



## O PROCESSO DE COMPRA NO SETOR PÚBLICO

FERRUGEM, Kael<sup>1</sup>; SANTOS, Rozali Araujo<sup>2</sup>; FERREIRA, Ana Paula Alf Lima<sup>3</sup>.

**Palavras-Chave:** Setor Público, Processos, Compra.

### 1. Introdução

Vivemos em um mundo contemporâneo onde observamos rápidas mudanças tecnológicas, sociais, econômicas, culturais e ambientais, a globalização e questões políticas que tornam cada vez mais desafiador o exercício do funcionalismo público.

Os gestores da administração pública devem adequar-se a este novo cenário globalizado, para que possam, de modo eficaz e eficiente atender as necessidades da população.

No entanto os órgãos públicos da administração direta estão subordinados a Lei 8.666/93 que dispõe “normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios” (BRASIL, 1993). Desta forma um levantamento das formas aquisições e contratações do setor público e das normas se revela um tema atual e interessante.

### 2. Metodologia e/ou Material e Métodos

O método adotado para coleta dos dados consiste de uma pesquisa bibliográfica visando proporcionar o entendimento de uma temática com base em informações teóricas publicadas em documentos. A pesquisa bibliográfica como instrumento de sumo valor para o decorrer da pesquisa fornece e contribui com a teoria já existente sobre o referido assunto, baseando-se em materiais publicados em livros, *sites*, artigos e publicações de cunho científico, ou seja, em materiais acessíveis ao público em geral. Vergara (2000, p.48) afirma que esta “fornece instrumental analítico para qualquer outro tipo de pesquisa, mas também pode esgotar-se em si mesma”.

### 3. Resultados e Discussões

---

<sup>1</sup> Universidade de Cruz Alta. E-mail: kaelferrugeml@gmail.com

<sup>2</sup> Universidade de Cruz Alta. E-mail: rozali@unicruz.edu.br

<sup>3</sup> Universidade de Cruz Alta. E-mail: alima@unicruz.edu.br



O departamento de compras desempenha um papel fundamental na realização dos objetivos da empresa sendo que sua missão é perceber as necessidades competitivas dos produtos e serviços, tornando-se responsável pela entrega no tempo certo, custos, qualidade e outros elementos na estratégia de operações, realizando a compra (GAITHER; FRAZIER, 2001).

Nesse sentido, “a compra é o momento da troca de valor, quando *duas partes* negociam a satisfação de suas expectativas” (GIGLIO, 2005, p. 143, grifo do autor), na mesma linha a Lei 8.666/93, coloca que a compra corresponde a “toda aquisição remunerada de bens para fornecimento de uma só vez ou parceladamente” (BRASIL, 1993), e “os Arts. 14 a 16 da Lei 8.666/93 cuidam de estabelecer os parâmetros para as operações de compra, sendo a licitação a regra geral, e a dispensa e inexigibilidade, exceções” (MOTTA, 2005, p. 113).

Nos diversos setores da administração “em um processo de compra tradicional, o funcionário que pede algo deve preencher um formulário de requisição, submetê-lo a apreciação, esperar por sua aprovação e receber um pedido de compra que então deve ser enviado ao fornecedor” (KALAKOTA, 2001, p. 304).

No setor público o que diferencia é a necessidade do processo licitatório em meio a esse processo tradicional de compra, desse modo Palavéri (2005) explica que se um determinado setor da administração, verificar a necessidade de certo bem ou de determinado serviço, essa necessidade deverá se transformar em uma requisição na qual o setor requisitante descreverá de forma detalhada o que almeja, sendo esse documento encaminhado ao setor responsável pela realização da licitação.

Segundo Santos (2006) é essa requisição que da início a compra propriamente dita, o autor salienta também que a requisição deve ser remetida as autoridades superiores para aprovação da despesa.

“A palavra licitação comporta vários significados. Quer-nos parecer que quase todos estão ligados à ideia de oferecer, arrematar, fazer preço sobre a coisa, disputar ou concorrer” (MOTTA, 2002, p. 3).

Segundo Mukai (1999), a licitação significa um cotejo de ofertas [lances], feitas por particulares ao Poder Público, visando a execução de uma obra, a prestação de um serviço, um fornecimento ou mesmo uma alienação pela administração, donde se há de escolher aquela (proposta) que maior vantagem oferecer.

Esse cotejo de ofertas deverá estar enquadrado em um “procedimento administrativo formal em que a Administração Pública convoca, por meio de condições estabelecidas em ato



próprio (edital ou convite), empresas interessadas na apresentação de propostas para o oferecimento de bens e serviços” (BRASIL, 2010, p. 19).

Guilamelon (2002) afirma, a finalidade precípua da licitação será sempre a obtenção de seu objeto nas melhores condições para a Administração, e, para tanto, esse objeto deverá ser convenientemente definido no edital ou no convite, a fim de que os licitantes possam atender fielmente ao desejo do Poder Público.

“Atos de licitação devem desenvolver-se em sequência lógica, após identificação de determinada necessidade a ser atendida até assinatura do respectivo contrato ou emissão de documento equivalente” (BRASIL, 2010, p. 135). Segundo Motta (2005) é recomendado, para melhor operacionalização do processo licitatório, dividi-lo em duas fases bem caracterizadas: a fase interna e a fase externa. Em Brasil (2010) observamos que foi a prática e não a lei, que separou a licitação nestas fases.

As fases são caracterizadas por Mukai (1990, *apud* Motta, 2005, p. 37) comendo-se de uma fase interna, que vai até a elaboração do edital ou da carta-convite, e de uma fase externa, que se inicia com a publicação do edital ou expedição da carta-convite e termina com a adjudicação do objeto da licitação.

Faria e Bernardes (2008) apontam ser oportuno afastar a ideia que corre no senso comum de que a licitação inicia com a publicação do edital ou com a convocação por meio da carta-convite, na verdade o edital é o instrumento apto à inauguração da fase externa da licitação.

O embasamento legal relativo à abertura do processo licitatório encontra-se no Art. 38 da Lei 8.666/93 considerando que “o procedimento da licitação será iniciado com a abertura de processo administrativo, devidamente autuado, protocolado e numerado, contendo a autorização respectiva, a indicação sucinta de seu objeto e do recurso próprio para a despesa” (BRASIL, 1993).

### 3. Conclusões

Conforme prevê o Artigo I, Parágrafo Único da Lei 8.666/93, o processo licitatório é exigência legal para aquisições de materiais e serviços na Administração Pública,

Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. (BRASIL, 1993)



O estudo deste processo dentro das empresas públicas torna-se relevante, pois perante a Lei das licitações ocorrem as dificuldades no cumprimento dos prazos para a utilização de recursos tendo em vista a necessidade dos processos licitatórios fazendo assim necessário um estudo dos procedimentos internos para adoção de melhores práticas visando não só habilidade, mas também a eficiência e a eficácia dos procedimentos.

## Referências

BRASIL. **Lei 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. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8666compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8666compilado.htm)> Acesso em 19 mai. 2012.

BRASIL, Tribunal de Contas da União. **Licitações e contratos: orientações e jurisprudência do TCU / Tribunal de Contas da União**. 4. ed. Brasília: TCU, Secretaria-Geral da Presidência: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 2010.

GAITHER, Norman; FRAZIER, Greg. **Administração da produção e operações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. **O comportamento do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

GUILAMELON, Antônio Celso Dierckx. **Licitação: modalidade convite**. Porto Alegre: Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, 2002.

KALAKOTA, Ravi; ROBINSON, Marcia. **E-business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOTTA, Carlos Pinto Coelho. **Eficácia nas Licitações e Contratos**. 9. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2002.

MOTTA, Carlos Pinto Coelho. **Eficácia nas Licitações e Contratos**. 10. ed. Belo Horizonte: Del Rey, 2005.

MUKAI, Toshio. **Licitações e contratos públicos**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 1999.

PALAVÉRI, Marcelo. **Pregão nas licitações municipais**. Belo Horizonte: Del Rey, 2005.

SANTOS, Gustavo Alves Andrade dos. **Gestão de farmácia hospitalar**. São Paulo: Senac, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo, 3ª edição. Editora Atlas, 2000.