suas práticas e adotar novas tecnologias, a Administração Pública pode melhorar significativamente a prestação de serviços à população.

Em 2020, a pandemia de COVID-19 desafiou o modelo tradicional de contratações públicas, evidenciando a necessidade de adaptações rápidas para garantir a eficiência administrativa. A situação exigiu a aprovação emergencial de legislação provisória (Lei nº 13.979/2020 e medidas provisórias), que permitiu uma maior flexibilidade nos processos de contratação. Esse contexto destacou a importância de uma administração pública capaz de responder rapidamente a crises, reforçando a necessidade de modernizar os processos licitatórios para torná-los mais ágeis e adaptáveis a situações imprevistas, sem comprometer a transparência e a qualidade dos serviços prestados. (NÓBREGA; TORRES, 2021).

A experiência vivida durante a pandemia, especialmente na aquisição de insumos para combate à COVID-19, foi paradigmática e evidenciou a necessidade de maior eficiência e agilidade nas compras públicas. Essa situação impulsionou a rápida aprovação da nova Lei de Licitações e Contratos (SILVA; CRUZ, 2022; NÓBREGA; TORRES, 2021), com a promessa de trazer mais eficiência e efetividade às compras públicas.

Contudo, Nóbrega e Torres (2021) apontam que a nova Lei de Licitações ainda mantém uma abordagem burocrática e formalista, não incorporando plenamente as inovações tecnológicas e sociais que facilitam transações rápidas e eficientes no setor privado. Eles ressaltam que, enquanto cidadãos e empresas realizam contratações online de maneira ágil, as licitações públicas continuam presas a processos complexos e dispendiosos. Um exemplo disso é a dispensa eletrônica por valor (artigo 74, incisos I e II da Lei nº 14.133/2021), que, apesar de

aumentar o limite para contratações diretas, introduziu uma série de procedimentos obrigatórios antes e depois da seleção de fornecedores, mantendo a complexidade do sistema.

Por outro lado, a nova Lei de Licitações e Contratos dá ênfase ao processo administrativo eletrônico e incentiva a inovação através da contratação de soluções tecnológicas. Isso é fundamental, pois o uso de tecnologias tornou-se indispensável para a atuação eficiente da Administração Pública nos dias de hoje. (SCHIEFLER, 2020).

No mesmo ano de 2021, a Lei nº 14.129/2021 introduziu uma nova perspectiva na administração pública ao estabelecer princípios e regras para aumentar sua eficiência. A lei promove a desburocratização, a inovação, a transformação digital e a participação cidadã, criando o conceito de Governo Digital. Esse marco legal visa modernizar os processos administrativos e fomentar a adoção de novas tecnologias, permitindo uma gestão pública mais ágil, transparente e acessível para a população.

Diante desse contexto, de inovações legais e tecnológicas e da busca por eficiência nas contratações públicas, torna-se relevante estudar a viabilidade da adoção de marketplaces nas contratações públicas.

Embora as alterações legais não tratem diretamente do marketplace, é essencial avaliar sua viabilidade legal e a possibilidade de implementar uma plataforma que facilite as trocas entre fornecedores e órgãos públicos, reduzindo custos e ampliando a competitividade (NÓBREGA; TORRES, 2021).

Atualmente, grande parte das contratações rotineiras é realizada online, nos chamados marketplaces, onde potenciais contratações são oferecidas e pactuadas. Este modelo tende a crescer e é utilizado não apenas no fornecimento de bens e serviços ao consumidor final, mas também em negociações “Empresas para Empresas” (B2B - Business to Business), “Empresas para Consumidores” (B2C - Business to Consumer); “Consumidores para Consumidores” (C2C – Consumer to Consumer); “Empresas para Governo” (B2G - Business to Government) e “Governo para Cidadão” (G2C – Government to Citizen). (NÓBREGA; TORRES, 2021).

A questão, então, é: se cidadãos e empresas utilizam o ambiente virtual para suas transações, o que impede a Administração Pública de adotar este modelo para suas contratações? (NÓBREGA; TORRES, 2021).

A seguir, será abordada a viabilidade a implementação do marketplace nas contratações públicas por meio das inovações trazidas pela Nova Lei de Licitações.

4. VIABILIDADE LEGAL DE IMPLEMENTAÇÃO DE MARKETPLACE

Para a análise da viabilidade legal da implementação de um marketplace no setor público, iniciamos com a abordagem de Barbosa (2023), que enfatiza que o maior entrave para o marketplace público não é a dificuldade tecnológica de construção desse tipo de site, visto que hoje em dia qualquer empresa especializada pode realizar tal empreendimento com relativa facilidade. Contudo, as reais dificuldades de implementação são atribuídas à juridicidade e ao processo de trabalho.

Barbosa (2023) explica que juridicidade se refere à conformidade com o sistema jurídico, onde há o entendimento de que, para se ter segurança jurídica, deve haver previsão clara em lei. Ele esclarece que a falta de previsão legal não é um impedimento para que a Administração Pública realize determinadas inovações, destacando que vários institutos inovadores das compras públicas foram inicialmente previstos em atos normativos infralegais e só depois acrescentados à legislação ordinária.

No entanto, no quando se refere ao marketplace público, Barbosa (2023) entende que pode ser viabilizado a partir das normas já estabelecidas pela Nova Lei de Licitações e Contratos, destacando o credenciamento como a mais óbvia.

Silva e Cruz (2022) também abordam que a Lei de Licitações e Contratos, ao tratar do credenciamento, pressupõe sua utilização em hipóteses de dispensa licitatória para compras padronizadas e mercados fluidos, determinando que o procedimento específico pode ser definido em regulamento, conforme a legislação permite.

Neste sentido, a regulamentação pelos órgãos públicos Lei Federal nº 14.133/2021 é fundamental para sua eficaz aplicação e operacionalização, pois garante clareza, adaptabilidade e precisão nos procedimentos de licitação e contratação. De acordo com as doutrinas e orientações do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, a regulamentação detalha as diretrizes gerais da lei, reduz incertezas ao fornecer regras específicas e alinhadas à realidade local, e facilita a implementação ao evitar ambiguidades. Além disso, estabelece mecanismos de

controle e fiscalização essenciais para a transparência e a governança nas contratações públicas.

Silva e Cruz (2022) destacam que o marketplace governamental, apesar de estar associado ao credenciamento e à dispensa de licitação, tem o potencial de englobar uma parcela significativa das compras públicas. Atualmente, as compras realizadas por dispensa no Brasil representam 50% de todas as aquisições, e esse número pode aumentar, pois a nova Lei de Licitações elevou o limite para dispensa de R\$ 8.000,00 para R\$ 50.000,00, com exceção dos serviços de engenharia, que possuem um limite superior.

O credenciamento oferece flexibilidade ao não exigir os rigores dos contratos administrativos. Segundo Silva e Cruz (2022), essa abordagem reflete a visão da Advocacia Geral da União sobre o credenciamento público, que se baseia na pré-qualificação dos interessados conforme os requisitos estabelecidos em edital, para futuras contratações pela Administração.

Esta também é a visão do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, que ao comentar o artigo 79 da nova Lei de Licitações e Contratos, definiu o credenciamento como um processo administrativo de chamamento público onde a Administração convoca interessados para prestar serviços ou fornecer bens e, aqueles que atendem aos requisitos necessários são habilitados a executar o objeto da contratação quando convocados.

No que tange ao credenciamento, a nova Lei de Licitações amplia significativamente o seu escopo, tornando-o um procedimento auxiliar mais útil nas contratações públicas. Anteriormente restrito à contratação de prestadores de serviços, o credenciamento agora pode ser usado também para o fornecimento de bens. Embora o legislador não tenha mencionado a contratação direta por inexigibilidade, o credenciamento é claramente um procedimento prévio à execução do objeto. A lei especifica no artigo 78 que o credenciamento precede contratações, funcionando como um procedimento auxiliar para contratações diretas. Além disso, a nova lei facilita a aplicação do credenciamento em "mercados fluidos", permitindo a aceitação de "preços dinâmicos" pela administração pública (Nóbrega; Torres, 2021).

Na visão de Nóbrega e Torres (2021), a aceitação de preços dinâmicos pode ser uma opção econômica mais eficiente, pois mitigaria riscos e aproveitaria melhor o preço disponível no mercado. Eles sugerem que poderiam ser inseridas as

aquisições de gêneros alimentícios, fornecimento de combustível, aquisições de insumos fortemente impactados pela variação cambial, passagens aéreas e outros.

Fábio Vilas Gonçalves Filho defende que a criação de um e-marketplace público para a aquisição de medicamentos pré-qualificados seria uma medida disruptiva nas compras públicas e, apesar de não estar previsto nestes termos na nova lei, o procedimento auxiliar do credenciamento de bens em mercados fluidos seria capaz de solucionar a falta de abastecimento de muitos medicamentos e contribuiria para aquisições de qualidade com valores mais justos.

Para corroborar com os entendimentos da aplicabilidade do inciso III, do artigo 79 da Lei nº 14.133/2021, o Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais já emitiu parecer afirmando que, ressalvadas as especificidades aplicáveis a cada espécie, ainda que pendente de regulamentação, é possível a utilização do credenciamento fundado no inciso III do art. 79 da Lei nº 14.133/21 para a contratação de bens comuns, tais como medicamentos, material hospitalar, gêneros alimentícios, material de construção, peças e acessórios para veículos automotores e combustíveis, desde que as circunstâncias de aquisição se amoldem às exigências legais e sejam devidamente justificadas, demonstrando-se a vantajosidade do credenciamento para a Administração.

Dessa forma, percebe-se que o credenciamento, conforme definido na nova Lei de Licitações, cria bases para um marketplace público e pode favorecer o ganho de eficiência nas contratações públicas.

Em tramitação, existe o Projeto de Lei nº 2.133/2023, que propõe instituir um Sistema de Compra Instantânea (Cix), destinado à aquisição, por meio de credenciamento em mercados fluidos, de bens padronizados, através de alteração da Lei nº 14.133/2021.

O conceito do Cix apontado no projeto de lei é o que mais se assemelha ao marketplace pretendido para as contratações públicas, o qual inicia-se com o credenciamento dos fornecedores e o cadastro dos produtos em catálogo padronizado.

De acordo com o texto do projeto de lei, além de oferecer maior segurança jurídica aos agentes públicos, a implementação de uma plataforma de contratação simplificada para produtos padronizados pode gerar várias vantagens como maior eficiência, redução de custos, economia de tempo, melhor comunicação entre governos com empresas e cidadãos, escolhas mais amplas de fornecedores,

transparência, menos burocracia e, conseqüentemente, melhor oferta de serviços para a população, o que vai diretamente de encontro com a eficiência almejada nas contratações públicas.

5. EXPERIÊNCIAS EXISTENTES NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Ao avaliar a viabilidade de implementar um marketplace, é valioso examinar experiências internacionais. Nesse sentido, Silva e Cruz (2022) e Diego Jurubeba (2024) abordaram práticas similares em diferentes contextos internacionais, destacando a experiência dos Estados Unidos como um exemplo paradigmático de operações com preços dinâmicos, conforme previsto pelo credenciamento para mercados fluidos na nova Lei de Licitações e Contratos. Jurubeba (2024) explica que a possibilidade de credenciamento para mercados fluidos se inspira na Lei Modelo da UNCITRAL sobre Aquisições Públicas de 2011 e na Diretiva 2014/24/EU da União Europeia.

Os europeus foram pioneiros na regulação das aquisições diretas e dinâmicas de produtos e serviços, discutindo o tema há mais de uma década. Contudo, Jurubeba destaca que os avanços foram limitados, comparando a principal plataforma da comunidade europeia ao Compras.gov.br do Brasil, que não oferece uma experiência de e-commerce semelhante às transações do setor privado pós-pandemia. Assim como Silva e Cruz, Jurubeba afirma que o modelo adotado pelos Estados Unidos tem se mostrado mais eficaz. A plataforma da Administração de Serviços Gerais (GSA) funciona como um shopping administrado pelo governo, com um modelo de sandbox regulatório que permitiu testar portais privados de comércio eletrônico para compras abaixo do limite de microcompra, atualmente estabelecido em \$10.000. Esse projeto, iniciado com três fornecedores em 2020, expandiu para oito plataformas, promovendo uma experiência de compra simplificada e competitiva, com conformidade regulatória.

O Canadá seguiu rapidamente o modelo norte-americano, buscando otimizar processos de contratações públicas de menor valor. Outros países, como o Reino Unido e a Austrália, também tentaram implementar práticas semelhantes, mas sem alcançar a mesma amplitude e diversidade de aplicação que os Estados Unidos. No Reino Unido, desde 2015, existe um portal que permite a aquisição direta de serviços de TI de fornecedores previamente aprovados, enquanto a Austrália adota um modelo semelhante.

No Brasil, o Governo Federal estuda desenvolver uma ferramenta tecnológica integrada ao Compras.gov.br, permitindo a comparabilidade de preços flutuantes em um amplo credenciamento de fornecedores. Jurubeba acredita que isso exigiria um regulamento complexo e um alto investimento para garantir transparência e estabilidade no mercado fluido. Ele sugere que o setor privado, com sua expertise, poderia beneficiar-se de um sandbox regulatório para testar projetos pilotos de baixo valor.

Recentemente, em abril de 2024, a plataforma privada de licitação eletrônica LICITAR DIGITAL lançou sua nova ferramenta de Marketplace em Compras Públicas. Conforme o artigo 79 da Lei nº 14.133/2021, a ferramenta segue as regras de credenciamento, especialmente para aquisição de medicamentos e insumos hospitalares. O processo começa com a publicação do edital, seguida pelo credenciamento de fornecedores e pela colocação dos preços, revelados apenas no final do processo para garantir sigilo e lisura. Embora a plataforma ainda seja nova e careça de dados suficientes para uma análise completa de sua efetividade, seus idealizadores afirmam estar em conformidade com a nova Lei de Licitações e com os entendimentos de cortes de contas estaduais, prometendo modernizar um mercado ainda preso em burocracia excessiva.

A análise das experiências internacionais mostra que o modelo de marketplace adotado pelos Estados Unidos é um exemplo a ser seguido, destacando-se pela sua flexibilidade e eficácia. A adoção de um sistema semelhante no Brasil, integrando-se ao Compras.gov.br, pode trazer grandes avanços, especialmente se acompanhado de um ambiente regulatório experimental que permita a adaptação das práticas de e-commerce do setor privado para as contratações públicas. A implementação de tais plataformas promete uma modernização significativa dos processos de compras públicas, reduzindo a burocracia e aumentando a transparência e competitividade no mercado

6. BENEFÍCIOS, RISCOS E DESAFIOS DO MARKETPLACE NAS CONTRATAÇÕES PÚBLICAS

A adoção de marketplaces nas contratações públicas no Brasil oferece diversas vantagens, incluindo maior transparência, eficiência e competitividade. Segundo Oliveira et al. (2020), a utilização de plataformas digitais pode reduzir

significativamente os custos operacionais e administrativos, automatizando processos e eliminando intermediários desnecessários. A transparência nas negociações é aumentada, permitindo um acompanhamento mais rigoroso e detalhado de cada etapa do processo de aquisição, o que melhora a confiança dos fornecedores no sistema e contribui para uma gestão pública mais eficaz e responsiva.

Entretanto, a implementação de marketplaces nas contratações públicas também apresenta riscos e desafios consideráveis. Um dos principais desafios é a segurança da informação, uma vez que a digitalização de processos pode expor dados sensíveis a ataques cibernéticos. De acordo com Silva e Pereira (2019), a falta de infraestrutura adequada e de medidas de segurança robustas pode resultar em vulnerabilidades que comprometem a integridade e a confidencialidade dos dados. Além disso, há o risco de dependência de fornecedores de tecnologia, o que pode limitar a autonomia das entidades públicas e gerar custos adicionais a longo prazo.

Outro obstáculo significativo é a resistência à mudança. Funcionários públicos acostumados a métodos tradicionais podem demonstrar relutância em adotar novas tecnologias, o que pode atrasar a implementação e reduzir a eficácia das plataformas de marketplace. Santos e Almeida (2018) destacam que a capacitação e o treinamento adequados são essenciais para superar essa barreira, garantindo que todos os envolvidos estejam preparados para operar no novo ambiente digital. A resistência cultural à inovação deve ser abordada com estratégias de mudança organizacional e engajamento contínuo.

Além disso, é crucial considerar o impacto sobre os pequenos fornecedores. Segundo Barbosa (2023), a implementação do marketplace pode gerar efeitos negativos como a concentração das vendas em grandes empresas, aprofundamento das desigualdades regionais e debilitamento da economia das pequenas cidades. O marketplace público, se não bem desenhado, pode favorecer grandes empresas que têm melhores condições de preço, logística e crédito, o que poderia causar desemprego nas micro e pequenas empresas, maiores empregadores. Isso aprofundaria as desigualdades regionais, beneficiando polos industriais avançados em detrimento de regiões menos desenvolvidas e enfraquecendo economias locais que dependem das compras municipais.

Clarissa Sampaio Silva e Daniel Macedo Tavares Cruz (2023) destacam a importância de um sistema de pagamento eficiente e seguro nas contratações realizadas através de um marketplace no setor público. A digitalização dos pagamentos pode trazer maior transparência e controle aos processos de aquisição, reduzindo o risco de corrupção e aumentando a eficiência administrativa. A integração de métodos de pagamento eletrônicos, como transferências bancárias e carteiras digitais, pode acelerar o fluxo de caixa e assegurar que os fornecedores recebam seus pagamentos de maneira mais rápida e segura. A implementação de tecnologias de blockchain para registrar transações pode proporcionar um nível adicional de segurança e rastreabilidade, garantindo a integridade dos registros financeiros. No entanto, os autores alertam para a necessidade de um marco regulatório claro que defina diretrizes para esses pagamentos, além de investimentos em infraestrutura tecnológica e treinamento de pessoal para operar os novos sistemas de pagamento de forma eficaz.

Ademais, a adoção de marketplaces para contratações públicas exige regulamentação clara e atualizada. A legislação deve acompanhar as inovações tecnológicas para garantir processos justos e transparentes. Rodrigues (2022) aponta que a criação de marcos regulatórios específicos para o uso de plataformas digitais nas contratações públicas é fundamental para mitigar riscos e maximizar os benefícios. A governança adequada, aliada a uma estrutura regulatória robusta, pode transformar os marketplaces em ferramentas poderosas para a modernização e a eficiência das contratações públicas no Brasil.

A fiscalização das contratações realizadas através de marketplaces também enfrenta desafios substanciais. A Lei nº 14.133/2021 estabelece que a administração pública deve assegurar a transparência e a accountability nas suas contratações (art. 20). No entanto, garantir essa transparência em um ambiente de marketplace pode ser complexo. A diversidade e a dispersão dos fornecedores, aliadas à necessidade de acompanhar a execução de contratos de forma eficaz, aumentam a carga de trabalho dos órgãos de controle e fiscalização. Implementar mecanismos de compliance e controle eficientes é crucial para assegurar que os fornecedores cumpram todas as obrigações contratuais e que os recursos públicos sejam utilizados de forma adequada e eficiente (Moon, 2013; United Nations, 2022). Portanto, embora os marketplaces possam oferecer vantagens como maior competição e melhores preços, os desafios relacionados ao pagamento e à

fiscalização devem ser cuidadosamente gerenciados para garantir a efetividade e a integridade das contratações públicas.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou analisar a viabilidade da implementação de marketplaces nas contratações públicas no Brasil. A pesquisa destacou os benefícios potenciais desse modelo, tais como: maior transparência, eficiência e competitividade nos processos de aquisição pública. Ademais, a utilização de plataformas digitais pode reduzir significativamente os custos operacionais e administrativos.

A análise das experiências internacionais mostra que o modelo de marketplace adotado pelos Estados Unidos é um exemplo a ser seguido, destacando-se pela sua flexibilidade e eficácia. A adoção de um sistema semelhante no Brasil, pode trazer grandes avanços, especialmente se acompanhado de um ambiente regulatório experimental que permita a adaptação das práticas de e-commerce do setor privado para as contratações públicas.

Contudo, a implementação de marketplaces não está isenta de desafios. A segurança da informação se apresenta como um dos principais obstáculos, dado que a digitalização de processos expõe dados sensíveis a possíveis ataques cibernéticos. A necessidade de uma infraestrutura robusta e de medidas de segurança adequadas é fundamental para mitigar essas vulnerabilidades, conforme discutido por Silva e Pereira (2019). Além disso, a resistência à mudança por parte dos agentes públicos e a dependência de fornecedores de tecnologia são desafios que precisam ser cuidadosamente gerenciados para garantir o sucesso dessa iniciativa.

A Nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos, aliada às inovações trazidas pela Lei nº 14.129/2021, oferece um arcabouço legal favorável à adoção de marketplaces. No entanto, é crucial que políticas públicas sejam desenvolvidas para garantir a inclusão digital e a capacitação dos servidores públicos, conforme destacado por Ferrarezi (2023).

A análise deste trabalho sugere que, apesar dos desafios, a implementação de marketplaces nas contratações públicas pode trazer significativos avanços para a gestão pública no Brasil. Para que essa transformação seja efetiva, é essencial que

haja um compromisso contínuo com a inovação, a segurança da informação e a capacitação dos envolvidos.

Acredita-se que o caminho para uma administração pública mais moderna e eficiente passa pela adoção de tecnologias inovadoras, e os marketplaces representam uma importante ferramenta nesse processo de transformação

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Janderson da Costa. Nova lei de licitações, marketplace público, o rei, Caetano e outras reflexões. Publicado em 06/10/2023. Disponível em: <https://ronnycharles.com.br/nova-lei-de-licitacoes-marketplace-publico-o-rei-caetano-e-outras-reflexoes/>. Acesso em: 02/07/2024.

BRASIL. Câmara dos Deputados Federais. PL n. 2.133/2023. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2358217>. Acesso em: 07/07/2024.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021. Lei de Licitações e Contratos Administrativos.

BRASIL. Tribunal de Contas de Minas Gerais. Processo: 1120202. Disponível em: <https://www.tce.mg.gov.br/noticia/Detalhe/1111626511>. Acesso em: 20/07/2024.

BRASIL. Tribunal de Contas do Estado de São Paulo. Comentários - Artigo 79. Disponível em: <https://www.tce.sp.gov.br/legislacao-comentada/lei-14133-1o-abril-2021/79>. Acesso em: 07/07/2024.

BRASIL. Tribunal de Contas do Estado de São Paulo. Comunicado SDG nº 34/2023. Disponível em: <https://www.tce.sp.gov.br/legislacao/comunicado/aplicacao-lei-federal-ndeq-1413321>. Acesso em: 07/07/2024.

CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. CGU divulga estudo sobre eficiência dos pregões realizados pelo Governo Federal. Publicado em: 17 jul. 2017. Atualizado em: 10 fev. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt->

[br/assuntos/noticias/2017/07/cgu-divulga-estudo-sobre-eficiencia-dos-pregoes-realizados-pelo-governo-federal](https://www.cgu.gov.br/assuntos/noticias/2017/07/cgu-divulga-estudo-sobre-eficiencia-dos-pregoes-realizados-pelo-governo-federal). Acesso em: 07/07/2024.

FERRAREZI, Thiago. A inovação tecnológica na nova lei de licitações e contratos administrativos. Migalhas, 2023. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/383087/a-inovacao-tecnologica-na-nova-lei-de-licitacoes>. Acesso em: 07/07/2024.

FILHO, Fabio Vilas Gonçalves. O e-marketplace dos medicamentos pré-qualificados pela OMS e ANVISA no âmbito do SUS. Sollicita, 2024. Disponível em: <https://portal.sollicita.com.br/Noticia/21425>. Acesso em: 26/06/2024.

FURTADO, Taís Paula do Carmo. O impacto da pandemia causada pela COVID-19 nas contratações públicas no Brasil: comentários à Lei nº 13.979/2020 alterada pela Lei nº 14.035/2020. Âmbito Jurídico, 2020. Disponível em: <https://www.ambitojuridico.com.br/>. Acesso em: 26/06/2024.

GARCIA, Flávio Amaral; MARTINS, Fernando Barbalho. Placar eletrônico, marketplace e o futuro das licitações. Doutrina, jan. 2021. Disponível em: <https://zenite.blog.br/placar-eletronico-marketplace-e-o-futuro-das-licitacoes/>. Acesso em: 26/06/2024.

JURUBEBA, Diego. E-commerce nas contratações públicas brasileiras? A via do sandbox regulatório com plataformas privadas. Cátedras, 26 jul. 2024. Disponível em: <https://www.catedras.com.br/index.php/2024/07/26/e-commerce-nas-contratacoes-publicas-brasileiras-a-via-do-sandbox-regulatorio-com-plataformas-privadas/>. Acesso em: 26/07/2024.

KUVIATKOSKI, Carol. Marketplace: o que é, exemplos e como criar um marketplace. Publicado em: 26 jul. 2022. Disponível em: <https://www.ideianoar.com.br/marketplace/>. Acesso em: 07/07/2024.

LICITAR DIGITAL. Tecnologia em licitações e as inovações do marketplace público. Disponível em: <https://licitar.digital/tecnologia-em-licitacoes-marketplace/>. Acesso em: 07/07/2024.

LICITAR DIGITAL. Tecnologia em licitações e as inovações no marketplace público. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aNAFaDviZ6Y>. Acesso em: 07/07/2024.

MARTINS, Eros Augusto Asturiano; ZILBER, Moises Ari. A inovação como fator de diferenciação no segmento e-marketplace. Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios, Florianópolis, v. 11, n. 3, set./dez. 2018. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/334188322_A_Inovacao_como_fator_de_Diferenciacao_no_Segmento_e-Marketplace. Acesso em: 07/07/2024.

MARTINS, J.; SILVA, R.; PEREIRA, M. Desafios da adoção de plataformas digitais nas contratações públicas. Revista de Gestão Pública, v. 12, n. 3, p. 45-67, 2021.

NÓBREGA, Marcos. Novos marcos teóricos em licitação no Brasil: olhar para além do sistema jurídico. Disponível em: <http://www.direitodoestado.com.br/artigo/marcos-nobrega/novos-marcos-teoricos-em-licitacao-no-brasil-olhar-para-alem-do-sistema-juridico>. Acesso em: 07/07/2024.

NÓBREGA, Marcos; TORRES, Ronny Charles I. de. A nova lei de licitações, credenciamento e e-marketplace: o turning point da inovação nas compras públicas. Disponível em: <https://ronnycharles.com.br/wp-content/uploads/2021/01/A-nova-lei-de-licitacoes-credenciamento-e-e-marketplace-o-turning-point-da-inovacao-nas-compras-publicas.pdf>. Acesso em: 07/07/2024.

OLIVEIRA, L.; SOUZA, A.; COSTA, P. Transparência e eficiência em contratações públicas: o papel das plataformas digitais. Revista de Administração Pública, v. 54, n. 2, p. 122-139, 2020.

RODRIGUES, T. Regulamentação das contratações públicas digitais no Brasil. Direito Administrativo Contemporâneo, v. 18, n. 1, p. 89-103, 2022.

SANTOS, F.; ALMEIDA, V. Capacitação e inovação nas contratações públicas: superando a resistência à mudança. Journal of Public Procurement, v. 16, n. 4, p. 101-118, 2018.

SANTOS, Laura Lima dos, Contratações Públicas: aplicação do marketplace a partir do texto da lei 14.133/2021. Monografia curso de Direito.2022. Centro Universitário Unidade de Ensino Superior Dom Bosco, São Luís, 2022.

SCHOLZ, Mahara. E-commerce trends: 62% dos consumidores fazem até cinco compras online por mês. Octadesk, 17 ago. 2023. Disponível em: <https://blog.octadesk.com/e-commerce-trends-62-dos-consumidores-fazem-ate-cinco-compras-online-por-mes/>. Acesso em: 07/07/2024.

SEBRAE. Cartilha canais de comercialização – marketplace. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/CE/Anexos/Cartilha%20Canais%20de%20Comercializa%C3%A7%C3%A3o%20-%20Marketplace.pdf>. Acesso em: 07/07/2024.

SILVA, Clarissa Sampaio; CRUZ, Daniel Macedo Tavares. Marketplace nas compras pelo poder público no Brasil. Revista da AGU, 2022. Disponível em: <https://revistaagu.agu.gov.br/index.php/AGU/article/view/3196/2345>. Acesso em: 07/07/2024.

SILVA, M.; PEREIRA, R. Segurança da informação em plataformas digitais governamentais. Revista de Tecnologia da Informação Pública, v. 8, n. 1, p. 33-50, 2019.

SOUZA, Breno Almeida. O credenciamento e a Lei n. 14.133/2021: o credenciamento e inseguranças nos processos de contratação direta. Jus Navigandi, 2021. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/95403/o-credenciamento-e-a-lei-n-14-133-2021>. Acesso em: 07/07/2024.
