



DIFICULDADES E ESTRATÉGIAS DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA PARTICIPAÇÃO DE LICITAÇÕES

Djair Picchiai

dijair.picchiai@fgv.br

Fundação Getúlio Vargas – FGV,
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro,
Brasil

Marta Carneiro

martacarneiro1@hotmail.com

Faculdade Campo Limpo Paulista
– UNIFACCAMP, Campo Limpo
Paulista, São Paulo, Brasil

RESUMO

Estima-se que as compras públicas, nos diversos níveis do governo, movimentam cerca de 10% do Produto Interno Bruto (PIB). Levando em consideração que o governo é o maior comprador do País, este estudo tem como objetivo verificar os desafios enfrentados pelas micro e pequenas empresas (MPE) para participação em processos de licitação, bem como as estratégias utilizadas por elas para enfrentá-los. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, do tipo estudo de caso, utilizando como instrumentos de pesquisa um roteiro de entrevista aplicado junto a 21 MPE e microempreendedores individuais (MEI). Os resultados demonstraram que as MPE e os MEI utilizam, como estratégia, o menor preço e que o principal desafio é manter a prestação de serviço ou o fornecimento de bens ou mercadorias mesmo com atraso nos pagamentos.

Palavras-chave: Administração Pública; Licitações; Micro e Pequenas Empresas.



1. INTRODUÇÃO

As preocupações com as questões ligadas ao desempenho no setor público atingem várias áreas, dentre elas as compras públicas (Cabral et al., 2015). De acordo com Arlbjor et Feytag (2012), as compras governamentais representam uma fatia expressiva da economia de um país, dado o poder de compra do setor público, de forma que a contratação de bens e serviços públicos é um importante meio utilizado para redistribuir recursos entre os agentes econômicos (Marion, 2007).

No Brasil, o governo implantou leis específicas para as micro e pequenas empresas (MPE), não apenas em razão do seu grande potencial no que se refere à geração de emprego e renda, mas também como uma medida para tornar a concorrência entre essas e as empresas de grande porte mais equilibrada. Isto porque, embora as empresas estejam sujeitas aos mesmos problemas, as MPE possuem padrões de respostas distintos de acordo com a realidade enfrentada (Cabral et al., 2015).

As MPE respondem por 99,2% de todos os empreendimentos brasileiros, sendo responsáveis pela geração da maioria dos postos de trabalho formais e pela totalidade dos informais (Sebrae-SP, 2005), sendo, portanto, reconhecidas por sua representatividade econômica. Esse fator somado ao fato de que governo é o maior comprador do País, pois necessita de materiais destinados à manutenção da máquina pública a fim de proporcionar o bem-estar social, resulta na transformação das compras governamentais em um instrumento importante para o desenvolvimento das empresas e conseqüentemente das economias locais.

Segundo o Portal Brasil (2015), a movimentação de aquisição de bens e serviços no primeiro trimestre de 2014 com contratações junto às MPE foi R\$ 7,60 bilhões, 13% maior que o averiguado no mesmo período de 2013. Ademais, no período de 1 de janeiro a 5 de julho de 2015, do total de R\$ 28,9 bilhões referentes aos gastos/investimentos do governo, 37,2% correspondem à participação das MPE.

A relação entre governo e empresa, de maneira geral, nas compras e contratações de serviços com o objetivo de manter a máquina pública, é regida por regras ditadas por leis. Nessa perspectiva se enquadra a licitação, compreendida como um processo formal de competição entre os interessados. Por meio dela se avaliam os produtos, os valores e as empresas, a fim de garantir produtos e/ou serviços de boa qualidade pelo menor preço. É, portanto, um procedimento administrativo formal, mediante o qual a equipe de administração pública realiza a convocação de empresas interessadas em prestação de serviço ou venda de produtos, mediante condições estabelecidas em ato próprio, por edital ou convite direto às empresas interessadas, que devem

apresentar a sua proposta para o fornecimento de bens e serviços dentro das orientações e condições já pré-estabelecidas (Carvalho Filho, 2009). Nas licitações deve-se levar em consideração não só o menor preço, mas também as necessidades da administração do Estado e da coletividade (Dias, 2000).

Para que as aquisições governamentais sejam um instrumento de desenvolvimento econômico e social, a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, preconiza em seu artigo 47 que toda a administração pública (direta e indireta) deve realizar licitações com benefícios às MPE. Apesar da existência de leis como essa, que beneficiam as MPE quanto à participação em processos licitatórios, poucas conhecem e participam desses processos (Freitas, 2011).

Pelo exposto, questionou-se: o que tem sido pesquisado em relação à participação das MPE em licitações públicas? A resposta a esta indagação demanda conhecer os resultados dos estudos que enfocam o referido tema. Justifica-se, assim, o tema aqui proposto, uma vez que são fundamentais o conhecimento e a conscientização a respeito dos complementos da lei de licitação, apresentados pela Lei 123/2006, que garantem os benefícios às MPE, visando ao desenvolvimento econômico e social do País. Neste sentido, este artigo propõe verificar os desafios enfrentados pelas MPE para participação em processos de licitação, bem como as estratégias utilizadas por elas para enfrentá-los.

Existem diversas MPE que desconhecem o processo licitatório, outras até sabem da existência de leis que as beneficiam e até têm interesse em participar de licitações; no entanto, no atual cenário econômico de crise, caracterizado pelo alto índice de desemprego e redução do número de contratações, e a existência de burocracias fazem com que essas empresas não enxerguem as licitações como alternativa de mercado, ou sintam algum tipo de receio em participar delas (Freitas, 2011; Dutkevicz, 2013; Torres et al., 2013).

Vale destacar que há um alto índice de mortalidade das MPE e as políticas de incentivos fiscais ainda lhes são insuficientes para competirem com grandes empresas. Isso se deve às exigências de certificações, maquinários, cuidados com o meio ambiente e às normativas impostas pelas legislações trabalhistas. Além disso, para se manter em um mercado que necessita de mão de obra especializada, o capital de giro ou o investimento pode ser alto demais e já comprometer a MPE desde o seu nascimento (Rossato, 2011).

Num contexto de mercados cada vez mais competitivos, os processos licitatórios podem se configurar, para as MPE, como oportunidades de sobrevivência. Para tanto, precisam delinear as estratégias que adotarão para o alcance de seus objetivos. Assim, torna-se importante identificar quais os desafios e as estratégias adotadas pelas MPE para participar,



ganhar e se manterem nas contratações públicas federais, objetivo deste trabalho.

2. MÉTODO

De acordo com Marconi et Lakatos (2003, p. 83), método “[...] é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando caminhos a serem seguidos, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

Uma das bases estruturais para a elaboração do projeto de pesquisa, segundo Crotty (1998), é a metodologia – estratégia de investigação ou plano de ação que associa método aos resultados.

Nesse sentido, esta pesquisa foi delineada como descritiva e exploratória, de natureza qualitativa, do tipo estudo de caso, tendo como finalidade proporcionar uma visão sobre a licitação e identificar os desafios enfrentados pelas MPE na participação em processos licitatórios de instituições públicas e as soluções estratégicas adotadas para enfrentá-los.

Nos estudos exploratórios e descritivos, os instrumentos mais comumente utilizados para coleta de dados são o questionário e a entrevista (Martins, 2000). Sendo esta pesquisa de natureza descritiva, para a coleta de dados foi estruturado um roteiro de entrevistas que, de acordo com Gil (2008, p. 121), é definido como “[...] a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas às pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.”.

A pesquisa de natureza qualitativa foi empregada porque, conforme De Sordi (2013, p. 100), ela “[...] emprega técnicas interpretativas para análise e compreensão de fenômenos, de natureza subjetiva”. Nesse caso, o pesquisador coleta os dados, por meio de entrevista em seu ambiente natural, observando o comportamento do entrevistado. Já o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que comporta a utilização de vários métodos de coleta de dados. Yin (2010) comenta que essa estratégia de pesquisa busca examinar um fenômeno em seu contexto através de um estudo de caso, o qual poderá exercer grande impacto na qualidade da pesquisa.

3. RESULTADOS

A análise dos dados quantitativos referentes às características sociodemográficas dos entrevistados foi realizada a partir das informações coletadas na entrevista. As variáveis tratadas permitiram breve e clara caracterização da amostra de empresas pesquisadas, com referência ao setor e tempo de atuação no mercado, número de funcionários e enquadramento segundo a classificação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); e quanto aos entrevistados verificou-se a posição ocupada e o tempo de serviço na empresa, sexo, grau de escolaridade e faixa etária.

A amostra utilizada no presente estudo contou com 21 respondentes e, para melhor visualização, a Tabela 1 apresenta as características demográficas das empresas.

Tabela 1. Características demográficas das empresas (n=21)

Características	N	%
Tempo de atuação no Mercado		
0 a 10 anos	12	57,1
10 a 20 anos	6	28,6
20 a 30 anos	2	9,5
30 a 40 anos	1	4,8
Sector de atuação		
Comércio	11	52,4
Indústria	1	4,8
Serviços	9	42,8
Número de funcionários		
0 a 10	13	61,9
10 a 20	5	23,8
20 a 30	3	14,3
Enquadramento da empresa		
Microempreendedor individual	2	9,5
Microempresa	13	61,9
Pequena empresa	6	28,6

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

Verifica-se que: 57,1% das empresas possuem até 10 anos de atuação no mercado; 52,4% atuam no setor de comércio; 61,9% possuem, no máximo, 10 funcionários; e 61,9% são classificadas como microempresas de acordo com o Sebrae (Gráfico 1).

No que tange às características sociodemográficas dos entrevistados (Tabela 2), os resultados demonstraram que 52,4% são donos do negócio; 80,9% são homens; e 42,9% possuem ensino superior. Ademais, a maioria possui idade entre 36 e 55 anos e tem até 10 anos de serviço na empresa.



Gráfico 1. Enquadramento das empresas segundo classificação do Sebrae (n=21)

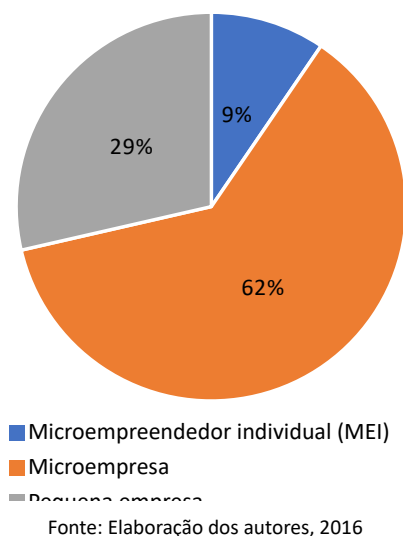


Tabela 2. Características Sociodemográficas dos entrevistados (n=21)

Características	N	%
Posição ocupada na empresa		
Dono	11	52,4
Empregado	1	4,8
Gerente	2	9,5
Sócio	7	33,3
Sexo		
Feminino	4	19,1
Masculino	17	80,9
Grau de escolaridade		
Ensino Médio	3	14,3
Ensino Técnico	4	19,1
Ensino Superior	9	42,9
Pós-Graduado	5	23,8
Idade (anos)		
25 a 30	3	14,3
35 a 45	7	33,3
45 a 55	7	33,3
55 a 65	4	19,1
Tempo de serviço na empresa		
0 a 10	13	61,9
10 a 20	5	23,8
20 a 30	2	9,5
30 a 40	1	4,8

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

Quando questionados sobre o conhecimento da Lei Complementar 123/2006 (Tabela 3), 61,8% dos respondentes disseram conhecer pouco sobre sua disposição. Quanto à forma de conhecimento desta lei, 47,6% disseram **tê-la**

conhecido por meio da leitura da lei geral das MPE e 100% informou tomar conhecimento a partir da internet.

Tabela 3. Conhecimento dos entrevistados acerca da Lei Complementar 123/2006 que prevê benefícios às MPE (n=21)

Questões	N	%
Grau de conhecimento sobre os benefícios previstos às MPE quanto à participação em processos licitatórios		
Bom	4	19,1
Pouco	13	61,8
Regular	4	19,1
Meio pelo qual conheceu a lei*		
Internet	21	100
Leitura do conteúdo do código geral das MPE	10	47,6
Cursos	1	4,8
Palestras e seminários	2	9,5
Quanto à busca de informações e licitações e análise de editais*		
As decisões das empresas são centralizadas em mim	5	23,8
Falta alguém para assessorar a participação nas licitações	18	85,7
Eu faço, mas poderia passar para outra pessoa	1	4,8
Falta interesse dos órgãos de apoio em estimular a participação	9	42,9
Existência de mudança quanto à participação em licitações após a vigência da Lei 123/2006*		
Sim, houve mudança porque passamos a concorrer em mais licitações	1	4,8
Sim, em apenas alguns aspectos, e estamos interessados em participar intensamente de processos licitatórios	9	42,9
Parcialmente	3	14,3
Não houve mudança referente à participação em licitações	9	42,9
Benefícios que considera mais importantes*		
Benefícios fiscais	19	90,5
O critério de desempate adotado pela nova legislação	14	66,7
As garantias da administração pública	8	38,1

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

* Obs.: Questões em que era possível assinalar mais de uma alternativa como resposta.

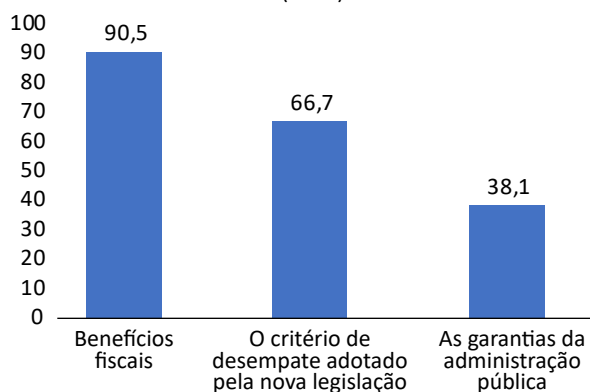
Ressalta-se que 85,7% e 42,9% dos respondentes, respectivamente, se queixaram da falta de assessoramento para a participação em editais de licitação e da falta de interesse dos órgãos de apoio que estimulem a participação (por exemplo, Sebrae, Associação Comercial).



Interessante notar que 42,9% dos respondentes disseram estar mais interessados em participar de novos editais de licitação com a vigência da Lei 123/2006, ao passo que a mesma proporção afirmou não ter havido quaisquer mudanças quanto à participação das empresas nesses processos.

Dentre os benefícios arrolados aos entrevistados, 90,5% consideram os benefícios fiscais como os mais importantes, seguidos pelos critérios de desempate adotado pela lei (66,7%) e pelas garantias da administração pública (38,1%), conforme se observa no Gráfico 2.

Gráfico 2. Benefícios da Lei Complementar 123/2006 considerados como os mais importantes pelos entrevistados (n=21)



Fonte: Elaboração dos autores, 2016

Quando se analisam os dados relativos à participação em processos licitatórios, aos desafios enfrentados e às estratégias adotadas, verifica-se que 42,9% dos respondentes disseram ter grau de conhecimento regular no que se refere à licitação pública e que toda a amostra já participou dessa modalidade de licitação por meio de pregão (Tabela 4).

Tabela 4. Participação em processos licitatórios, desafios enfrentados e estratégias adotadas (n=21)

Questões	N	%
Indique o seu grau de conhecimento sobre licitação pública		
Avançado	1	4,8
Bom	6	28,6
Pouco	5	23,8
Regular	9	42,9
Sua empresa já participou de algum processo de licitação pública?		
Sim	21	100
Teve dificuldade de conseguir os documentos solicitados para participar da licitação?		
Sim (Atestado de capacidade técnica)	1	4,8
Não	20	95,2

Qual a modalidade de licitação que a empresa participou?*		
Pregão	21	100
Convite	1	4,8
Tomada de Preço	1	4,8
Concorrência	6	28,6
Constatou alguma dificuldade na participação das licitações?		
Não	15	71,4
Sim	6	28,6
Já venceu algum processo licitatório?		
Sim	21	100
Caso positivo, qual o produto fornecido		
Água mineral	1	6,2
Colchões	1	6,2
Materiais de laboratório	1	6,2
Materiais descartáveis	3	18,7
Materiais elétricos	1	6,2
Móveis de madeira	1	6,2
Produtos	1	6,2
Ração para cobaia	1	6,2
Serviço de limpeza	1	6,2
Serviço de recepção	1	6,2
Serviço de segurança	1	6,2
Serviços	3	18,7
Utilizou os benefícios da Lei Complementar 123/2006 para vencer a licitação		
Não	18	90
Sim	2	10

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

* Obs.: Questões em que era possível assinalar mais de uma alternativa como resposta.

Nota-se que 95,2% não tiveram dificuldades de conseguir os documentos solicitados para participação do processo de licitação, enquanto apenas 4,8% tiveram dificuldade de conseguir o atestado de capacidade técnica.

Foi constatado que 71,4% não apresentaram outras dificuldades na participação das licitações, e que, não obstante às dificuldades, toda a amostra já venceu algum processo licitatório para o fornecimento de produtos ou serviços: 37,30% forneceram serviços como: limpeza; recepção; segurança entre outros; 31,10% forneceram materiais como: materiais descartáveis; elétricos e de laboratório. Outro dado relevante é que 10% utilizaram os benefícios da lei para vencer a licitação.

Verifica-se, na Tabela 5, que as palavras mais frequentemente utilizadas nas respostas às perguntas subjetivas sobre o conhecimento da Lei Complementar 123/2006 correspondem às queixas dos respondentes quanto à "falta de alguém ou algum órgão para os assessorar e os orientar na participação das licitações".



Tabela 5. Palavras mais frequentemente utilizadas nas respostas dos entrevistados às questões relativas ao conhecimento da Lei Complementar 123/2006 (n=21)

Palavras	N	%	Palavras similares
Participação	36	2,6%	Participação
Falta	33	2,4%	Falta
Licitações	29	2,1%	Licitações
Internet	22	1,6%	Internet
Órgão	34	2,4%	Órgão; órgãos
Benefício	20	1,4%	Benefício; benefícios
Empresas	19	1,4%	Empresa; empresas
Fiscal	19	1,4%	Fiscal
Pagamento	15	1,1%	Pagamento; pagamentos
Critério	14	1,0%	Critério
Desempate	14	1,0%	Desempate
Processos	13	0,9%	Processo; processos
Apoio	11	0,8%	Apoio
Garantias	11	0,8%	Garantia; garantias

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

A Tabela 6 apresenta que as maiores dificuldades encontradas pelos respondentes quanto à participação das empresas nos processos de licitação se referem aos editais sem especificações técnicas do produto/serviço a ser contratado e ao fato de os órgãos não saberem realizar pregões.

Tabela 6. Subcategorias e quantidade de referências relacionadas às dificuldades encontradas pelos respondentes quanto à participação das empresas nos processos de licitação (n=21)

Categoria	Subcategoria	Quantidade de referências
Dificuldade de participação	Conluio	2
	Editais sem especificações	3
	Falta de tecnologia	1
	Órgãos não sabem fazer pregões	3

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

A análise qualitativa das palavras mais incidentes nas respostas relativas ao questionamento sobre as estratégias adotadas em licitações (Figura 1 e Tabela 7) aponta que a maioria (n=13) dos respondentes utiliza o menor preço para fornecimento, seguido por aqueles que disseram que conhecer o edital (n=6) é uma estratégia utilizada para superar os desafios enfrentados durante os processos de licitação.

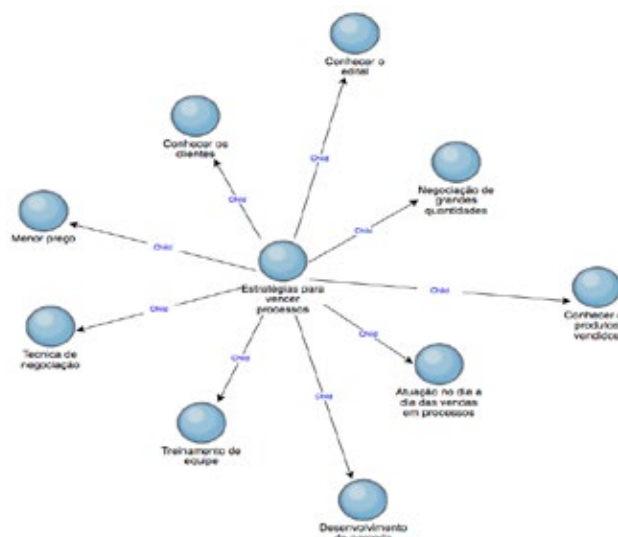


Figura 1. Nuvem de palavras originárias das subcategorias e quantidade de referências relacionadas às estratégias utilizadas em licitações (n=21)

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

Tabela 7. Subcategorias e quantidade de referências relacionadas às estratégias utilizadas em licitações (n=21)

Categoria	Subcategoria	Quantidade de referências
Estratégias para vencer processos	Atuação no dia a dia das vendas em processos	1
	Conhecer o edital	6
	Conhecer os clientes	1
	Conhecer os produtos vendidos	1
	Desenvolvimento de parceria	1
	Menor preço	13
	Negociação de grandes quantidades	1
	Técnica de negociação	1
	Treinamento de equipe	1

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

A análise qualitativa das palavras mais frequentemente utilizadas para a descrição dos desafios encontrados nos processos de licitação, conforme a Figura 2 e a Tabela 8, demonstra que os respondentes estão cientes das dificuldades de recebimento pelos serviços prestados (n=8) e da carência de informações no edital (n=7), no entanto, dizem garantir a manutenção dos serviços mesmo sem recebimento (n=3).

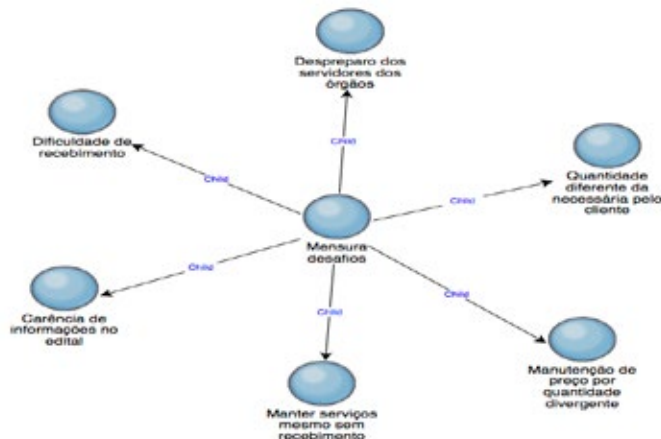


Figura 2. Nuvem de palavras originárias das subcategorias e quantidade de referências relacionadas às dificuldades encontradas pelos respondentes quanto à participação das empresas nos processos de licitação (n=21)

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

Tabela 8. Subcategorias e quantidade de referências relacionadas às dificuldades encontradas pelos respondentes quanto à participação das empresas nos processos de licitação (n=21)

Categoria	Subcategoria	Quantidade de referências
Desafios	Carência de informações no edital	7
	Despreparo dos servidores dos órgãos	1
	Dificuldade de recebimento pelos serviços prestados	8
	Manter serviços mesmo sem recebimento pelos serviços prestados	3
	Manutenção de preço por quantidade divergente	1
	Quantidade diferente da necessária pelo cliente	1

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

Foi avaliada a associação entre as respostas obtidas e, quando da ocorrência de associação, essa foi computada e os resultados descritos.

A associação estudada – apresentada na Tabela 9 – objetivou identificar se as dificuldades encontradas pelas empresas, quando da participação em editais, foram suplantadas pelas estratégias adotadas a fim de se vencer os processos licitatórios. Um teste exato de Fisher foi utilizado após a contagem de ocorrências de subcategorias nas respostas dadas, o qual indicou não existir associação entre as respostas ($p > 0,05$). Esse resultado sugere haver uma necessidade de aprendizado pelas empresas analisadas acerca do desenvolvimento de estratégias que visem vencer processos licitatórios, considerando as dificuldades enfrentadas.

Tabela 9. Associação entre as respostas dadas em questões subjetivas quanto às dificuldades de participação em editais e às estratégias utilizadas para vencê-las

Estratégias para vencer	Dificuldades de participação		Total
	Falhas em editais e pregões	Concluídos	
Menores preços	3	1	4
Conhecer o edital	3	1	4
Total	6	2	8

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

O teste exato de Fisher (1954), considerando os dados apresentados na Tabela 9, resultou em: 2×2 ; $p = 0,9999$. Isso significa que não há associação entre as questões, considerando as categorias de respostas.

A Tabela 10 apresenta a associação entre as mensurações dos desafios relatados e as estratégias para vencer processos licitatórios. Novamente, após análise de conteúdo, foi feita a contagem de ocorrência de subcategorias e utilizado o teste exato de Fisher. O resultado aponta a inexistência de uma associação ($p > 0,05$). Esse resultado indica a necessidade de essas empresas aprenderem a lidar com as mensurações de desafios e usar tal conhecimento para o desenho de estratégias com vistas a vencer processos licitatórios.

Tabela 10. Associação entre as mensurações dos desafios relatados pelos respondentes e as estratégias para vencer processos licitatórios

Estratégias para vencer	Mensuração de desafios		Total
	Carência de informações no edital	Dificuldade de recebimento	
Menores preços	4	6	10
Conhecer o edital	3	2	5
Total	7	8	15

Fonte: Elaboração dos autores, 2016

O teste exato de Fisher (1954), empregado para os dados apresentados na Tabela 10, resultou em: 2×2 , $p = 0,8531$. Isso significa que não há associação entre as questões, considerando as categorias de respostas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo verificar quais os desafios encontrados pelas MPE e MEI para participação de processos de licitações, bem como as estratégias utilizadas para enfrentar estes desafios. Para tanto, os dados foram cole-



tados por meio de entrevistas realizadas representantes de MPE e MEI, que participaram de processos de licitação junto a universidades federais.

No âmbito deste estudo, dentre outros itens, verificou-se que os respondentes têm pouco conhecimento sobre a lei de licitação. Essa realidade pode ser fruto da não divulgação dessa lei por parte dos órgãos que apoiam as MPE e os MEI e, ao mesmo tempo, do fato de este público pouco procurar estes órgãos apoiadores, o que leva às queixas quanto à ausência de assessoramento para a participação em editais de licitação.

No que se refere aos desafios enfrentados pelas MPE e MEI quantos aos processos de licitação, foi constatado que os respondentes estão cientes das dificuldades de recebimento pelos serviços prestados e da carência de informações nos editais, embora garantem manter os serviços mesmo sem recebimento.

Outros desafios relatados foram: levantar a documentação necessária dentro do prazo exigido pelas licitações e superar a concorrência desigual tendo em vista a forma precária de divulgação dos editais de convocação, que contraria o art. 3º. V. da Lei 8666/93, que descreve a publicidade como um dos princípios norteadores da licitação.

Pelo exposto, verifica-se que há um desequilíbrio entre o que é praticado pelas instituições contratantes e o que é exigido pela lei de licitação, seja devido ao distanciamento das licitações da realidade desses MPE e MEI ou à veiculação em locais não visíveis a eles.

Com relação as estratégias utilizadas pelas MPE quando participam de processos licitatórios, esse público utiliza do menor preço para o fornecimento de serviços ou produtos, estratégia que condiz com a abordagem empresarial ou de mercado, que consiste no conjunto de mudanças competitivas para atingir o melhor desempenho da empresa em um contexto de mercado.

Considera-se como ponto fundamental a necessidade de capacitação dos empreendedores e dos colaboradores das MPE, por meio de palestras e cursos, para que se tornem aptos a participar de licitações públicas e aproveitem os benefícios da lei.

Sugere-se algumas atitudes simples que poderiam aumentar a eficácia da participação e dos resultados das licitações, tais como: a) oferta de cursos de capacitação gratuitos ou de baixo custo, como o de “custos de formação de preço”, com o intuito de que os empreendedores tenham melhor noção de um preço justo para a concorrência nas compras governamentais, de modo que não tenham prejuízos e cumpram suas obrigações legais; b) capacitação de servido-

res públicos para auxiliar as MPE no mercado de compras públicas e para que sejam eficazes quanto aos esclarecimentos de dúvidas dos participantes das licitações; e c) os editais de licitações deveriam ser mais divulgados pelas instituições contratantes.

Apesar das dificuldades e dos desafios enfrentados – ausência de especificações nos editais, despreparo dos pregoeiros, dificuldade de recebimentos pelos serviços prestados aos órgãos (e ainda assim terem que manter os preços das licitações) –, a pesquisa demonstra que as MPE e os MEI ainda se interessam pelos processos licitatórios e utilizam como estratégias para vencê-los o menor preço nos lances, bem como o conhecimento das especificações dos editais.

Finalmente, os resultados indicam que as empresas precisam desenvolver melhor as estratégias para vencer os processos licitatórios. Os resultados das duas análises de associação empregadas neste estudo (Tabelas 9 e 10) sugerem que as estratégias são adotadas pelos respondentes aos processos licitatórios sem que a empresa tome ciência e que essas empresas se utilizam de outras experiências, sem buscar unir os fragmentos de aprendizagem para a composição de melhores definições ou mesmo sem avaliar a eficácia dessas experiências, considerando que o objetivo maior é vencer os processos licitatórios. .

REFERÊNCIAS

- Arlbjorn, J. S.; Freytag, P. V. (2012), Public Procurement vs Private Purchasing: Is There any Foundation for Comparing and Learning across the Sectors? *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 25, No. 3, pp. 203-220.
- Cabral, S.; Reis, P. R. C.; Sampaio, A. H. (2015), Determinantes da participação e sucesso das micro e pequenas empresas em compras públicas: uma análise empírica. *Revista de Administração*, Vol. 50, No. 4, pp. 477-491.
- Carvalho Filho, J. S. (2009). *Manual de Direito Administrativo*. 23. ed. Lumen Juris, Rio de Janeiro.
- Crotty, M. (1998), *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process*. Sage, London.
- Dias, A. C. A. V. (2000), *Licitação e desenvolvimento sustentável: o cooperativismo como uma resposta à questão social*. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Análise de Políticas Públicas), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Dutkevicz, I. C. (2013), *Manual de orientação aos gestores das instituições federais de ensino superior para contratação de serviços*. Dissertação (Mestrado em Administração Universitária), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Fisher, R. A. (1954), *Statistical Methods for Research Workers*. Oliver and Boyd.



- Freitas, J. (2011), *Sustentabilidade: direito ao futuro*. Fórum, Belo Horizonte.
- Gil, A. C. (2008), *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Atlas, São Paulo.
- Marion, J. (2007), *Are Bid Preferences Benign? The Effect of Small Business Subsidies in Highway Procurement Auctions*. *Journal of Public Economic*, Vol. 91, No. 8, pp. 1591-624.
- Martins, G. A. (2000), *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. Atlas, Rio de Janeiro.
- Portal Brasil. *Micro e pequenas empresas movimentam R\$ 10,78 bi nas compras públicas de 2015*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2015/10/micro-e-pequenas-empresas-movimentam-r-10-78-bi-nas-compras-publicas-de-2015>>. Acesso em: 10 mar. 2016.
- Rossato, J. (2011), *Compras públicas sustentáveis: estudo nas instituições de ensino superior a partir das comissões permanentes de licitação*. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo – Sebrae-SP (2005), *Políticas Públicas: as micro e pequenas empresas e as compras governamentais*. Sebrae, São Paulo. Disponível em: <http://www.cqgp.sp.gov.br/gt_licitacoes/publicacoes/compras_governamentais.pdf>. Acesso em: 6 mar. 2016.
- Sordi, J. O. (2013), *Elaboração de pesquisa científica: seleção, leitura e redação*. Saraiva, São Paulo.
- Torres, N. B.; Mayer, L.; Lunardi, P. R. S. (2013), *Programa Fornecedor*. Cosad, Brasília.
- Yin, R. K. (2010), *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 4. ed. Bookman, Porto Alegre.

Recebido: 06 dez. 2018

Aprovado: 29 jan. 2019

DOI: 10.20985/1980-5160.2019.v14n1.1491

Como citar: Picchiai, D.; Carneiro, M. (2019), “Dificuldades encontradas pelas Micro e Pequenas Empresas na Participação de Licitações”, *Sistemas & Gestão*, Vol. 14, N. 1, pp. 108-116, disponível em: <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/1491> (acesso dia mês abreviado. ano).