

DIFICULDADES ENCONTRADAS PELAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA PARTICIPAÇÃO DE LICITAÇÕES PÚBLICAS JUNTO ÀS UNIVERSIDADES FEDERAIS

DIFFICULTIES FOUND BY MICRO AND SMALL ENTERPRISES IN THE
PARTICIPATION OF PUBLIC BIDS TO THE FEDERAL UNIVERSITIES

Djair Picchiali
Marta Cybele Carneiro

RESUMO: Estima-se que as compras públicas, nos diversos níveis do governo, movimentam cerca de 10% do PIB - Produto Interno Bruto (BIDERMAN et al, 2008). Levando em consideração que o governo é o maior comprador do país, este estudo tem como objetivo verificar os desafios encontrados pelas MPEs para participação dos processos de licitação, bem como a estratégia utilizada para enfrentar os mesmos. Para se atingir o objetivo geral, foi realizada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório por meio de estudo de caso, utilizando como instrumentos de pesquisa o roteiro de entrevista aplicado junto a 21 MPEs e Microempreendedores Individuais (MEIs). Os resultados demonstraram que as MPEs e os MEIs utilizam como estratégia, o menor preço para fornecimento em editais de licitação e 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.

ABSTRACT: It is estimated that public purchases, at various levels of government, are responsible for around 10% of GDP - Gross Domestic Product (BIDERMAN et al., 2008). Considering that the government is the largest buyer in the country, this study aims to verify the challenges faced by SMBs in order to be part of the processes of licitation, as well as the strategies used to face these challenges. In order to achieve the general objective, a qualitative exploratory study was carried out through a case study, using research and questionnaire instruments applied to 21 micro and small enterprises. The results showed that SMBs and IMEs use the lowest price for supply in bidding bids and the main challenge is to maintain the service rendering even with a delay in payments for services rendered.

KEY WORDS: public administration; biddings; micro and small and business (SMB).

INTRODUÇÃO

As preocupações com as questões ligadas ao desempenho no setor público atingem várias áreas, dentre elas as compras públicas (CABRAL; REIS; SAMPAIO, 2013). De acordo com Arlbjor e Feytag (2012), as compras governamentais representam uma fatia expressiva da economia de um país diante do poder de compra do setor público, de forma que a contratação de bens e serviços públicos é um meio importante usado para redistribuir recursos entre os agentes econômicos (MARION, 2007).

No Brasil, o governo implantou leis específicas para as elas devido ao grande potencial que as MPEs têm de geração de emprego e renda, também como uma maneira de igualar a concorrência com as demais empresas. Já que, embora os problemas das MPEs sejam basicamente os mesmos do que as empresas de grande porte, aquelas possuem padrões de respostas distintos de acordo com a realidade enfrentada (CABRAL; REIS; SAMPAIO, 2013).

As MPEs 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), portanto elas são reconhecidas por sua representatividade econômica. Esse fator somado ao governo ser 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 no 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 MPEs foi R\$ 7,60 bilhões, sendo 13% maior que o mesmo período de 2013; ainda segundo Portal Brasil (2015), no período de 1 de janeiro a 5 de julho de 2015, do total de R\$ 28,9 bilhões referente aos gastos/ investimentos pelo governo, 37,2% referem-se à participação das MPEs.

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, assim a licitação é um processo formal em que há competição entre os interessados. As licitações são formas de avaliar os produtos, valores e empresas, a fim de garantir produtos e/ou serviços de boa qualidade com menor preço. Sendo assim, é um procedimento administrativo formal no qual a equipe de administração pública realiza convocação de empresas interessadas em prestação de serviço ou venda de produtos, mediante condições estabelecidas em ato próprio por meio de edital ou convite direto às empresas interessadas, as quais realizam apresentações de propostas para fornecimentos de bens e serviços dentro das orientações e condições já pré-estabelecidas no mesmo (CARVALHO, 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 MPes. Atualmente, apesar da existência de leis como essa exposta, que beneficiam as MPes para participação de processos licitatórios, poucas conhecem e participam dos mesmos. (FREITAS, 2011).

Ante o exposto, questionou-se o que tem sido pesquisado em relação à participação das MPes em licitações públicas e conhecer os resultados dos estudos que enfocam o referido tema. Justifica-se, assim, o tema aqui proposto, uma vez que é fundamental o conhecimento e conscientização a respeito dos complementos da lei de licitação, trazidas pela Lei 123/2006, para que a Lei traga os benefícios às MPes e ao desenvolvimento econômico e social do País. Neste sentido, este artigo propõe verificar os desafios encontrados pelas MPes para participação dos processos de licitação, bem como as estratégias utilizadas para enfrentar estes desafios.

Existem diversas MPes que desconhecem o processo licitatório, outras até sabem da existência de leis que as beneficiam, e até têm interesse, no entanto, no atual cenário econômico de crises somado ao desemprego, a redução nas contratações e as burocracias ainda existentes, fazem com que as essas empresas não enxerguem essa alternativa de mercado, ou sintam algum tipo de receio para participação de licitações (FREITAS, 2011; DUTKEVICZ, 2013; TORRES et al, 2013).

Vale destacar que existe um alto índice de mortalidade entre as MPes e as políticas de incentivos fiscais ainda são escassas para competir com grandes empresas. Isso se deve às exigências de uma demanda de cuidados, certificações, maquinários e na legislação da mão-de-obra que é necessária para oferecer um serviço, principalmente quando é preciso ter cuidado com o meio ambiente. 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 MPes desde seu nascimento (ROSSATO, 2011).

Em busca de mercados cada vez mais competitivos, surge a oportunidade de encontrarem formas e critérios mais adequados para sobrevivência, por meio dos processos licitatórios das MPes. Assim, é necessário definir as estratégias para alcance de seus objetivos. A partir destes contextos torna-se importante identificar quais desafios e conhecer as estratégias adotadas pelas MPes para participar, ganhar e se manterem nas contratações públicas federais.

O objetivo principal deste estudo consiste em verificar quais os desafios encontrados pelas MPes para participação dos processos de licitações, bem como a estratégia utilizada para enfrentar os mesmos.

MÉTODO

De acordo com Marconi e 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 elaboração do projeto de pesquisa, segundo Crotty (1998), é a metodologia – que segundo o mesmo seria uma estratégia de investigação ou plano de ação que associa método aos resultados. Nos estudos exploratórios e descritivos, os instrumentos mais comuns para coleta de dados são o questionário e a entrevista (Martins, 2000).

Sendo esta pesquisa de natureza descritiva, realizou-se um roteiro para as entrevistas como forma de coleta de dados 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”.

Assim, a estratégia de investigação ou metodologia aqui utilizada será o estudo de caso, pesquisa descritiva e exploratória de natureza qualitativa, tendo como finalidade proporcionar uma visão sobre licitação e identificar os desafios encontrados pelas MPEs na participação dos processos licitatórios das instituições públicas e buscar soluções estratégicas para enfrentá-los.

Estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que comporta e utilização de vários métodos de coleta de dados. Yin (2010) comenta que a estratégia de pesquisa busca examinar um fenômeno em seu contexto através de um estudo de caso. Ainda segundo Yin (2010), o trabalho de investigação do estudo de caso poderá exercer grande impacto na qualidade da pesquisa.

A técnica de pesquisa foi de natureza qualitativa, que conforme De Sordi (2013, p.100), “[...] emprega técnicas interpretativas para análise e compreensão de fenômenos, de natureza subjetiva”. O próprio pesquisador coleta os dados, por meio de entrevista em seu ambiente natural, observando o comportamento do entrevistado.

RESULTADOS

A análise dos dados quantitativos referentes às características sócio demográficas das MEIs e dos entrevistados foi realizada a partir das informações que foram coletadas na entrevista. As variáveis tratadas permitiram breve e clara caracterização da amostra pesquisada com referência ao tempo de atuação da empresa no mercado, setor de atuação, número de funcionários e enquadramento da empresa de acordo com a classificação do SEBRAE, posição ocupada na empresa, sexo, grau de escolaridade, faixa etária e tempo de serviço na empresa.

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

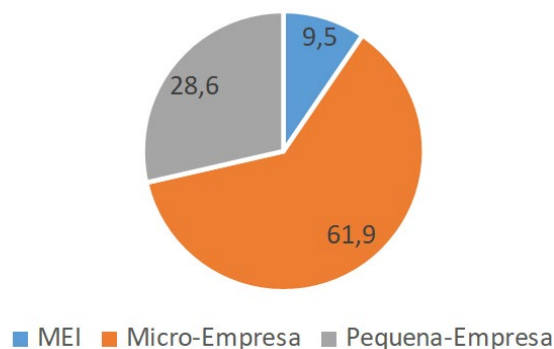
TABELA 1 – Características Demográficas das Empresas.

	N	%
TEMPO DE ATUAÇÃO NO MERCADO	21	100
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
SETOR DE ATUAÇÃO	21	100
Comércio	11	52,4
Indústria	1	4,8
Serviços	9	42,8
NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	21	100
0 a 10	13	61,9
10 a 20	5	23,8
20 a 30	3	14,3
ENQUADRAMENTO DA EMPRESA	21	100
MEI	2	9,5
Microempresa	13	61,9
Pequena empresa	6	28,6

FONTE: Elaborada pela autora (2016).

Quanto a essas características, os resultados apontaram 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% se enquadram na classificação do SEBRAE como Microempresas, conforme apresentadas através do gráfico a seguir.

GRÁFICO 1 - Enquadramento da Empresa



FONTE: Elaborado pela autora (2016)

Em termos de características sócio demográficas dos entrevistados (Tabela 2), os resultados demonstraram que 52,4% são donos do seu próprio negócio, sendo predominantemente homens (80,9%), com ensino superior (42,9%), tendo faixa etária entre 36 e 55 anos e com até 10 anos de serviço na empresa (61,9%).

TABELA 2 – Características Sociodemográficas dos Entrevistados.

	N	%
POSIÇÃO OCUPADA NA EMPRESA	21	100
Dono	11	52,4
Empregado	1	4,8
Gerente	2	9,5
Sócio	7	33,3
SEXO	21	100
Feminino	4	19,1
Masculino	17	80,9
GRAU DE ESCOLARIDADE	21	100
Ensino Médio	3	14,3
Ensino Técnico	4	19,1
Ensino Superior	9	42,9
Pós-Graduado	5	23,8
IDADE (ANOS)	21	100
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	21	100
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: Elaborada pela autora (2016)

Quando questionados sobre o conhecimento da Lei Complementar 123/2006 (Tabela 3), 61,8% dos respondentes disseram conhecer pouco sobre sua disposição. E quanto à forma de conhecimento desta Lei, 47,6% disseram conhecer a lei através da leitura da lei geral das MPes, além da utilização da Internet.

TABELA 3 – Conhecimento da Lei Complementar 123/2006 dos Entrevistados.

	N	%
GRAU DE CONHECIMENTO SOBRE LEI GERAL DAS MPES QUE PREVÊ BENEFÍCIOS DE LICITAÇÕES ÀS MPES	21	100
Bom	4	19,1
Pouco	13	61,8
Regular	4	19,1
FORMA DO CONHECIMENTO DA LEI	21	100,0*
Internet	21	100
Leitura do conteúdo do código geral das MPes	10	47,6
Cursos	1	4,8
Palestras e Seminários	2	9,5

QUEM BUSCA INFORMAÇÕES E LICITAÇÕES E ANALISA EDITAIS	21	100,0*
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
HOUVE ALGUMA MUDANÇA APÓS A VIGÊNCIA DA LEI 123/2006	21	100,0*
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 alguma, referente à participação em licitações	9	42,9
QUAIS BENEFÍCIOS VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTE	21	100,0*
Benefícios fiscais	19	90,5
O critério de desempate adotado pela nova legislação	14	66,7
As garantias de administração pública	8	38,1

* Obs.: Era possível assinalar mais de uma alternativa.

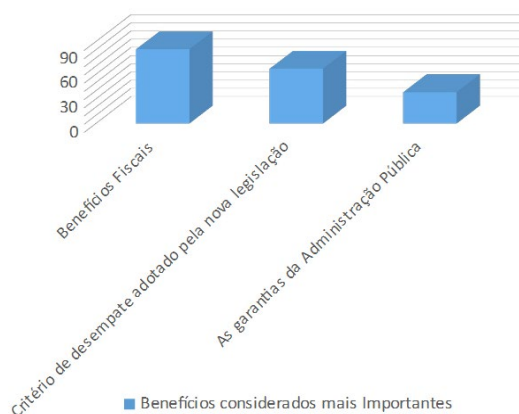
FONTE: Elaborada pela autora (2016).

Outro ponto que os respondentes se queixaram foi o da falta de assessoramento à participação em editais de licitação (85,75%) e da falta de interesse dos órgãos de apoio, (por exemplo, SEBRAE, Associação Comercial) que estimulem a participação (42,9%).

Interessante notar que 42,9% se interessaram mais na participação de novos editais de licitação com a vigência da Lei 123/2006, embora na mesma proporção os respondentes apontaram que não houve quaisquer mudanças na participação das mesmas.

Dentre os benefícios mais importantes mencionados aos entrevistados, 90,5% dos respondentes veem os fiscais como mais importantes, seguidos pelos critérios de desempate adotado pela lei (66,7%) e pelas garantias da administração pública (38,1%). Os benefícios estão representados no gráfico abaixo.

GRÁFICO 2 - benefícios considerados mais importantes



FONTE: Elaborado pela autora (2016).

Quando analisados a participação, os desafios e as estratégias em licitações, os resultados da Tabela 4 apontaram que 42,9% dos respondentes conhecem a licitação pública de forma regular e que toda a amostra já participou da modalidade de licitação pública por meio de pregão.

TABELA 4 – Participação, desafios e estratégias em licitações.

	N	%
INDIQUE O GRAU DE CONHECIMENTO DE LICITAÇÃO PÚBLICA	21	100
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	21	100
Sim	21	100
TEVE DIFICULDADE DE CONSEGUIR OS DOCUMENTOS SOLICITADOS PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO	21	100
Sim (Atestado de capacidade técnica)	1	4,8
Não	20	95,2
QUAL A MODALIDADE DE LICITAÇÃO QUE A EMPRESA PARTICIPOU	21	100,0*
Pregão	21	100
Convite	1	4,8
Tomada de Preço	1	4,8
Concorrência	6	28,6
CONSTATOU ALGUMA DIFICULDADE NA PARTICIPAÇÃO DAS LICITAÇÕES	21	100
Não	15	71,4
Sim	6	28,6
JÁ VENCEU ALGUM PROCESSO LICITATÓRIO	21	100
Sim	21	100
CASO POSITIVO, QUAL O PRODUTO FORNECIDO	16	76,2
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 cabaia	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 PARA AS MPES PARA VENCER A LICITAÇÃO	20	95,2
Não	18	90
Sim	2	10

* Obs.: Era possível assinalar mais de uma alternativa.

FONTE: Elaborada pela autora (2016)

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, no entanto, embora com algumas dificuldades, toda a amostra já venceu algum processo licitatório. Dentre as respostas, 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.

Na Tabela 5, as palavras mais frequentes resultantes das respostas às perguntas subjetivas do questionário de entrevista de avaliação sobre o conhecimento da Lei Complementar 123/2006 (Apêndice II), condizem com a resposta da pergunta 3 do questionário, onde os respondentes se queixam sobre a “falta de alguém ou algum órgão para os assessorar e os orientar na participação das licitações”.

TABELA 5 – Palavras mais frequentes nas questões subjetivas da entrevista.

PALAVRA	QUANTIDADE	PORCENTAGEM	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: Elaborada pela autora (2016)

A Tabela 6 apresenta que as maiores dificuldades encontradas pelos respondentes na participação nos processos de licitação são os editais sem especificações técnicas do produto/serviço a ser contratado, bem como dos órgãos não saberem fazer pregões.

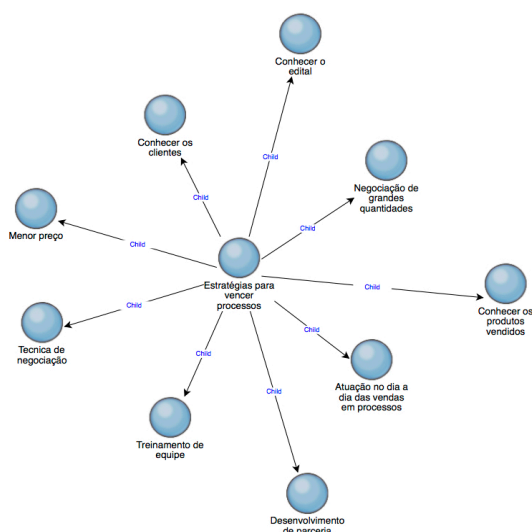
TABELA 6 – Subcategorias e quantidade de referências relacionadas com a questão 5 do Apêndice III

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	QUANTIDADE DE REFERÊNCIAS
Dificuldade de Participação	Conluio	2
	Edital sem especificações	3
	Falta de tecnologia	1
	Órgãos não sabem fazer pregões	3

FONTE: Elaborada pela autora (2016)

Quando realizada a análise qualitativa das palavras mais incidentes relacionadas com a questão 09 do Apêndice III, sobre a participação, os desafios e as estratégias em licitações (Figura 1 e Tabela 07), mais especificamente quanto às estratégias usadas no processo licitatório, resultaram que a maioria (13) utiliza do menor preço para fornecimento, seguido de que conhecem o edital (6) como estratégias para vencerem os desafios encontrados nos processos de licitação.

FIGURA 1 – Nuvem de palavras originárias das Subcategorias e quantidade de referências relacionadas à questão 9 do Apêndice III - Participação, desafios e estratégias em licitações.



FONTE: Elaborada pela autora (2016).

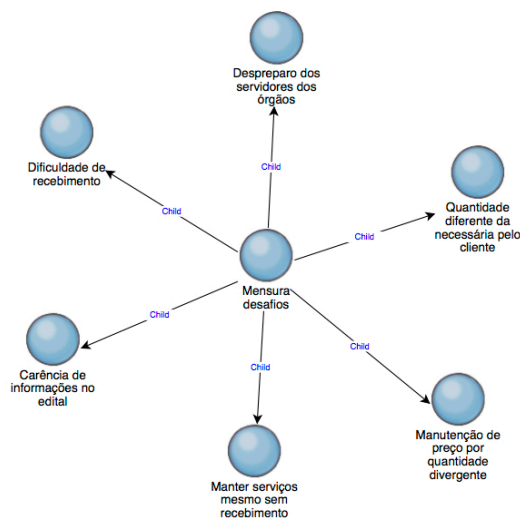
TABELA 7 – Subcategorias e quantidade de referências relacionadas à questão 09 do Apêndice III

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: Elaborada pela autora (2016)

A análise qualitativa das palavras mais frequentes relacionadas com a questão 11 do Apêndice III, sobre a participação, desafios e estratégias em licitações, a Figura 2 e a Tabela 8, mais especificamente quanto aos desafios encontrados nos processos de licitação demonstraram que os respondentes estão cientes das dificuldades de recebimento por parte dos órgãos públicos (8), carência de informações no edital (7), no entanto, ainda garante manter os serviços mesmo sem recebimento (3).

Figura 2 – Nuvem de palavras originárias das subcategorias e quantidade de referências relacionadas à questão 11 do Apêndice III - Participação, desafios e estratégias em licitações



FONTE: Elaborada pela autora (2016)

TABELA 8 – Subcategorias e quantidade de referências relacionadas à questão 11 do Apêndice III - Participação, desafios e estratégias em licitações.

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	QUANTIDADE DE REFERÊNCIAS
Mensura desafios	Carência de informações no edital	7
	Despreparo dos servidores dos órgãos	1
	Dificuldade de recebimento	8
	Manter serviços mesmo sem recebimento	3
	Manutenção de preço por quantidade divergente	1
	Quantidade diferente da necessária pelo cliente	1

FONTE: Elaborada pela autora (2016).

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

A associação estudada – apresentada na Tabela 9 – objetivou identificar se as dificuldades encontradas pelas empresas na participação em editais estão suplantadas em estratégias para vencer os processos licitatórios. Um teste exato de Fisher foi utilizado após a contagem de ocorrências de subcategorias nas respostas dadas. O teste indicou não existir associação entre as respostas ($p > 0,05$), levando a entender que existe ainda uma necessidade de aprendizado das empresas entrevistadas sobre o desenvolvimento de estratégias para vencer processos licitatórios, considerando as dificuldades de participação.

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

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

FONTE: Elaborada pela autora (2016)

O teste exato de Fisher (1954), para a Tabela 9 chegou a este resultado: 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 de desafios relatadas pelas empresas 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, por parte das empresas pesquisadas, de uma associação ($p > 0,05$) entre as medições de desafios e as estratégias para vencer processos. 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 de desafios relatadas pelas empresas e as estratégias para vencer processos licitatórios

		Mensuração de desafios		Total
		Carência de informação do edital	Dificuldade de recebimento	
Estratégias para vencer processos	Menores Preços	4	6	10
	Conhecer o edital	3	2	5
	Total	7	8	15

FONTE: Elaborada pela autora (2016)

O teste exato de Fisher (1954), para a Tabela 10 chegou a este resultado: 2×2 , $p = 0,8531$. Isso significa que não há associação entre as questões, considerando as categorias de respostas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A situação problema formulada por meio de uma questão de pesquisa: Quais os desafios e estratégias das MPes na participação dos processos de licitação? Teve como objetivo verificar quais os desafios encontrados pelas MPes e MEIs para participação dos processos de licitações, bem como as estratégias utilizadas para enfrentar estes desafios que foram percebidos quando coletados os dados das entrevistas realizadas com as MPes e MEIs, que participaram de processos de licitação junto a universidades federais. Assim, os objetivos específicos foram traçados para responder à questão da pesquisa e foram cumpridos.

Referente ao objetivo específico em identificar o grau de conhecimento das leis de licitação pelos respondentes constatou-se que a maioria pouco conhece sobre a mesma. É possível inferir que isto se deva ao fato da falta de divulgação de tal lei por parte dos órgãos que apoiam as MPes e os MEIs e, ao mesmo tempo, que este público procure pouco estes órgãos apoiadores, o que complementa a maior queixa na questão da falta de assessoramento à participação em editais de licitação.

Quanto a identificar os desafios das MPes e MEIs nos processos de licitação, foi verificado que estes estão cientes das dificuldades de recebimento por parte dos órgãos públicos, da carência de informações no edital, no entanto, ainda garantem manter os serviços mesmo sem recebimento.

Esta pesquisa evidenciou também que outros desafios encontrados pelas MPes e MEIs foram o levantamento da documentação necessária dentro do prazo exigido pelas licitações, da mesma forma de superar a concorrência desigual evidenciada com a forma precária de divulgação dos editais de convocação, que contraria o art. 3º. V. da Lei 8666/93, dito que um dos princípios norteadores da licitação é a publicidade.

Portanto, entende-se um desequilíbrio entre o que é praticado nas instituições de ensino público federal e o que é exigido pela lei seja devido ao distanciamento das licitações da realidade desses MPes e MEIs ou à veiculação em locais não visíveis a eles.

Com relação ao último objetivo específico, verificar as estratégias utilizadas pelas MPes nos processos licitatórios, esse público utiliza do menor preço para o fornecimento de serviços ou produtos para participarem destes processos, inferindo que esta estratégia condiz com a abordagem da estratégia 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 como estratégia a necessidade de capacitação dos empreendedores e seus colaboradores de MPes, por meio de palestras e cursos para se tornarem aptos no entendimento da participação de licitações federais e aproveitarem os benefícios da lei.

Sugere-se algumas atitudes simples que poderiam aumentar a eficácia na participação e 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) a própria capacitação de servidores para auxiliar as MPEs no mercado de compras públicas 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 federais.

Na comparação dos resultados, apesar das dificuldades e dos desafios enfrentados por MPEs e MEIs, ou seja, apesar de faltarem especificações nos editais, do despreparo dos pregoeiros, da dificuldade de recebimentos dos serviços prestados aos órgãos (e ainda assim terem que manter os preços das licitações), a pesquisa demonstra que as MPEs e os MEIs ainda se interessam pelas participações nos 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 dois estudos de associação (Tabela 9 e 10) induzem a acreditar que as estratégias são montadas sem que a empresa tome ciência e que essas empresas se utilizam de outras experiências sem buscar unir os fragmentos de aprendizagem para compor melhores definições ou mesmo avaliar a eficácia de estratégias, considerando que o objetivo maior é vencer os processos licitatórios.

REFERÊNCIAS

- ARLBJORN, Jan Stentoft.; FREYTAG, Per Vagn. **Public Procurement vs Private Purchasing: Is There any Foundation for Comparing and Learning across the Sectors?** International Journal of Public Sector Management, v. 25, n. 3, p. 203-220, 2012.
- CABRAL, Sandro; REIS, Paulo Ricardo da Costa; SAMPAIO, Adilson da Hora. **Determinantes da participação e sucesso das micro e pequenas empresas em compras públicas: uma análise empírica.** Revista de Administração, São Paulo, v. 50, n. 4, p. 477-491, 2015.
- CARVALHO, José dos Santos Filho. **Manual de Direito Administrativo.** 23. ed. rev., ampl. e atual. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2009.
- CROTTY, Michael. **The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process.** London: Sage, 1998.
- SORDI, José Osvaldo de. **Elaboração de pesquisa científica: seleção, leitura e redação.** São Paulo: Saraiva, 2013.
- DIAS, Ana Cristina de Amorim Victer. **Licitação e desenvolvimento sustentável: o cooperativismo como uma resposta à questão social.** 2000. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação em Análise de Políticas Públicas) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 77, 2000.
- DUTKEVICZ, Ivanilde Carmen. **Manual de orientação aos gestores das instituições federais de ensino superior para contratação de serviços.** 2013. 238 f. Dissertação (Mestrado em Administração Universitária) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.
- FISHER, Ronald Aylmer. (1954). **Statistical Methods for Research Workers.** [S.l.]: Oliver and Boyd.
- FREITAS, Juarez. **Sustentabilidade: direito ao futuro.** Belo Horizonte: Fórum, 2011.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MARION, Justin. **Are Bid Preferences Benign? The Effect of Small Business Subsidies in Highway Procurement Auctions.** Journal of Public Economic, v. 91, n. 8, p. 1591-1624, 2007.
- MARTINS, Gilberto de Andrade. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** [S.l.]: Atlas, 2000.
- MINAS GERAIS. Lei Estadual n. 20.826, de 31 de julho de 2013. **Institui o Estatuto Mineiro da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e estabelece normas gerais relativas ao tratamento jurídico diferenciado, simplificado**

e favorecido assegurado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes do Estado, em conformidade com a Lei Complementar federal n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=LEI&num=20826&ano=2013>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

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, Jaqueline. **Compras públicas sustentáveis: estudo nas instituições de ensino superior a partir das comissões permanentes de licitação.** 2011. 128 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Políticas Públicas: as micro e pequenas empresas e as compras governamentais.** São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.cqgp.sp.gov.br/gt_licitacoes/publicacoes/compras_governamentais.pdf>. Acesso em: 6 mar. 2016.

TORRES, Nizani Bonamigo; MAYER, Lourenço; LUNARDI, Paulo Roberto Sbaraini. **Programa Fornecer.** Brasília: Cosad, 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.