



SMART SPP

innovation through sustainable procurement



Incentivar a inovação e a eficiência energética através das compras

Um guia prático para autoridades públicas



Uma iniciativa da:

Com o apoio do:

Intelligent Energy  Europe

Uma publicação projecto **SMART SPP** (www.smart-spp.eu)

- Editor:** Consórcio SMART SPP, ICLEI – Local Governments for Sustainability, 2009
- Autores:** Simon Clement, Philipp Tepper (ICLEI), Hendrik Acker, Dominik Seebach (Öko-Institut), Alecs Geuder, Aure Adell (Ecoinstitut Barcelona)
- Copyright:** Consórcio SMART SPP, ICLEI – Local Governments for Sustainability, 2009.
- Foto da capa:** Thorsten Rudke - <http://www.istockphoto.com>
- Aviso legal:** Toda a responsabilidade pelo conteúdo desta publicação é dos autores. Não reflecte necessariamente a opinião da Comunidade Europeia. A Comissão Europeia não é responsável por qualquer utilização das informações contidas neste documento.
- Agradecimentos:** Aos parceiros do projecto SMART SPP. Agradecemos a quem forneceu comentários: Alenka Burja (European Commission, DG Environment), Anna Warrington (Forum for the Future), Max Rolfstam (Lund University), Annie Ståhlberg (Swedish Environment Management Council, MSR), María Josefa Montejo (Cotect Foundation), Katie Sutton (Kirklees Council), Paul McKormick (Exeter City Council), Eveline Venanzoni (Swiss Federal Office for the Environment, BAFU), Milena Nalbancheva & Todor Tonev (Union of Bulgarian Black Sea Local Authorities, UBBSLA), Melissa Stults (ICLEI US), Beat von Felten (City of Zürich), Lorraine Hudson (Bristol City Council), Ramona Apostol (Corvers Procurement Services).

Incentivar a inovação e a eficiência energética através das compras

Um guia prático para autoridades públicas



Contents

Parte I – Introdução

I.1 Introdução ao guia	5
I.2 Porquê incentivar a inovação através das compras?	7

Parte II – Guia resumido

II.1 Princípios para incentivar a inovação	9
II.2 Procedimentos recomendado	10

Parte III – O guia

Passo A Identificar grupos apropriados de produtos	14
Passo B Definir a equipa de projecto	16
Passo C Definir as necessidades	19
Passo D Informar o mercado	22
Passo E Consultar o mercado	24
Passo F Seleccionar o procedimento de concurso e preparar os documentos ...	27



Parte I – Introdução

I.1 Introdução ao Guia

Este guia tem a finalidade de ajudar as autoridades públicas a **obter as soluções mais inovadoras e energeticamente eficientes através das suas compras**, em especial através de um maior diálogo com fornecedores e produtores. Neste guia uma “solução inovadora e energeticamente eficiente” pode ser considerada como uma solução que satisfaz as suas necessidades com um substancial aumento de eficiência e conseqüente redução das emissões de CO₂ equivalentes (CO₂eq.),¹ em comparação com as soluções actualmente disponíveis. O guia pode ser utilizado por qualquer autoridade pública, independentemente do seu tamanho ou localização, mas certos procedimentos poderão ser úteis apenas para grandes autoridades públicas, pois envolvem recursos financeiros e humanos adicionais.

Quem deve ler este guia?

Este guia dirige-se a compradores públicos e outros técnicos directamente envolvidos em actividades de compras públicas. As orientações dadas na Parte II supõem um certo nível de conhecimentos sobre o processo de compras e o seu enquadramento jurídico. A *Parte I* contém uma introdução ao conceito de inovação e de eficiência energética nas compras no sector público. Mais informações podem ser encontradas no website do projecto SMART SPP em www.smart-spp.eu.

Como está estruturado o guia?

O guia apresenta um procedimento desenhado para promover soluções inovadoras e fomentar um contacto activo com o mercado antes do processo de compra ocorrer. Este procedimento está dividido em 6 passos distintos, como indicado na *Figura 1*. Cada situação é diferente e não há um único procedimento para a compra da melhor solução inovadora. O procedimento aqui apresentado deve ser tratado com flexibilidade – alguns passos podem ocorrer numa ordem diferente, alguns podem ter de ser repetidos. A melhor abordagem pode depender de vários factores – incluindo o tipo de produto/serviço, a maturidade do mercado, o tamanho do contrato, o tamanho da autoridade pública, a ambição/compromisso político da autoridade pública e as competências sobre compras disponíveis. O guia contém duas partes principais:

- **Parte II – Guia resumido:** apresenta uma descrição sumária dos seis passos para a compra de soluções inovadoras e energeticamente eficientes e os respectivos princípios.
- **Parte III – Guia Detalhado:** apresenta uma descrição detalhada de cada um dos seis passos.

¹ As emissões de gases de efeito de estufa (GEE) são medidas na unidade “equivalentes de CO₂”, que reflecte o facto de existirem vários gases de efeito de estufa, para além do CO₂ (como é o caso do metano) e o seu potencial de aquecimento global, que também difere. Ao longo deste documento será usado CO₂ para simplificar.

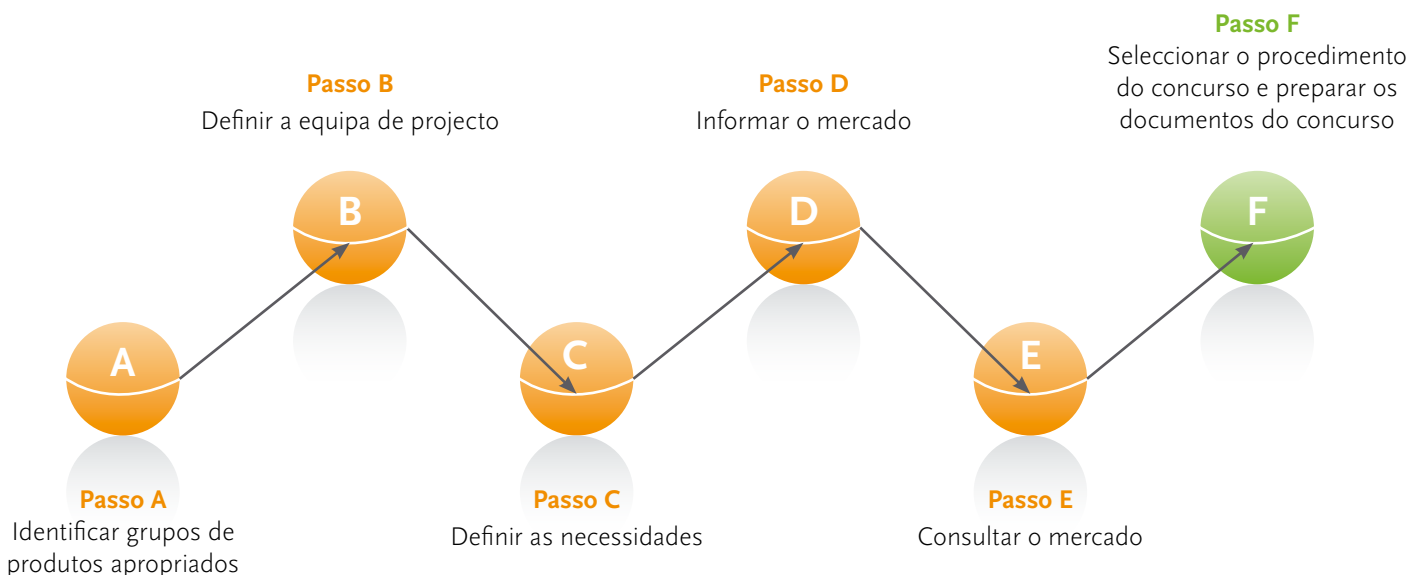
Instrumentos complementares – Avaliação do custo do ciclo de vida (LCC) e avaliação das emissões de CO₂

É muito importante ter dados claros sobre o potencial da redução das emissões de CO₂ e dos custos ao longo do tempo de vida de novas tecnologias ou soluções inovadoras energeticamente eficientes para tomar decisões de compra bem informadas e para equilibrar os custos com um melhor desempenho ambiental, de uma forma efectiva.

Os custos de aquisição são apenas uma parte de todos os custos que uma autoridade paga por um produto. Os custos de manutenção, operação e deposição final podem ser maiores do que o esperado. Portanto, para apoiar as autoridades públicas na decisão de compra mais eficiente e com maior desempenho, foi desenvolvida, para acompanhar este guia, uma ferramenta para avaliar o custo do ciclo de vida (LCC)² e as emissões de CO₂ de diferentes tecnologias ou soluções.

Figura 1

Os 6 passos para incentivar a inovação através das compras



² **Custos do ciclo de vida** são os custos para a autoridade contratante associados a um produto, ao longo do tempo em que será usado pela autoridade. Para muitos tipos de produtos e especialmente para produtos consumidores de energia, os custos de aquisição podem representar apenas uma pequena parte de todos os custos ao longo do seu tempo de vida. Assim sendo, os custos de manutenção, operação e deposição final estão incluídos quando se tem uma abordagem do custo do ciclo de vida (LCC).

I.2 Porquê incentivar a inovação através das compras?

I.2.1 Para a sua organização

Incentivar a inovação através das compras significa **tentar encontrar a solução que melhor satisfaz as suas necessidades – em termos de desempenho e de custo**. Do ponto de vista da autoridade pública, encorajar soluções inovadoras energeticamente eficientes pode significar:

- **Utilizar os seus recursos com maior eficiência, obtendo a melhor solução possível**
- **Contribuir para os objectivos locais/nacionais** – por exemplo, sobre eficiência energética e redução de emissões de CO₂

I.2.2 Para a sociedade

Se tivermos em conta uma perspectiva mais abrangente, as compras públicas podem ser vistas como **uma grande oportunidade para incentivar a inovação do mercado**. Os desafios colocados pelas alterações climáticas vão provocar um progresso tecnológico significativo para se obterem soluções energeticamente mais eficientes para as necessidades da sociedade. A palavra “Inovação” pode ter diferentes significados – desde o desenvolvimento de uma tecnologia completamente nova, a uma nova aplicação de uma tecnologia existente ou mesmo a um serviço que é abordado de forma diferente para satisfazer as suas necessidades.

O sector público, sendo um grande consumidor, tem um grande potencial para actuar como um vector de procura na promoção da inovação, tanto em produtos como em serviços.

De acordo com a Comissão Europeia, as autoridades públicas “podem fazer o uso inteligente dos seus orçamentos de compras ao exigir soluções inovadoras. Ao fazer isto, podem criar a procura necessária para o desenvolvimento de, por exemplo, autocarros mais eficientes [...]”³ Grandes associações comerciais, como a CBI em Inglaterra também apoiam esta ideia: “As compras públicas constituem o maior cliente que pode ser utilizado para catalisar a actividade de inovação na área dos negócios⁴.”

“Incentivar a inovação” cobre um leque de diferentes cenários dentro da área de compras:

- Uma autoridade deseja agir como um “cliente de lançamento” para os melhores produtos disponíveis no mercado, e, portanto, incentiva a sua penetração no mercado.
- Uma autoridade deseja comprar um produto ou serviço com um desempenho energético melhor do que o mercado pode actualmente fornecer, o que requer melhorias na tecnologia ou novas aplicações de tecnologias existentes, mas que não requer grande investigação e desenvolvimento (I&D).
- Uma autoridade deseja comprar um produto ou serviço com um desempenho energético substancialmente melhor do que o mercado pode oferecer actualmente e que requer grandes investimentos em I&D.

³ **Comissão Europeia (2006):** Comunicação da Comissão para o Conselho Europeu (Encontro informal em Lahti – Finlândia) – An innovation-friendly, modern Europe, COM(2006) 589 final. http://ec.europa.eu/growthandjobs/pdf/COM2006_589_en.pdf

⁴ **CBI (2006):** Inovação e Compras Pública. A new approach to stimulating innovation. CBI innovation brief, October 2006. <http://www.cbi.org.uk/pdf/innovprocure0307.pdf>



Parte II – Guia resumido

II.1 Princípios para incentivar a inovação

I Para obter soluções inovadoras e energeticamente eficientes para as suas necessidades referem-se em seguida algumas ideias. Ao longo do guia apresentam-se mais detalhes sobre estes pontos:

✓ **Trate o processo como um projecto específico**

O processo de compra que pretende obter soluções energeticamente eficientes deverá ser tratado como um projecto, com objectivos claros, plano de trabalhos definido, tarefas indicativas, cronograma e responsabilidades com recursos definidos.

✓ **Assegure o apoio da chefia de topo para o seu projecto**

Quanto mais alto e maior for o apoio da chefia, mais poderá conseguir e maior será o apoio que pode esperar de a organização.

✓ **Assegure-se que dispõe das competências técnicas, legais e de gestão dentro da equipa do projecto**

Um projecto complexo requer competências específicas, como gestão orçamental, conhecimentos ambientais, etc.

✓ **Identifique e comunique as suas necessidades em termos de desempenho e funções**

O primeiro passo é definir qual o desempenho ou resultado que se quer obter. Depois é importante comunicar ao mercado o desempenho ou resultado que se quer obter, de forma a que este possa sugerir a melhor forma e mais eficiente para atingir o resultado pretendido (*ver Quadro 3, Parte III*).

✓ **Considere quão “atractivo” é como cliente**

Quanto maior o contrato e também quanto maior o cliente do sector público for para um sector industrial específico, mais interessados estarão os fornecedores em manter o contacto e oferecer uma boa proposta. Se o valor do contrato é pequeno, considere se pode incentivar outras autoridades públicas a juntar-se à sua compra (*ver Quadro 2, Parte III*).

✓ **Conheça o mercado para identificar as possibilidades**

Quem melhor conhece o mercado são as próprias empresas, que conhecem as potenciais alternativas existentes, ou aquelas que estão prontas para entrar no mercado. Encontrar maneiras apropriadas de envolver o mercado, respeitando a confidencialidade e assegurando a transparência, pode ajudar em muito um comprador a identificar as possibilidades. Faça-o para além dos seus fornecedores regulares e entre em contacto com empresas médias e pequenas (PME).

✓ **Dê ao mercado um aviso atempado**

As empresas necessitam de tempo para desenvolver novas soluções. Se indicar as suas necessidades com bastante antes do início do processo de concurso (pelo menos 6 meses a um ano) é provável que a resposta do mercado seja consideravelmente melhor.

✓ **Considere os custos de ciclo de vida do produto**

Do ponto de vista económico, é de todo o interesse que não considere apenas o preço de aquisição do produto, mas também os custos de operação (especialmente consumo de energia e água), manutenção, e deposição final. No entanto, estas considerações ainda são pouco usuais entre as autoridades públicas Europeias. Um instrumento para calcular os custos de ciclo de vida de uma compra está incluído neste guia.

✓ **Use critérios não-financeiros de avaliação das propostas de forma inteligente**

Dar peso suficiente a factores como a eficiência energética (ou idealmente, emissões reais de CO₂ – veja instrumento LCC/CO₂ incluído na avaliação das diferentes ofertas é uma boa maneira de encorajar o mercado a ir o mais longe possível sem implicar um aumento considerável de custos.

✓ **Identifique e faça a gestão dos riscos**

A compra de soluções inovadoras compreende, inevitavelmente, um certo risco, técnico ou financeiro. É importante considerar cuidadosamente quais poderão ser estes riscos e certificar-se que está claramente definido quem (a autoridade pública ou o fornecedor) é responsável por este risco, e que isto está claramente incluído dentro dos documentos do concurso e do contrato. Uma fase piloto pode ajudar a reduzir substancialmente os riscos (ver Quadro 1, Parte III).

✓ **Procure ajuda externa se for necessário**

Considere a possibilidade de utilizar especialistas externos e como eles poderiam melhorar o seu resultado. Não se espera que os compradores tenham conhecimentos técnicos para todos os produtos e serviços. Para contratos maiores, poderá valer a pena procurar assistência técnica externa desde o início. As agências do governo também podem proporcionar alguma ajuda e suporte.

✓ **Comunique os seus sucessos**

Se encontrou uma solução nova e de acordo com os seus requisitos, partilhe este conhecimento com outras autoridades públicas e com o público em geral. Isto não apenas ajudará outros, mas também demonstrará publicamente o seu compromisso com a eco-inovação e também o ajudará a baixar os custos no futuro.

✓ **Monitorize os impactes**

A introdução de uma solução inovadora não termina com a assinatura do contrato. Deve monitorizar a forma como os utilizadores adoptam a inovação e identificar se há necessidade de acções adicionais. Isto pode também ser uma aprendizagem para futuras actividades de compra.

✓ **Monitorize o desempenho**

Monitorize o desempenho da solução tanto em termos económicos como de consumo de recursos para identificar desvios e aplique, se necessário, as penalidades consideradas no contrato.

II.2 Procedimento recomendado

Passo:	→ Objectivo:
 <p>Identificar grupos de produtos apropriados</p>	<p><i>Identificar quais as áreas de compras que podem ser mais apropriadas para a sua actividade de incentivo à inovação e determinar o nível de ambição desta acção.</i></p>
 <p>Definir a equipa de projecto</p>	<p><i>Formar uma equipa com competências de gestão, técnicas e legais apropriadas.</i></p>
 <p>Definir as necessidades</p>	<p><i>Definir as necessidades reais da organização que a compra deve satisfazer</i></p>
 <p>Informar o mercado</p>	<p><i>Dar ao mercado tempo suficiente para responder às suas necessidades futuras Identificar os contactos das empresas para futuras actividades de consulta do mercado (Passo E)</i></p>

? Perguntas principais:

- Que actividades de compras/grupos de produtos devem ser escolhidos?
- Qual o nosso nível de ambição (melhor produto disponível, nova tecnologia/solução, eficiência energética melhorada, etc.)?
- Que recursos temos que investir?
- Como podemos implementar uma abordagem de custos de ciclo de vida (LCC)?

! Factores de sucesso:

- Identificar políticas, estratégias e metas que podem apoiar e dirigir as suas actividades.
- Discutir as oportunidades com colegas internos relevantes.

- Que competências necessitamos para implementar o projecto?
- Existem outras organizações públicas interessadas em trabalhar connosco?
- Estas competências existem dentro da organização/consórcio ou necessitamos de assistência externa?
- Quando serão as diferentes competências necessárias?

- Assegurar que explora totalmente as competências técnicas, financeiras e de gestão disponíveis dentro da organização.
- Envolver todos os departamentos relevantes, como o do ambiente, gabinete da presidência, departamento financeiro, etc.
- Não hesitar em procurar ajuda externa.

- Que necessidades funcionais queremos que a actividade de compra satisfaça?
- Qual o desempenho de eficiência energética/emissões de CO₂ temos actualmente e qual o desempenho que queremos atingir?
- Quais as potenciais soluções que existem no mercado ou estão próximas de estar prontas para o mercado?
- Quem são os principais actores no mercado?

- Ter informações claras sobre o desempenho do seu actual produto/sistema.
- Envolver todo o pessoal relevante na sua organização
- Se não possuir conhecimentos técnicos ou de mercado, procure assistência fora da organização
- Evitar ser tecnicamente prescritivo
- Ser claro – Usar a linguagem do mercado e certificar-se que o mercado entende os seus requisitos

- Os actores do mercado relevantes estão cientes das suas intenções?
- Obtivemos interesse suficiente para uma efectiva consulta do mercado?

- Dedicar tempo e esforço suficiente para esta fase crítica
- Comunicar os seus requisitos funcionais e metas de desempenho de forma clara e o mais detalhadamente possível
- Dar às empresas tempo suficiente para reagir às suas necessidades – quanto mais tempo tiver o mercado, melhor o resultado
- Contactar tantas empresas quanto possível, incluindo pequenas e médias empresas e as que normalmente não são seus fornecedores regulares, associações comerciais e sindicatos

... continuação das páginas 10/11

Passo:	→ Objectivo:
 <p>Consultar o mercado</p>	<p><i>Avaliar as potenciais soluções que podem estar disponíveis no mercado e que satisfazem os requisitos definidos e conhecer os desenvolvimentos futuros do mercado</i></p>
 <p>Seleccionar o procedimento do concurso e preparar os documentos do concurso</p>	<p><i>Determinar qual o procedimento de compra que deverá ser usado</i> <i>Desenvolver um conjunto completo de documentos de concurso baseados nas especificações funcionais ou de desempenho</i></p>

🔍 Perguntas principais:

- Existe alguma solução/processo tecnológico ou processo contratual novo e inovador que cumpra os requisitos específicos que temos?
- Estes novos desenvolvimentos estão perto de serem apresentados no mercado?
- Existe alguma informação sobre o seu custo esperado, comparado com a prática actual?
- Existe alguma informação sobre as poupanças energéticas ou redução das emissões de CO₂, quando comparadas com a prática actual?
- Existe alguma informação sobre outros impactes ambientais (como emissões poluentes, ruído, etc.)?
- Verifique se as suas especificações baseadas no desempenho são compreensíveis e se as necessidades estão claras
- Que indicadores, normas, cálculos, metodologias, procedimentos de teste devem ser referidos na definição da documentação técnica do concurso?
- Poderemos iniciar um procedimento normal (concurso público, concurso limitado por prévia qualificação, procedimento de negociação) ou há necessidade de realizar um diálogo competitivo ou um contrato pré-comercial?

- Qual a certeza que temos sobre as soluções que o mercado pode oferecer? Já existe uma solução comercial disponível ou quase disponível no mercado?
- Podemos definir com clareza suficiente as nossas necessidades exactas nos documentos de concurso?
- Devemos testar um piloto da nova solução antes de aplicar à escala real?

❗ Factores de sucesso:

- Iniciar relações com as empresas certas – aquelas que podem demonstrar que possuem uma solução potencial.
- Tratar as informações do mercado com cuidado e procurar a verificação de terceiros.
- Certificar-se que tem assistência técnica especializada à sua disposição
- Preparar as especificações em termos de desempenho ou função, assegurando que elas são suficientemente precisas para serem entendidas da mesma maneira por todos os participantes do procedimento de concurso. Expressar os requisitos de verificação o mais claro possível.
- Assegurar que todos os custos do ciclo de vida são considerados quando comparar ofertas, não apenas os custos de aquisição e instalação.
- Fazer uso inteligente dos critérios de avaliação das propostas para encorajar o melhor desempenho possível em energia/CO₂ a um custo razoável
- Assegurar-se de que os documentos do concurso não favorecem certos participantes.
- Assegurar-se de que os documentos do concurso indica, claramente como as propostas serão avaliadas
- Incluir cláusulas contratuais que incentivem a inovação
- Assegurar-se de que são incluídas multas no contrato para desvios substanciais dos custos e do desempenho preconizados no concurso.
- Certificar-se de requerer boas provas da capacidade técnica dos concorrentes



Parte III – O guia



Passo A: Identificar grupos de produtos apropriados

-
- **Objectivo:** *Identificar quais as áreas de compras mais apropriadas para as suas actividades de incentivo à inovação e determinar o nível de ambição desta acção.*
- ❓ **Perguntas principais:**
- *Que actividades de compras/grupos de produtos devem ser escolhidos?*
 - *Qual o nosso nível de ambição (melhor produto disponível, nova tecnologia/solução, eficiência energética melhorada, etc.)?*
 - *Que recursos temos que investir?*
 - *Como podemos implementar uma abordagem do custo do ciclo de vida (LCC)?*
- ❗ **Factores de sucesso:**
- *Identificar políticas, estratégias e metas que podem apoiar e dirigir as suas actividades.*
 - *Discutir as oportunidades com colegas internos relevantes.*
-

Acções a serem tomadas

Nem todas as actividades de compra podem ser endereçadas ao mesmo tempo e algumas podem ser mais apropriadas para este tipo de actividades do que outras. Além disso, como qualquer tecnologia nova implica riscos financeiros e técnicos (*ver Quadro 1*) os decisores de topo deverão ser envolvidos nas discussões.

Para ter as respostas às perguntas acima, uma série de acções devem ser tomadas:

Estude o seu enquadramento político:

- Um forte apoio político para as compras inovadoras é algo muito valioso que ajudará a determinar o seu nível de ambição. Existe uma política definida para incentivar a inovação? Existe uma política para as alterações climáticas ou para compras ecológicas/sustentáveis? Existem outras políticas relevantes que possam apoiar as suas acções e ajudar a definir grupos apropriados de produtos (p. ex., uma política de transportes/construção sustentável)?
- Existem objectivos específicos destas políticas que possam ajudar a estabelecer os níveis de ambição? (Por exemplo, uma redução de emissões de CO₂ em 20% até 2015).
- Se não existir uma política específica para a inovação e compras, considere se poderia ser desenvolvida no futuro.

Considere a relevância das emissões de CO₂

- Certas áreas de compras podem ser consideradas de alta prioridade para incentivar inovações que possam reduzir as emissões de CO₂:
- Janelas e isolamento, sistemas de aquecimento, refrigeração e ventilação nos edifícios
- Sistemas de iluminação exterior e interior
- Transporte de mercadorias e pessoas
- Equipamento de escritório consumidor de energia, como computadores, fotocopiadoras e impressoras.

Consulte dentro da organização

- Assim que se faz uma avaliação inicial de produtos ou serviços com potencial, devem ser iniciadas discussões preliminares com os outros departamentos envolvidos, em especial:
 - **Compradores** – para determinar quando os contratos relevantes serão renovados e qual o nível de abertura e conhecimentos sobre novas tecnologias.
 - **Utilizadores finais** – para receber sugestões sobre potenciais melhoras e para determinar a abertura para mudanças.
 - **Decisores** – para obter um acordo sobre os objectivos do projecto e para determinar os recursos disponíveis, tal como para qualquer tecnologia nova.
 - **Técnicos da área financeira** – para discutir as oportunidades de implementar LCC.

Explore esquemas nacionais de apoio

- Podem estar disponíveis esquemas de apoio (técnico ou financeiro) para ajudar as autoridades públicas na compra de tecnologias inovadoras, energeticamente eficientes ou com redução de emissões de CO₂.

Exemplo: O município de Bluetown tem uma política sobre Alterações Climáticas que obriga a reduzir as emissões de CO₂ das suas actividades em 20% até 2015. Foi marcada uma reunião com o departamento de compras e a equipa de energia da equipa do departamento de ambiente para avaliar as oportunidades para atingir estes objectivos e as áreas onde uma abordagem inovadora pode ser necessária. Foi decidido que a iluminação dos escritórios seria uma boa área de trabalho, uma vez que não havia nenhum contrato de longo prazo, que a nova tecnologia LED está em desenvolvimento com grandes melhorias de eficiência e tal grupo de produtos pode ter benefícios educacionais para os funcionários.

QUADRO 1: Inovação e redução de riscos

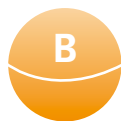
As soluções inovadoras são por sua natureza relativamente novas e não testadas. Portanto, há uma exposição a riscos potenciais – riscos técnicos (se a solução não tem o desempenho esperado) e riscos financeiros (se os custos finais superarem os esperados). Estes riscos devem ser tomados em consideração durante todo o projecto – tentando avaliar-se a extensão do risco e também quem deverá o responsável para lidar estes riscos.

- Realizar um “registo de riscos”, que é actualizado ao longo do projecto, com a finalidade de identificar riscos possíveis, a sua probabilidade de ocorrência, os impactes decorrentes da sua ocorrência e quem deveria gerir o risco
- Incluir uma fase piloto no procedimento de compra, antes de se comprometer na compra de todo o volume do produto – veja o passo F.
- Certificar-se que tem a sua disposição conhecimentos técnicos suficientes (de dentro de sua organização ou através assistência externa) para avaliar de forma correcta os riscos técnicos.
- Peça aos fornecedores para incluir uma análise dos riscos e propostas de mitigação nas suas propostas.
- Introduza cláusulas apropriadas nos contratos, indicando uma responsabilidade clara na eventualidade de problemas técnicos, ou aumento dos custos, assim como condições de renegociação dos contratos, se necessário.

Os riscos legais podem também ser considerados quando se entra em contacto com o mercado antes da compra; os passos seguintes têm como objectivo minimizar estes riscos, assegurando que os princípios básicos de transparência, tratamento igual e não discriminatório são cumpridos.



Mais informações sobre a mitigação de riscos podem ser encontradas no relatório SMART-SPP: Existing approaches to encourage innovation. Este relatório pode ser descarregado em: www.smart-spp.eu



Passo B: Definir a equipa de projecto

-
- ➔ **Objectivo:** *Formar uma equipa com competências de gestão, técnicas e legais apropriadas.*
- ❓ **Perguntas principais:**
- *Que competências necessitamos para implementar o projecto?*
 - *Existem outras organizações públicas interessadas em trabalhar connosco?*
 - *Estas competências existem dentro da organização/consórcio ou necessitamos de assistência externa?*
 - *Quando serão as diferentes competências necessárias?*
- ⚠ **Factores de sucesso:**
- *Assegurar que explora totalmente as competências técnicas, financeiras e de gestão disponíveis dentro da organização.*
 - *Envolver todos os departamentos relevantes, como o do ambiente, gabinete da presidência, departamento financeiro, etc.*
 - *Não hesitar em procurar ajuda externa.*
-

Acções a serem tomadas

Considere as competências necessárias

- Uma acção de compras inovadora pode ser considerada como um projecto. Mas deve certificar-se que dispõe de todas as competências necessárias durante toda a duração da acção:
 - **Competências de gestão de projecto:** para gerir a equipa, o fluxo de trabalho e o orçamento.
 - **Competências técnicas:** para avaliar as novas tecnologias, definir com precisão as necessidades e interagir com o mercado.
 - **Competências legais:** para assegurar que o envolvimento com o mercado e os procedimentos de compra estão legalmente correctos.

Faça parcerias com outras autoridades públicas

- Cooperar com outras autoridades públicas nas actividades de compras pode ter grandes vantagens, nomeadamente a redução dos preços e possibilidade de ter acesso a mais especialistas, com maiores conhecimentos específicos (*ver Quadro 2 abaixo sobre compras conjuntas*). Explore nas suas redes de cooperação se existem outras organizações interessadas em juntar-se no seu projecto.

Identifique os membros da equipa do projecto

- Não limite sua busca ao seu departamento, procure em toda a organização (ou parceria, no caso de compras conjuntas) para cobrir as competências necessárias já identificadas.
- As diferentes competências serão necessárias em estágios diferentes do processo. Portanto, é necessário realizar um cronograma indicativo.

Identifique outras partes interessadas dentro da organização

- O sucesso da actividade de compra e da aplicação prática da solução seleccionada requer o envolvimento de pessoas além da equipa de projecto, como as indicadas no Passo A, em especial os utilizadores finais. Outros participantes (utilizadores finais, especialistas externos) podem estar envolvidos ou serem consultados em estágios específicos, mas não necessitam fazer parte da equipa do projecto (*veja Passo C*).
-

⁵ Quando são utilizados consultores externos, há sempre o risco de que as especificações sejam adaptadas para uma empresa particular, restringindo ou mesmo anulando a competição. A autoridade contratante tem uma grande responsabilidade para evitar o tratamento preferencial de algum fornecedor de produtos ou serviços. No entanto, a autoridade contratante não deve excluir a participação dos consultores nos procedimentos de contratação. Eles devem ter a oportunidade de provar que a experiência que possuem pode evitar a distorção do processo de competição.

Considere assistência externa

- Se forem identificadas necessidades de cobrir competências específicas, pode considerar utilizar assistência externa. Distintos tipos de assistência podem estar disponíveis:
 - **Agências do governo** – certas agências proporcionam suporte em relação à inovação ou eficiência de energia.
 - **Institutos de investigação e serviços de consultoria**⁵ – para discutir oportunidades de implementação do LCC.
 - **Redes nacionais e internacionais** – Procure *know-how* de autoridades públicas nacionais e na Europa em associações profissionais e redes de cooperação.
 - **Agências de compras** – Pode ser uma opção contactar uma agência de compras e utilizar o seu *know-how*.



Exemplo: Em Bluetown foi decidido que o projecto seria dirigido pelo departamento de compras, como a equipa directamente responsável pelas compras e com experiência em gerir processos complexos de contratação. Um dos funcionários municipais da área da energia foi trazido para a equipa, para trabalhar em regime parcial e proporcionar assistência técnica. O instituto de tecnologia e investigação da universidade local foi também contactado e concordou em proporcionar assistência ocasional durante o projecto, por uma pequena quantia.

Outras organizações públicas regionais foram convidadas e a autoridade que representa as escolas locais também decidiu participar directamente na compra, conjuntamente com um administrativo que participa directamente nos encontros semanais da equipa de projecto.

QUADRO 2 – Compras conjuntas / agregação de necessidades⁶

O que são compras conjuntas?

Diz-se uma compra conjunta quando as necessidades de compra de duas ou mais autoridades públicas são realizadas conjuntamente através de um processo de concurso. Podem ser encontradas distintas combinações:

- **Centrais de compras** – organizações permanentes que compram em nome de um conjunto de autoridades públicas regionais ou nacionais e/ou estabelecem acordos quadro para essas aquisições.
- **Acordos de colaboração** – entre autoridades públicas para juntar actividades de compras numa base regular ou pontual. Podem também envolver organizações privadas.

... *continuação na página seguinte*

⁶ Para mais informações veja:

- **Compras conjuntas – combinando actividades de compras públicas**, LEAP GPP toolkit: www.iclei-europe.org/fileadmin/template/leap/user_uploads/295FG_Tool_D.pdf
- **OGC, Agregação – maior é sempre melhor?**: www.ogc.gov.uk/documents/CP0072_Aggregation-is_bigger_always_better.pdf

... continuação do QUADRO 2

O que são compras conjuntas?

Normalmente o desenvolvimento de novas soluções envolve custos elevados, pelo que as economias de escala têm um papel crucial. Para muitas tecnologias novas e inovadoras, um grande contrato pode fazer a diferença para justificar os custos de desenvolvimento e de produção e assegurar o seu financiamento.

A agregação de necessidades em actividades conjuntas de compras de várias autoridades públicas é uma abordagem recomendada para reduzir os riscos e os custos de compradores individuais e também é vantajosa em termos de partilha de conhecimentos.

Quando se deve considerar uma compra conjunta?

Como os processos de compras conjuntas são relativamente complicados e são consumidores de recursos e de tempo⁷, os seguintes factores devem ser considerados na decisão realizar uma compra conjunta:

- **Considere o sector do mercado** – As potenciais economias de escala diferem de acordo com o sector de mercado e portanto o valor da utilização de compras conjuntas também difere.
- **Coordenação das necessidades de todas as organizações** – Definir uma especificação que corresponde às necessidades de todas as organizações de um grupo de compras pode ser difícil e consumir muito tempo. O alinhamento de datas de renovação dos contratos pode também ser problemático. Considere compras conjuntas apenas se as necessidades de todos puderem ser satisfeitas de forma adequada.
- **Evite basear-se num único fornecedor** – Se a compra conjunta atrair apenas grandes fornecedores que não dependem de contratos públicos e, portanto, possuem fortes posições de negociação, os compradores podem arriscar-se a tornarem-se completamente dependentes destes fornecedores.
- **Evite excluir pequenas e médias empresas** – As empresas mais pequenas podem estar automaticamente excluídas dos grandes contratos devido à sua situação geográfica ou capacidade de fornecimento. Isto poderá privar os compradores de ofertas de produtos ou serviços inovadores e ofertas orientadas para nichos de mercado. O uso de lotes separados pode ser uma solução para ultrapassar este problema.
- **Considere o tamanho do consórcio** – Apesar de ser improvável sob a lei Europeia de competição⁸, se o seu consórcio é grande, vale a pena ter uma opinião legal se poderá ser considerado comportamento de cartel.

⁷ Isto poderá ser correcto pelo menos para a autoridade que coordena o processo; para as outras autoridades públicas que participam, podem existir grandes vantagens em termos do tempo despendido no processo em comparação com um processo de compra conduzido apenas na sua organização.

⁸ Para estar sujeito às leis de competição deve estar envolvido numa actividade económica. Dado que os produtos ou serviços estão a ser comprados para a utilização na própria organização, a legislação não deverá ser aplicada neste caso.



Passo C: Definir as suas necessidades

- ➔ **Objectivo:** *Definir as necessidades reais da organização que a compra deve satisfazer*
- 🔍 **Perguntas principais:**
 - *Que necessidades funcionais queremos que a actividade de compra satisfaça?*
 - *Qual o desempenho de eficiência energética/emissões de CO₂ temos actualmente e qual o desempenho que queremos atingir?*
 - *Quais as potenciais soluções que existem no mercado ou estão próximas de estar prontas para o mercado?*
 - *Quem são os principais actores no mercado?*
- 📌 **Factores de sucesso:**
 - *Ter informações claras sobre o desempenho do seu actual produto/sistema.*
 - *Envolver todo o pessoal relevante na sua organização*
 - *Se não possuir conhecimentos técnicos ou de mercado, procure assistência fora da organização*
 - *Evitar ser tecnicamente prescritivo*
 - *Ser claro – Usar a linguagem do mercado e certificar-se que o mercado entende os seus requisitos*

Acções a serem tomadas

Ao incentivar a inovação através das compras, um dos passos mais importantes é repensar as suas necessidades. Pense em termos do resultado funcional que deseja atingir, e não em termos de uma solução técnica específica para se chegar àquele resultado – compras inovadoras deverão permitir ao mercado encontrar a melhor solução. A definição das suas necessidades funcionais e a eficiência energética a atingir vão estabelecer os parâmetros básicos da sua actividade de compra (*ver Quadro 3*).

Defina as necessidades funcionais

- Dentro da equipa de projecto e em consulta directa com os utilizadores finais, faça uma lista de características que o ajudarão a definir as suas necessidades funcionais; para iluminação, por exemplo, poderia considerar as necessidades de iluminação que diferentes partes do prédio têm a diferentes horas do dia, a intensidade da luz e a cor da luz.
- Defina as características tanto quanto possível, sem ser demasiado descritivo tecnicamente. Com o progresso do projecto, as suas necessidades serão com certeza refinadas. A consulta e o diálogo com o mercado são actividades que ajudarão a assegurar que as expressões correctas são usadas, especialmente quando se trata de novos produtos e serviços inovadores.

Defina o desempenho energético/emissões de CO₂ actual

- Para avaliar os impactes potenciais de sua actividade de compras – tanto em termos financeiros como em termos de poupanças de energia/CO₂ – é necessário ter informações claras sobre o desempenho de seu produto ou sistema actual. Ter estas informações pode também ajudar a comunicar os benefícios potenciais dentro da sua organização para assegurar apoio.
- A *ferramenta LCC/CO₂* que acompanha este documento pode ser usada para esta tarefa.

Defina os seus objectivos de eficiência energética/redução de emissões de CO₂

- Ter uma meta mínima é um importante ponto de partida para actividades de envolvimento do mercado. Pode ter uma política com objectivos pré-estabelecidos ou pode ter um objectivo mais flexível de simplesmente melhorar a eficiência energética ou reduzir as emissões de CO₂. Ter uma equipa com conhecimentos técnicos e sobre o mercado ajudará a fazer uma estimativa para estabelecer objectivos realistas.
- O objectivo definido pode ser ajustado antes da realização do processo de concurso, de acordo com os conhecimentos obtidos com os contactos com o mercado: a partir daí é possível identificar se o objectivo definido anteriormente é demasiado exigente ou demasiado fácil. O uso de critérios de majoração no processo de compra (*ver Passo F*) pode também ajudar a obter resultados além dos objectivos mínimos.



Faça uma pesquisa inicial do mercado

- Nesta fase uma pesquisa inicial do mercado pode ajudar a a) familiarizar-se com potenciais soluções existentes e b) identificar os principais actores do mercado, como associações comerciais e principais fornecedores.
- Neste estágio o objectivo da pesquisa não é definir os documentos do concurso, mas para identificar o leque de soluções existentes no mercado, sem se decidir por alguma delas em particular.
- Vários tipos de pesquisa podem ser úteis:
 - Folhetos de empresas, websites e telefone
 - Bases de patentes (como esp@cenet), conselhos de especialistas em patentes
 - Participação em feiras comerciais, salões de mostra e associações comerciais e outras redes podem também ser fontes úteis de informações sobre as tendências do mercado.

Exemplo: Bluetown estabeleceu um objectivo de redução das emissões de CO₂ em 20%. O técnico da área da energia investigou em primeiro lugar o consumo actual dos três edifícios de escritórios a serem incluídos no projecto e a autoridade que representa as escolas locais forneceu dados médios dos últimos 5 anos.

Para definir as necessidades, foi pedido à universidade que ajudasse a propor os indicadores utilizados pela indústria para definir o desempenho da iluminação (luminosidade, cor, ângulo de radiação, lúmens por watt, etc.). Os utilizadores finais foram então consultados directamente sobre suas necessidades de iluminação nas mesas e nas salas. Os padrões semanais de uso das distintas partes dos escritórios e de uma escola típica foram então detalhados, assim como uma descrição da luz natural existente (superfície e orientação das janelas, reflexão das paredes). Estes resultados foram coligidos numa descrição completa das necessidades.

A investigação indicou que recentes avanços da tecnologia LED poderiam proporcionar soluções para iluminação interna, mesmo que o mercado esteja ainda numa fase preliminar.

QUADRO 3 – Especificações funcionais ou baseadas no desempenho

O que são e porque ajudam?

Uma especificação baseada no desempenho (ou no “resultado”) é uma especificação que descreve a função ou o desempenho a ser atingido, ao invés de especificar o produto ou o serviço para atingir este objectivo. Em outras palavras, foca-se nas suas necessidades e deixa o mercado sugerir a melhor maneira destas necessidades serem satisfeitas, sem ser tecnicamente descritivo. Alguns exemplos estão na *Tabela 1* abaixo. Por exemplo, uma escola procura substituir o seu equipamento de iluminação:

- **Especificação tradicional:** “Fornecimento e instalação de XXX lâmpadas de XXX watts e XXX luminárias”
- **Especificação funcional:** “As salas de aula necessitam de serem iluminadas com a qualidade XX durante XX horas por dia. Os corredores devem ser iluminados com a qualidade YY durante YY horas por dia...”

... continuação na página seguinte

...continuação do QUADRO 3

As características de desempenho ambiental podem também ser formuladas desta maneira:

- **Especificação baseada no desempenho:** O consumo de electricidade do sistema de iluminação instalado deve ser XX% menor do que o sistema actual

Critérios funcionais ou baseados no desempenho podem ser usados como especificações técnicas (mínimas) ou como critérios de majoração (ou uma combinação de ambos). Para mais informações sobre o uso de critérios de adjudicação, ver Fase F.

Enquadramento legal

Nos concursos públicos as especificações técnicas podem ser definidas por referência a normas ou em termos de desempenho ou requisitos funcionais⁹. As especificações técnicas devem:

- Dar aos fornecedores uma ideia clara do que a autoridade contratante está à procura
- Assegurar a comparação entre as distintas propostas recebidas e assim permitir uma competição justa

A redacção de uma especificação técnica utilizando requisitos de desempenho ou funcionais pode exigir mais cuidado em relação à satisfação destes requisitos. Seja cuidadoso para chegar ao equilíbrio correcto entre deixar espaço ao fornecedor para propor soluções inovadoras e ao mesmo tempo ser bastante preciso para permitir a adjudicação do contrato.

TABELA 1: Especificação técnica e especificação baseada no desempenho

Especificação técnica	Especificação baseada no desempenho
<i>Substituição de uma caldeira a óleo com uma capacidade de aquecimento de X.</i>	<i>Sistema de aquecimento desenhado para aquecer a Sala X a uma temperatura de X durante X horas por dia, e a Sala Y a uma temperatura de Y durante Y horas por dia, com um consumo de energia primária de Z.</i>
<i>Aquisição de veículos movidos a gasolina com X assentos e potência de X cavalos-vapor (bhp)</i>	<i>Aquisição de um veículo com X assentos, volume de bagagem X, com velocidade máxima de pelo menos X, distância mínima percorrida de X antes de reabastecer, tempo de abastecimento de não mais que X e um consumo médio de energia primária por km de X.</i>

⁹ Esta possibilidade foi introduzida nas novas Directivas Europeias de Compras (2004/17/EC & 2004/18/EC), que estabelecem o quadro legal para todo o sector público europeu de compras de mercadorias, trabalhos e serviços. Esta medida foi introduzida com o objectivo de substituir a prática comum das autoridades públicas de dar vantagem a produtos e serviços padronizados ao invés de novas e inovadoras soluções.



Passo D: Informar o mercado

- ➔ **Objectivo:** *Dar ao mercado tempo suficiente para responder às suas necessidades futuras. Identificar os contactos das empresas para futuras actividades de consulta do mercado (Passo E).*
- ❓ **Perguntas principais:**
- Os actores do mercado relevantes estão cientes das suas intenções?
 - Obtivemos interesse suficiente para uma efectiva consulta do mercado?
- ❗ **Factores de sucesso:**
- Dedicar tempo e esforço suficiente para esta fase crítica
 - Comunicar os seus requisitos funcionais e metas de desempenho de forma clara e o mais detalhadamente possível
 - Dar às empresas tempo suficiente para reagir às suas necessidades – quanto mais tempo tiver o mercado, melhor o resultado
 - Contactar tantas empresas quanto possível, incluindo pequenas e médias empresas e as que normalmente não são seus fornecedores regulares, associações comerciais e sindicatos

Acções a serem tomadas

Dar informações claras sobre os próximos requisitos de compras com antecedência suficiente aumenta a capacidade dos fornecedores para responder a estes requisitos.

Identificar canais de informações apropriados ao mercado

- Procure além dos seus fornecedores regulares – as soluções inovadoras podem vir de qualquer lugar – e maximize a sua cobertura geográfica, tentando encontrar pequenas e médias empresas, que podem não fazer negócios com organizações públicas habitualmente.
- Procure além dos seus canais actuais de comunicação – tente considerar quais os canais de comunicação que melhor podem chegar junto de empresas inovadoras. Deve-se contar as associações e câmaras de comércio, consultar revistas especializadas e visitar exposições e feiras. O uso de redes nacionais e internacionais de autoridades públicas pode também ajudar a identificar potenciais fornecedores para serem contactados.
- Efectuar contacto com as empresas pode ser consumidor de tempo, mas é um passo crítico para o sucesso do seu processo de compra. Dedique tempo suficiente a esta tarefa.

Publique os seus requisitos e gere interesse

- Produza uma Nota Preliminar de Informações (NPI)¹⁰ baseada na definição das suas necessidades definidas no *Passo C*. Pode depois ser publicada directamente pelos canais de informação ao mercado identificados acima e também publicada na website da sua organização.
- Pode também enviar a NPI directamente às empresas que identificou como potencialmente interessantes.
- No âmbito da NPI, devem ser dadas informações claras sobre as necessidades definidas, tipo de utilização e desempenho esperado do produto ou serviço a adquirir.
- No âmbito da NPI, as empresas devem ser convidadas a declarar o seu interesse em concorrer no futuro processo de compra e em participar nas próximas actividades de consulta do mercado.
- Para assegurar uma completa transparência, deverão ser dadas informações claras, no âmbito da NPI, de como as actividades de consulta do mercado no *Passo E* serão organizadas. Dependendo da abordagem a ser escolhida, a NPI pode também ser usada para pedir aos fornecedores que submetam propostas por escrito.

¹⁰ Uma Nota Preliminar de Informação (NPI) é uma declaração publicada de uma autoridade pública indicando que iniciará um processo de compra para um produto ou serviço no futuro. Esta é uma forma bem estabelecida de comunicação preliminar e pode ser publicada em revistas relevantes como a Tenders Electronic Daily (TED – <http://ted.europa.eu>).

Organize seminários para fornecedores potenciais

- Organize um seminário para potenciais fornecedores onde poderá explicar os seus requisitos de forma detalhada e responder às questões dos fornecedores. Esta pode ser uma forma efectiva de despertar o interesse do mercado e também de clarificar melhor os seus requisitos.
- Estes seminários podem simplesmente fornecer informações e dar oportunidade aos fornecedores de colocarem questões ou podem ser organizados na forma de um diálogo técnico com o objectivo de promover uma discussão mais detalhada sobre as soluções com potencial – este segundo tipo de seminário é explorado com mais detalhes na fase de consulta do mercado (*Passo E*).
- Estes seminários devem estar abertos a qualquer empresa interessada em participar através dos canais de informações ao mercado identificados anteriormente.



Exemplo: Bluetown desenvolveu uma NPI baseada na descrição das necessidades resultantes do Passo C que foi publicada tanto no jornal nacional de compras como na Revista Oficial da União Europeia (OJEU). Além disso, as associações nacionais de fabricantes de luminárias e de LEDs foram directamente contactadas e concordaram em publicar a NPI nas suas revistas, enviadas para todos os membros. Fabricantes específicos de iluminação LED identificados durante a actividade inicial de pesquisa de mercado no Passo C receberam a NPI directamente.

Foi pedido aos fornecedores para formalizar o seu interesse e foram informados que os que o fizessem seriam convidados a participar em discussões directas numa fase posterior, antes do processo de concurso.



Passo E: Consultar o mercado

- ➔ **Objectivo:** *Avaliar as potenciais soluções que podem estar disponíveis no mercado e que satisfazem os requisitos definidos e conhecer os desenvolvimentos futuros do mercado*
- ❓ **Perguntas principais:**
- Existe alguma solução/processo tecnológico ou processo contratual novo e inovador que cumpra os requisitos específicos que temos?
 - Estes novos desenvolvimentos estão perto de serem apresentados no mercado?
 - Existe alguma informação sobre o seu custo esperado, comparado com a prática actual?
 - Existe alguma informação sobre as poupanças energéticas ou redução das emissões de CO₂, quando comparadas com a prática actual?
 - Existe alguma informação sobre outros impactes ambientais (como emissões poluentes, ruído, etc.)?
 - Verifique se as suas especificações baseadas no desempenho são compreensíveis e se as necessidades estão claras
 - Que indicadores, normas, cálculos, metodologias, procedimentos de teste devem ser referidos na definição da documentação técnica do concurso?
 - Poderemos iniciar um procedimento normal (concurso público, concurso limitado por prévia qualificação, procedimento de negociação) ou há necessidade de realizar um diálogo competitivo ou um contrato pré-comercial?
- ⚠ **Factores de sucesso:**
- Iniciar relações com as empresas certas – aquelas que podem demonstrar que possuem uma solução potencial.
 - Tratar as informações do mercado com cuidado e procurar a verificação de terceiros.
 - Certificar-se que tem assistência técnica especializada à sua disposição

Acções a serem tomadas

Um diálogo com o mercado efectivo e cuidadosamente organizado é uma forma de adquirir conhecimentos sobre o que o mercado pode oferecer em resposta às suas necessidades.

Embora seja importante estar preparado para a consulta do mercado, é também importante permanecer flexível, considerando simultaneamente potenciais soluções inovadoras.

QUADRO 4: Enquadramento legal das consultas ao mercado

Há uma distinção legal entre a pesquisa de mercado, as actividades de consulta do mercado e diálogo técnico:

a) A pesquisa de mercado e a consulta do mercado não se centram numa solução específica ou especificações concretas (isto é, a autoridade contratante está já a fazer uma escolha específica), mas sobre as possibilidades e oportunidades que os fornecedores podem oferecer. Como estas actividades são meramente preparatórias e são parte das reflexões internas da autoridade contratante, elas não estão sujeitas a uma revisão¹¹.

... continuação na página seguinte

¹¹ Não podem ser objecto de uma reclamação sob a Directiva Remedial (de acordo com o caso Stadt Halle (C-26/03))

... continuação do QUADRO 4

b) Um diálogo técnico tem o objectivo de chegar à definição das especificações ou a uma panorâmica dos requisitos. Estas actividades são consideradas dentro do âmbito do processo de compra e, portanto, podem ser revistas, de acordo com a legislação Europeia sobre compras.¹²

Um exemplo concreto desta distinção é a situação em que uma autoridade contratante inicia uma pesquisa de mercado quando quer saber o que o mercado pode oferecer sobre veículos a gasolina energeticamente eficientes e/ou veículos eléctricos. Se, por exemplo, a escolha foi no sentido de veículos eléctricos, um diálogo técnico pode ser iniciado para ajudar a definir os requisitos exactos.

Como na prática é difícil saber onde está a linha entre as duas situações, qualquer forma de consulta do mercado, qualquer interacção com o mercado deve estar organizada de forma a não infringir o livre movimento de bens e os princípios derivados (igualdade de tratamento, não discriminação, transparência e reconhecimento mútuo).

A autoridade contratante pode reduzir o número de partes que consulta se seguir um procedimento de não-discriminação. Este procedimento, acompanhado de um acordo de confidencialidade, deve ser redigido e publicado previamente. Recomenda-se uma consulta jurídica nestes casos.

Determine o método de consulta:

Diferentes tipos de actividades de consulta podem ser implementados com vários tipos de combinações:

a) Seminários e workshops abertos: O início de um diálogo com um grupo de fornecedores sobre as questões chave mencionadas acima pode ser mantido com os fornecedores interessados. Como o fórum é público, este formato não vai, muito provavelmente, fornecer informações detalhadas sobre desenvolvimentos técnicos confidenciais ou sobre aspectos de preços. Para tal é necessário uma forma de comunicação fechada.

b) Solicitação de propostas por escrito: Peça aos fornecedores para submeterem propostas provisórias, contendo informações, por exemplo, sobre:

- A solução técnica proposta e sua funcionalidade
- Informações sobre as poupanças de CO₂/energia que podem ser atingidas
- O estado actual de desenvolvimento da solução proposta e prontidão de entrada no mercado
- Indicações de custo
- Riscos potenciais
- Normas de teste utilizadas para determinar os valores apresentados e os resultados de desempenho

As informações recebidas nestas propostas não devem, entretanto, ser usadas para excluir fornecedores de participar nos processos e no concurso e este facto deve ser comunicado antecipadamente.

Provavelmente haverá a necessidade de realizar acordos de confidencialidade com os fornecedores para se obterem informações úteis. Um compromisso de confidencialidade poderá mesmo estar indicado na NPI.

¹² Artigo 8 da Directiva 2004/18

c) Discussões fechadas: A forma mais directa de comunicação será manter discussões directas com os potenciais fornecedores, um a um, em reuniões fechadas. Nestas discussões fechadas é essencial assegurar que os princípios básicos da não discriminação, transparência e igualdade de tratamento serão cumpridos. Os resultados destes encontros devem, portanto, ser documentados. Quando realizados antes do processo formal de compra, o resultado destes encontros não deve restringir a potencial competição entre fornecedores, mas abrir o processo de compra a outras alternativas. Novamente, acordos de confidencialidade serão provavelmente necessários.

Defina os participantes no processo de consulta:

- Para assegurar igual acesso a todos os operadores do mercado, todas as empresas, que em resposta à NPI, indicarem interesse, bem como os participantes nos seminários de informação devem ser convidados a participar.
- Será necessário assegurar que tem capacidade (dentro da equipa do projecto ou com assistência externa) de discutir os aspectos técnicos mais importantes e ter uma visão geral das implicações das possíveis soluções sobre a sua organização.
- Outros actores, como institutos de investigação e universidades, podem também ser convidados a participar nas actividades de consulta. A sua presença pode estimular a interacção entre a autoridade contratante e o mundo da investigação. Além disso, estas organizações podem proporcionar elementos valiosos sobre o estágio de desenvolvimento de certas tecnologias.

Publique informações sobre os resultados do processo de consulta:

- Para assegurar transparência e igualdade de tratamento, é aconselhável a publicação dos resultados da consulta de mercado on-line, evidentemente sem revelar qualquer informação confidencial que tenha sido fornecida. Esta publicação deve marcar o final oficial desta fase.

Exemplo: Em Bluetown as 20 empresas que responderam à NPI foram convidadas a comparecer num workshop com o objectivo de melhor entender como o mercado poderia responder às necessidades descritas na NPI e como estas necessidades poderiam ser mais detalhadas. No workshop, os fornecedores tiveram a oportunidade de discutir directamente e em particular com a autoridade contratante, com o objectivo de fornecer informação confidencial sobre as suas soluções. Um acordo de confidencialidade foi assinado com todas as empresas que aproveitaram esta opção.

A consulta indicou que a descrição das necessidades foi no geral bem entendida. Os fornecedores sabiam que, dentro de 6 meses, seriam apresentadas ao mercado soluções com uma relação custo-benefício adequado que poderiam responder ao processo de concurso, mas que a tecnologia LED era nova e pouco testada. Era necessário esclarecer certos requisitos sobre as oportunidades e os custos envolvidos na instalação inicial e aspectos relacionados com a compatibilidade da tecnologia.

A equipa do projecto também decidiu pesquisar os resultados de projectos piloto de iluminação LED interior que estavam a iniciar na Europa e utilizar estas informações para desenvolver melhor as especificações baseadas no desempenho.

Passo F: Seleccionar o procedimento do concurso e preparar os documentos do concurso



- ➔ **Objectivo:** *Determinar qual o procedimento de compra que deverá ser usado. Desenvolver um conjunto completo de documentos de concurso baseados nas especificações funcionais ou de desempenho*
- ❓ **Perguntas principais:**
 - *Qual a certeza que temos sobre as soluções que o mercado pode oferecer? Já existe uma solução comercial disponível ou quase disponível no mercado?*
 - *Podemos definir com clareza suficiente as nossas necessidades exactas nos documentos de concurso?*
 - *Devemos fazer um teste inicial da nova solução antes de aplicar à escala real?*
- ❗ **Factores de sucesso:**
 - *Preparar as especificações em termos de desempenho ou função, assegurando que elas são suficientemente precisas para serem entendidas da mesma maneira por todos os participantes do procedimento de concurso. Expressar os requisitos de verificação o mais claro possível.*
 - *Assegurar que todos os custos do ciclo de vida são considerados quando comparar ofertas, não apenas os custos de aquisição e instalação.*
 - *Fazer uso inteligente dos critérios de avaliação das propostas para encorajar o melhor desempenho possível em energia/CO₂ a um custo razoável*
 - *Assegurar-se de que os documentos do concurso não favorecem certos participantes.*
 - *Assegurar-se de que os documentos do concurso indica, claramente como as propostas serão avaliadas*
 - *Incluir cláusulas contratuais que incentivem a inovação*
 - *Assegurar-se de que são incluídas multas no contrato para desvios substanciais dos custos e do desempenho preconizados no concurso.*
 - *Certificar-se de requerer boas provas da capacidade técnica dos concorrentes*

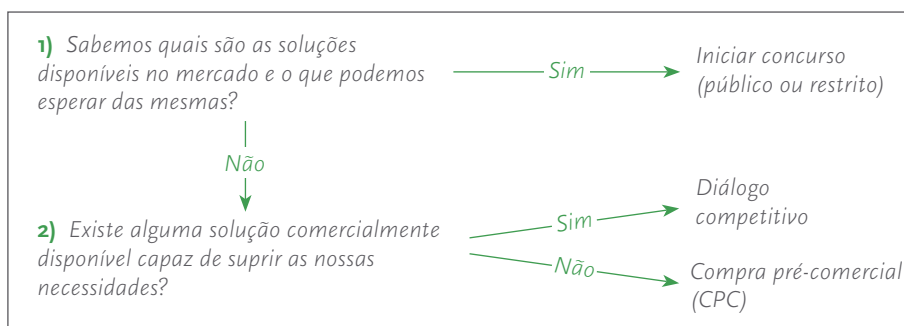
Determinar o procedimento do concurso

Dependendo dos resultados da consulta do mercado obtidos no Passo E, assim poderá determinar a forma mais apropriada para o procedimento de concurso e preparar os documentos necessários.

Existem três tipos principais de procedimentos de concurso considerados neste guia:

- a) **Procedimentos de concurso normais** – concurso público ou restrito – para um teste inicial ou uma actividade completa de compra
- b) **Diálogo competitivo** – para ser utilizado em contratos particularmente complexos, permitindo que, dentro do processo de concurso, as especificações sejam definidas em discussões com vários potenciais fornecedores
- c) **Contratação pré-comercial** – Para a aquisição de serviços de investigação e desenvolvimento, ou seja, para o desenvolvimento pré-comercial de um produto ou serviço.

Para determinar qual o tipo de procedimento adequado ao seu caso, duas perguntas devem ser feitas após as suas actividades de consulta do mercado:



Utilizar um procedimento de concurso normal

Para assegurar que resultados inovadores são incentivados nos documentos de um procedimento de concurso normal, alguns aspectos devem ser assegurados:

a) Use especificações funcionais, baseadas no desempenho: Como introduzido no *Passo C*, as especificações introduzidas nos documentos de concurso devem ser expressas, tanto quanto possível, em termos da função requerida ou dos resultados do desempenho (*mais informações podem ser encontradas no Quadro 3 do Passo C*). Ao finalizar estas especificações, as seguintes condições devem ser levadas em consideração:

- **Assegure-se que são compreensíveis e comparáveis** – Certifique-se que definiu as suas especificações funcionais ou baseadas no desempenho de forma a que o mercado compreenda – usando indicadores, normas, procedimentos de teste, etc. aceites – e que estas especificações são suficientemente precisas para assegurar que são entendidas da mesma maneira por todos os participantes do processo de concurso. Para isso, utilize a experiência ganha durante o envolvimento com o mercado (fases D e E). Procure encontrar o equilíbrio entre deixar espaço para que o fornecedor proponha soluções inovadoras e ao mesmo tempo ser suficientemente preciso para permitir a adjudicação do contrato.
- **Assegure a neutralidade** – Os requisitos não devem afectar o resultado do concurso a favor de um determinado participante. Se utilizar especificações baseadas na função ou no desempenho isto é bastante improvável. Ainda assim, as suas especificações podem ainda requerer o uso de alguns critérios técnicos descritivos (por exemplo, para assegurar interoperabilidade), de forma que tenha em consideração o aspecto da não discriminação.
- **Peça provas de capacidade técnica** – Certifique-se que pediu provas adequadas de capacidade técnica aos competidores. É também importante considerar como os competidores podem provar a sua capacidade técnica, pois a oferta de uma solução inovadora pode requerer capacidades especiais.

Também será necessário considerar se os critérios que estabeleceu são padrões mínimos (ou seja, especificações) ou padrões preferidos (ou seja, critérios de avaliação e adjudicação – critérios de majoração) – ver secção “Definição de critérios de adjudicação”.

b) Use uma abordagem do custo do ciclo de vida para avaliar financeiramente as propostas: Para fazer uma comparação financeira completa das propostas, um modelo de avaliação do custo do ciclo de vida (LCC) deve ser aplicado. A *ferramenta LCC/CO₂*, que acompanha este guia pode ser usada para esta finalidade.

c) Definição de critérios de adjudicação:

- A abordagem da Oferta Mais Economicamente Vantajosa (OMEV) é um pré-requisito para comparar de forma apropriada as diferentes propostas recebidas.
- Ao avaliar uma proposta a abordagem LCC deve ser usada (veja acima).
- Critérios não financeiros (de qualidade) podem incluir vários aspectos, como por exemplo a credibilidade e capacidade do fornecedor, ou as garantias de manutenção e de fornecimento de consumíveis. Podem também incluir critérios de desempenho ambiental como eficiência energética/emissões de CO₂.
- Aconselha-se que as propostas sejam avaliadas pela sua eficiência energética/emissões de CO₂, mesmo que sejam estabelecidos requisitos mínimos nas especificações. Assim, incentiva-se um melhor desempenho dos produtos/serviços, desde que este critério tenha um peso suficiente na avaliação¹³.
- É importante ser claro sobre quais os critérios que serão avaliados nas propostas no convite para o concurso. O peso de cada critério deve também ser indicado, como um número exacto ou um intervalo significativo.

¹³ Por exemplo: quando faz a compra de um veículo pequeno para utilizar nos serviços de assistência domiciliária de uma autoridade local, defina a eficiência do combustível como um mínimo de 17 km por litro, para uma condução mista, na especificação técnica. Como um critério de adjudicação indique o consumo de combustível em km/l. Por cada km acima de 17 km por litro deverá adicionar x pontos na avaliação. De forma alternativa, a este valor deverá ser usado numa avaliação de LCC. Retirado de: *Environment and public procurement – Guidance on criteria development; A common project between the EU-commission services (DG ENV) and the Nordic Council of Ministers, 2007.*

- Novamente, a ferramenta anexa de avaliação de *LCC/CO₂ para compradores* pode ser aplicada para uma completa avaliação das propostas.
- Uma comparação justa de propostas poderá requerer uma avaliação por uma comissão composta por utilizadores finais, advogados e especialistas técnicos (*ver Passo B*).

d) Colocar inovação no contrato:

- Dados os riscos inerentes às soluções inovadoras, assegure-se de que no contrato estes riscos são pelo menos parcialmente suportados pelo fornecedor, estabelecendo penalidades ou compensações apropriadas em caso de não serem atingidos os níveis de desempenho indicados na proposta original.
- Em contratos de longa duração (como o fornecimento de serviços de tecnologia de informação) inclua cláusulas contratuais que obriguem o fornecedor a utilizar tecnologias novas e eficientes à medida que estas passam a estar disponíveis no mercado (dentro de certos limites orçamentais). Os esquemas sugeridos pelo fornecedor podem também ser usados como um motor de melhoria contínua.
- Outras cláusulas potenciais, especialmente para soluções altamente inovadoras, incluem:
 - Cláusulas que permitem flexibilidade para possíveis alterações no desempenho, tempo de entrega, etc. em caso de problemas justificados no desenvolvimento de novas tecnologias.
 - Cláusulas que estabeleçam marcos, durante o contrato, para revisões periódicas e acordos com o objectivo de decidir como avançar ou parar. Aqui é possível incluir, por consentimento comum, prémios em caso de conclusão antecipada.
 - Cláusulas que estabelecem um método atractivo de pagamento, no caso de se estar a incentivar a inovação (pré-pagamento de parte das actividades de I&D, gerência do financiamento por terceiros, etc.)
 - Cláusulas que permitem a subcontratação de universidades ou outras fontes de conhecimentos e tecnologia
 - Cláusulas que incluem um acordo no sentido de fazer referência à empresa na fase de promoção dos resultados alcançados com os produtos ou serviços inovadores adquiridos.

e) Piloto:

Como a compra de soluções inovadoras tem, inevitavelmente, um grau de incerteza – técnica ou financeira – associada à capacidade da solução para satisfazer as suas necessidades, uma opção para dar alguma segurança adicional é implementar uma fase piloto. Isto pode significar:

- Efectuar um procedimento de concurso para a compra de um pequeno volume para testar a solução ou soluções propostas, ou
- Introduzir uma fase de testes no processo de concurso. Isto significa declarar que a autoridade se compromete a adquirir todo o volume de produto a ser comprado, desde que a solução seleccionada tenha um desempenho satisfatório durante a fase piloto. Se o desempenho for insatisfatório, o contrato será cancelado.

A segunda abordagem tem a vantagem de o fornecedor poder ter a certeza de um determinado volume de vendas, se tiver sucesso. A primeira abordagem pode ser cara, por não atingir uma economia de escala.

Exemplo: Baseada nas informações do mercado recolhidas durante o Passo E, Bluetown optou por um procedimento de concurso normal, mas devido ao facto da tecnologia ainda não ter sido muito testada, optou por uma fase piloto dentro do contrato, para ser realizada numa zona específica de um edifício de escritórios e numa escola.

Embora a informação do mercado indicasse que a única solução que potencialmente satisfaria as necessidades era a tecnologia LED, esta tecnologia não foi requerida nas especificações, que foram baseadas nas necessidades funcionais e de desempenho identificadas.

No final, foram recebidas oito propostas que satisfaziam os requisitos mínimos. Trabalhando em conjunto com o fornecedor seleccionado, a fase piloto de 6 meses teve bons resultados e em consequência todo o volume de sistemas de iluminação foi instalado.



Utilizar o Diálogo Competitivo

! Factores de sucesso:

- *Respeite os princípios de transparência, igualdade de tratamento e não discriminação, em especial durante a fase de diálogo*
- *Reembolso – Para compensar o envolvimento de fornecedores na fase de diálogo, considere um reembolso apropriado*
- *Confidencialidade – a preocupação, por parte dos fornecedores, de que informações possam ser reveladas aos competidores pode ser uma barreira para a entrada num diálogo. Assegure a segurança de informação confidencial logo na comunicação do contrato.*

Se ainda existe alguma incerteza após as actividades de consulta do mercado, pode optar por utilizar um procedimento de Diálogo Competitivo¹⁴. Esta incerteza pode ser em termos de:

- Definição dos meios técnicos necessários para satisfazer as suas necessidades, ou
- O quadro legal e financeiro do relacionamento contratual

O procedimento de diálogo competitivo é um procedimento flexível para utilizar em projectos complexos onde há a necessidade da autoridade contratante discutir todos os aspectos do contrato proposto com potenciais fornecedores. O diálogo competitivo permite uma discussão com fornecedores e empresas inovadoras, durante o procedimento da compra, para permitir que estes desenvolvam uma solução baseada num melhor entendimento das necessidades exactas da autoridade. É diferente do procedimento de negociação, em que o diálogo acontece antes das propostas finais serem submetidas.

O procedimento de diálogo competitivo:

Um esquema geral do processo está representado na *Figura 2*.

Em vez de publicar um convite para o concurso, contendo uma especificação detalhada, a Notificação Inicial de Contrato e o documento descritivo deverão conter uma indicação clara das necessidades e dos requisitos para os quais as soluções devem ser propostas – de forma similar às especificações baseadas na função e no desempenho descritas acima. Os critérios de avaliação e adjudicação, em relação aos quais as propostas finais serão avaliadas, devem também ser especificados desde o princípio.

A fase de diálogo pode acontecer em vários estádios e normalmente terá lugar com todos os fornecedores, em separado. O número de participantes pode ser reduzido através de um pedido para submeterem propostas preliminares por escrito, sendo as melhores seleccionadas para continuação do processo. Se pretende utilizar esta abordagem deverá ser comunicado na Notificação do Contrato.

Durante o processo de diálogo, deve pedir aos participantes para apresentarem as suas propostas por escrito, que progressivamente serão completadas e detalhadas. Com base nestas propostas, o número de soluções poderá ser reduzido pela aplicação dos critérios de avaliação e adjudicação estipulados na Notificação do Contrato. Se pretende utilizar esta abordagem deverá ser comunicado na Notificação do Contrato.

Quando estiver em posição de identificar a(s) solução(ões) que poderão satisfazer as suas necessidades específicas, deve declarar que o diálogo está concluído e convidar os participantes remanescentes a submeterem uma proposta completa. No estádio final, o número de participantes convidados a submeter uma proposta final deve ser o suficiente para assegurar uma competição genuína. As propostas finais serão avaliadas de acordo com os critérios especificados no documento descritivo original.

Figura 2

O procedimento de diálogo competitivo¹⁵



¹⁴ As Diretivas de Compras declaram que o procedimento de diálogo competitivo apenas pode ser usado na adjudicação de contratos complexos. Um contrato pode ser considerado como especialmente complexo com base em dois aspectos: a) complexidade técnica, ou b) complexidade financeira ou legal. Até hoje não há jurisprudência no Tribunal Europeu de Justiça sobre este tema, pelo que há dificuldades em determinar com exactidão o significado de “complexidade”. No entanto, aconselha-se, como orientação, que um projecto complexo deverá conter um considerável “elemento de incerteza” ou um “certo grau de complexidade”, que distingue o de qualquer outra compra “normal”. Artigo 31e Artigo 1(11)(c) dão alguma orientação sobre o âmbito da aplicação do procedimento.

¹⁵ Fonte: Competitive Dialogue Procedure, Office of Government Commerce (OGC), UK, 2006

Confidencialidade e igualdade de tratamento:

Assegurar aos fornecedores confidencialidade na notificação do contrato é vital para a sua participação no procedimento de diálogo competitivo. As soluções propostas somente poderão ser reveladas aos outros participantes com a concordância dos competidores envolvidos. Neste caso, a autoridade contratante pode pedir aos participantes para basear as suas propostas finais numa solução comum a todos.

Além disso, as autoridades “não fornecerão informações de forma discriminatória que possa dar vantagem a alguns participantes em relação a outros”¹⁶. Aconselha-se, portanto, a documentação de todas as informações fornecidas durante uma reunião efectuada com uma empresa e assegurar o igual tratamento de todas as outras empresas competidoras.

Vantagens e desvantagens:

- O diálogo competitivo proporciona uma abordagem estruturada de compra, com mais flexibilidade para desenvolver soluções inovadoras, permitindo um diálogo construtivo entre os fornecedores e as autoridades contratantes.
- Por outro lado, o processo requer uma gestão habilidosa e muitas vezes necessita de mais tempo que os outros processos. Este processo é considerado como extremamente consumidor de recursos, pois a equipa de projecto necessita de se reunir regularmente, por extensos períodos de tempo. Além disso, a assistência externa pode já ser necessária nas fases preparatórias do procedimento.
- O processo de detalhar progressivamente as propostas durante a fase de diálogo requer um considerável investimento para os operadores económicos envolvidos. É aconselhável considerar uma compensação adequada. Neste caso, a notificação do contrato deve estipular as condições de pagamento para os participantes do diálogo.
- Os fornecedores podem considerar como um grande risco a revelação das suas ideias, soluções ou outros segredos comerciais aos seus competidores: A autoridade contratante, no seu esforço para atingir o melhor resultado final, poderia transferir as melhores ideias entre participantes do diálogo – ou mesmo utilizá-las para seleccionar ou compilar a solução que sirva de base para as propostas finais a serem convidadas.

Mais informação:

Comissão Europeia, Nota Explicativa – Diálogo Competitivo – Directiva Clássica:
http://ec.europa.eu/internal_market/publicprocurement/docs/explan-notes/classic-dir-dialogue_en.pdf

Guia OGC sobre procedimento de diálogo competitivo:
http://www.ogc.gov.uk/documents/competitive_dialogue.pdf

¹⁶ Art. 29 (3) da Directiva 2004/18/EC

Contratação Pré-Comercial

! Factores de sucesso:

- Formar grandes grupos de autoridades locais e regionais, ou mesmo órgãos do governo nacional, que concordam em conduzir um procedimento conjunto de contratação pré-comercial para reduzir os riscos
- Assegurar a competição – convidar diversas empresas para submeter propostas de soluções alternativas
- Tratar cada fase do processo de desenvolvimento de uma inovação como um contrato separado para reduzir os riscos, fixar um preço e evitar custos excessivos



A “Contratação pré-comercial” é uma abordagem que foi desenvolvida para a compra de serviços de I&D, e não de produtos e serviços concretos. A compra de produtos ou serviços já desenvolvidos devem ser efectuada com base num processo de concurso separado. A contratação pré-comercial não é um procedimento de compra, mas uma abordagem apresentada pela Comissão Europeia na sua comunicação “Pre-commercial Procurement: Driving innovation to ensure sustainable high quality public services in Europe”¹⁷ que apresenta como organizar a compra de serviços de I&D dentro do quadro legal das Directivas de Contratação da União Europeia.

Como os serviços de I&D estão fora do âmbito do Acordo de Contratação Governamental da Organização Mundial de Comércio e das directivas de contratação da União Europeia, não há necessidade de seguir os procedimentos dados pelas directivas. No entanto, os princípios de transparência e igualdade de tratamento devem ser observados. Dado que os serviços de I&D de novas soluções tecnologicamente complexas deverão, sem dúvida, requerer consideráveis investimentos, a abordagem pré-comercial deverá necessariamente necessitar da colaboração de autoridades com a mesma necessidade e agregar a procura. Estas actividades são muitas vezes realizadas com o apoio do governo nacional.

Porquê aplicar a contratação pré-comercial?

- Se as suas actividades de consulta do mercado indicam que actualmente não há uma solução para as suas necessidades, a contratação pré-comercial pode ser uma maneira de incentivar o mercado a desenvolver tal solução.
- Fazer uma separação clara entre a fase pré-comercial de I&D e o lançamento de produtos comerciais resultantes da I&D permite aos compradores públicos filtrar os riscos tecnológicos da I&D antes de se comprometer em comprar uma solução completamente inovadora para produção comercial em larga escala.

Quando pode ser usada?

Uma contratação pré-comercial pode ser aplicada desde que¹⁸:

- O valor da contratação dos serviços de I&D é maior do que 50% do valor total do projecto.
- As vantagens não são proporcionadas apenas para a autoridade contratante.
- Os custos de I&D são pelo menos parcialmente suportados pelo fornecedor.
- Os serviços de I&D são comprados a preços de mercado (e, portanto, não incluem um elemento de financiamento do estado).
- O procedimento não deve ser usado para testar protótipos existentes, mas apenas protótipos que requerem maiores desenvolvimentos.

O seguimento da contratação pré-comercial, isto é, a compra de volumes comerciais dos produtos finais desenvolvido neste processo deverá requerer um procedimento competitivo de compra, de acordo com as Directivas de Contratação da União Europeia. Em caso de dúvida, aconselha-se a consulta dos serviços da Comissão Europeia.

¹⁷ Com(2007) 799 Final: http://ec.europa.eu/invest-in-research/pdf/download_en/com_2007_799.pdf

¹⁸ De acordo com o Art. 16(f) da Directiva 2004/18/EC

O procedimento de contratação pré-comercial:

Na contratação pré-comercial várias empresas são convidadas para participar numa competição para desenvolver soluções que resolvam o problema de I&D.

O procedimento passa por uma série de fases que cobrem os diferentes estádios do ciclo de vida de inovação do produto. Tipicamente, estas fases são:

- Desenvolvimento da solução
- Criação de um protótipo
- Desenvolvimento de um volume pré-comercial dos primeiros produtos, que serão sujeitos a uma série de testes.

No entanto, dependendo do progresso do desenvolvimento do produto em questão, o processo de contratação pré-comercial pode iniciar-se com um protótipo, com o desenvolvimento dos primeiros produtos ou até com a fase de testes.

Pode ser usado um único contrato quadro de serviços de I&D, com cada fase implementada separadamente, a que está associado um contrato específico, para reduzir os riscos de insucesso. Além disso, os contratos devem ser redigidos com um preço fixo para reduzir custos acrescidos ao longo do projecto.

Devem ser previstas avaliações intermédias, no final de cada fase, com o objectivo de seleccionar, progressivamente, os fornecedores com as melhores soluções dentro da competição. Assim, o contrato quadro deve já conter um acordo sobre o procedimento futuro para implementação das diferentes fases, incluindo o formato das avaliações intermédias. As avaliações intermédias podem utilizar os mesmos critérios usados para a avaliação/adjudicação do contrato. As especificações do concurso podem ser progressivamente mais detalhadas em cada fase.

Outras considerações

- Para implementar uma contratação pré-comercial é necessário um altíssimo nível de conhecimentos técnicos e compreensão dos temas envolvidos.
- Possivelmente haverá necessidade de financiamento desta actividade.
- É muito importante assegurar que nenhuma actividade realizada durante a contratação pré-comercial possa vir a prejudicar a competição numa futura aquisição comercial. Deve ser tomado muito cuidado para assegurar que um campo justo seja criado, permitindo aos fornecedores que não participaram na contratação pré-comercial competir em igualdade de condições. É necessário usar especificações funcionais no processo de compra para permitir que novos fornecedores, que não tiveram sucesso nas primeiras fases do processo de contratação pré-comercial, possam propor a sua solução inovadora, solução esta que poderá satisfazer os requisitos funcionais publicados no processo de concurso.

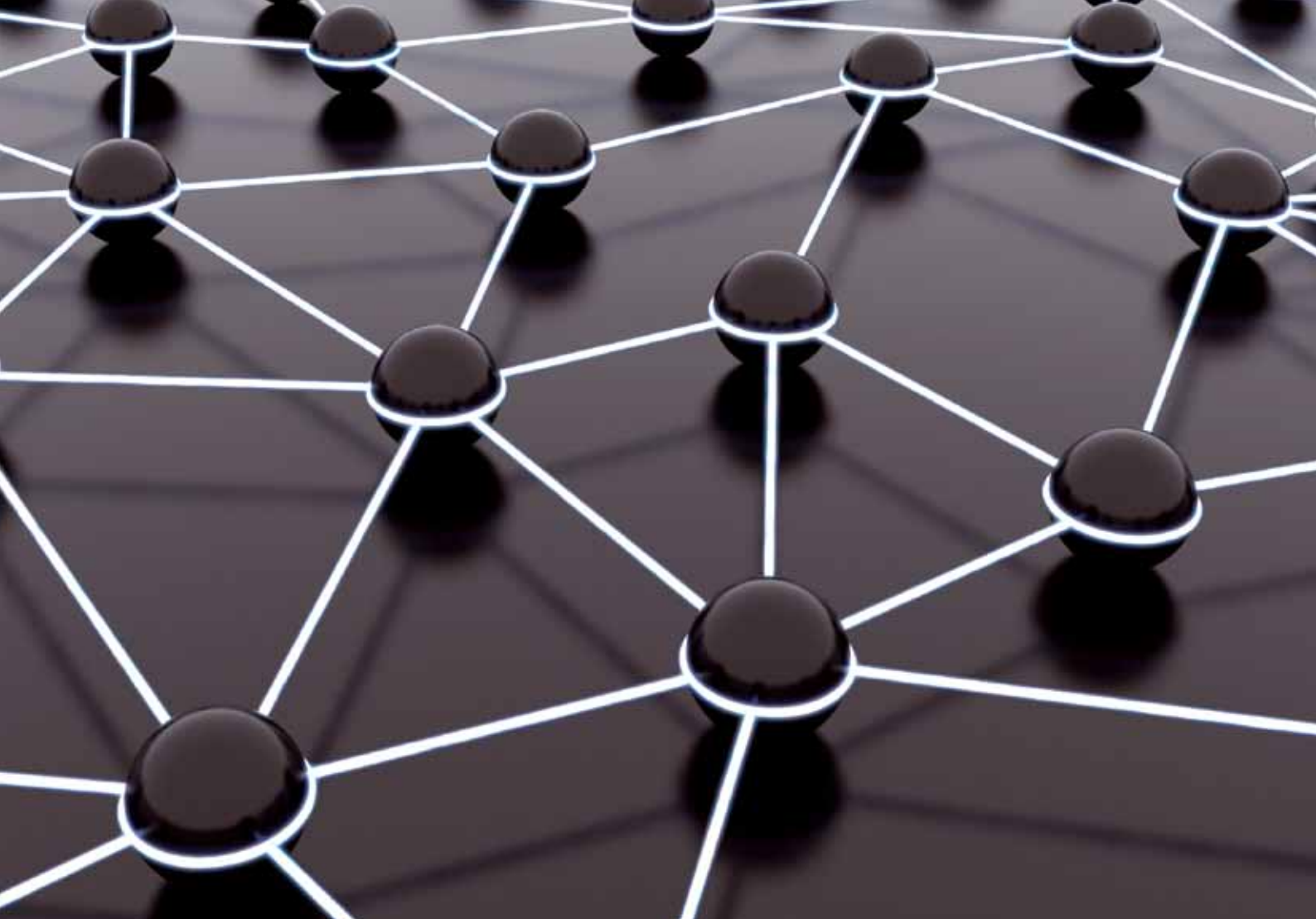
Mais informação:

Portal da Comissão Europeia sobre contratação pré-comercial:
http://cordis.europa.eu/fp7/ict/pcp/home_en.html

Comissão Europeia, Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, o Conselho, a Comissão Económica e Social Europeia e a Comissão das Regiões – Pre commercial Procurement: Driving innovation to ensure sustainable high quality public services in Europe, COM(2007) 799 final:
http://ec.europa.eu/information_society/tl/research/priv_invest/pcp/documents/commpcp.pdf

Comissão Europeia,
documento de trabalho da equipa que acompanha a Comunicação,
Exemplo de uma abordagem possível para a contratação de serviços de I&D aplicando partilha de riscos e benefícios nas condições de mercado, isto é, contratação pré-comercial, SEC(2007) 1668:
http://ec.europa.eu/information_society/tl/research/priv_invest/pcp/documents/sec_2007_1668.pdf



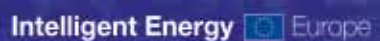


SMART SPP – Inovação através de compras públicas sustentáveis

Desde setembro de 2008 até Agosto de 2011, o “SMART SPP – Inovação através de compras públicas sustentáveis” é um projecto de três anos que vai promover a introdução de tecnologias inovadoras com emissões de CO₂ reduzidas e soluções integradas no Mercado Europeu. Tal será conseguido através do envolvimento entre as autoridades públicas contratantes e fornecedores e unidades de I&D de produtos e services inovadores na fase pré-comercial de concursos públicos.

O SMART SPP é uma iniciativa da campanha Procura+ que é gerida pelo ICLEI – Local Governments for Sustainability e criada para apoiar autoridades públicas Europeias a implementar Compras Públicas Sustentáveis e ajudar a que tenham sucesso. *Para mais informações, consulte www.procuraplus.org*

Com o apoio do:



Uma iniciativa da:

