

Compras Públicas Sustentáveis

Paula Trindade
LNEG

Curso de Formação
LNEG, 25 Fevereiro 2010



Estratégia de Compras Públicas Sustentáveis

Paula Trindade
LNEG

Curso de Formação
LNEG, 25 Fevereiro 2010



Estratégia de compras sustentáveis

MODELO DE GESTÃO simples, flexível e compreensivo para a implementação sistemática das compras sustentáveis:

- ▶ Assegura a gestão sistemática, suporte e supervisão
- ▶ Atribui tarefas e responsabilidades claras para as pessoas directamente envolvidas
- ▶ Monitoriza o progresso de forma adequada
- ▶ Assegura a melhoria continua

Modelo de Gestão



Ciclo de gestão
“Plan, Do,
Check, Act”

1: Preparação

A) Definir o âmbito

- ▶ As compras sustentáveis devem cobrir todas as actividades da organização ou apenas uma parte?
- ▶ Deve focar-se em muitos produtos/serviços ou em poucos?
- ▶ Para organizações com pouca experiência, deve-se iniciar com poucos produtos/serviços e aumentar sistematicamente

1: Preparação

B) Compromisso Político

- ▶ O compromisso político é crítico para o sucesso das compras sustentáveis
- ▶ A existência de uma Política de Compras Sustentáveis fornece uma base para desenvolver uma abordagem coerente e coordenada.

1: Preparação

C) Criar um grupo de trabalho:

- ▶ Um sistema de gestão necessita de um grupo de trabalho inter-departamental
- ▶ O grupo deve ser formado com representantes dos departamentos relevantes para as actividades, p.e. compras, ambiente, jurídico, financeiro, formação, comunicação, etc.

1: Preparação

D) Selecção de produtos/serviços

Fazer um inventário com:

- O que é comprado correntemente (incluir critérios ambientais utilizados);
- quantidades e preços;
- como é feita a compra;
- quem está envolvido no processo.

1: Preparação

D) Seleção dos produtos/serviços – factores a considerar:

- ▶ **Impacte ambiental**– Os impactes ambientais do produtos serviço ao longo do seu ciclo de vida são significativos comparados com os de outros produtos?
- ▶ **Importância orçamental** – Quanto se gasta na aquisição destes produtos/serviços em comparação com outros?
- ▶ **Potencial para influenciar o mercado**
- ▶ Existência de **alternativas no mercado**, tendo em conta os custos de ciclo de vida

1: Preparação

D) Selecção dos produtos/serviços – factores a considerar:

- ▶ **Potencial de inovação**
- ▶ **Plano de Acção Nacional** – o produto/serviço é considerado prioritário e existem critérios ambientais propostos?
- ▶ Prioridades definidas nas Estratégias da organização
- ▶ Existência de contratos importantes a serem renovados
- ▶ Existência de experiência para determinados produtos/serviços

Modelo de Gestão



Ciclo de gestão
“Plan, Do, Check,
Act”

2: Definição de metas

Definir metas de acordo com o interesse específico e capacidade da organização.

Promover politicamente as Compras Sustentáveis



2: Definição de metas

2 tipos de metas

- ▶ Metas operacionais centradas em medidas de suporte das compras sustentáveis
- ▶ Medidas relacionadas directamente com as compras

2: Definição de metas

Metas operacionais

- ▶ *Ter uma política/estratégia de compras sustentáveis em 2009*
- ▶ *Formação a todos os técnicos de compras/pessoal relevante para as compras e gestores de topo em Compras Sustentáveis em 2009*
- ▶ *Definição de critérios ambientais para introdução nos concursos para X produtos/serviços em 2009*

2: Definição de metas

Metas relacionadas com as compras

- ▶ É muito importante definir metas em termos dos objectivos finais da iniciativa: modificar o processo de compras.
- ▶ Na prática existem 2 abordagens para monitorizar o progresso, cada uma com diferentes sub-abordagens.

2: Definição de metas

Metas relacionadas com as compras

1. Proporção de concursos que têm como resultado impacte ambiental positivo (quando produtos/serviços mais ecoeficientes são de facto comprados)

- ▶ **1.A. Por número de concursos**
- ▶ Exemplo: *X% dos contratos para produtos de limpeza serão de produtos ecológicos em 2009*
- ▶ **1.B. Por valor** – o valor dos contratos para produtos/serviços ecológicos como proporção do valor total dos concursos para aquela categoria.
- ▶ Exemplo: *X% do valor total dos contratos para produtos de limpeza será utilizado para a compra de produtos de limpeza ecológicos em 2009*

2: Definição de metas

Metas relacionadas com as compras

2. Proporção de concursos que contêm critérios ambientais para além dos requisitos legais:

- ▶ **2.A. Por número** – do total de concursos publicados para aquele grupo de produtos quantos contêm critérios ambientais
- ▶ Exemplo: *X% dos concursos para produtos de limpeza incluirão critérios ambientais em 2009*
- ▶ **2.B. Por valor** – valor dos contratos com critérios ambientais como proporção do valor total dispendido naquela categoria de produto.
Exemplo: *X% do valor total dos contratos de aquisição de produtos de limpeza incluirão critérios ambientais em 2009.*

2: Definição de metas

Como definir metas:

- ▶ Usar a informação coligida na fase de inventário, tendo em conta os resultados da análise de mercado
- ▶ Aprender com outras experiências – cooperar
- ▶ Considerar factores organisationais – compras centralizadas?

Modelo de Gestão



Ciclo de gestão
“Plan, Do,
Check, Act”

3: Desenvolver um plano de acção

Planear as actividades e definir responsabilidades para atingir as metas



3: Desenvolver um plano de acção

O Plano de Acção

- ▶ Documento claro e conciso que está de acordo com as necessidades específicas da organização – acessível e comunicado a todos os trabalhadores envolvidos em todas as fases do processo de contratação, contendo:
 - Quando existente, o compromisso político da organização
 - Uma descrição das acções a serem implementadas
 - Uma descrição das responsabilidades definidas
 - As metas definidas
 - O período de tempo a que se refere

3: Desenvolver um plano de acção

Compromisso político

- ▶ Fornece um suporte muito importante para a implementação das compras sustentáveis
- ▶ Quando existir, deve fazer parte do Plano de Acção para que tenha maior impacte.
- ▶ Se o Plano de Acção é o resultado de uma decisão ao nível operacional e não ao nível político, pelo menos esta decisão e as metas definidas devem ser incluídas

3: Desenvolver um plano de acção

Que acções devem ser incluídas?

Dependem do âmbito e das metas definidas, mas podem incluir:

- ▶ Identificar critérios ambientais de acordo com a pesquisa de mercado
- ▶ Incorporar estes requisitos nos documentos de concurso
- ▶ Introduzir uma abordagem de custos de ciclo de vida para a avaliação das propostas
- ▶ Identificar oportunidades para a compra conjunta
- ▶ Publicar os concursos, avaliar as propostas, gestão dos contratos

3: Desenvolver um plano de acção

Que acções devem ser incluídas?

Formação

- ▶ Para os técnicos de compras nos aspectos técnicos das compras sustentáveis
- ▶ Para os técnicos de compras e técnicos financeiros no conceito de custos de ciclo de vida
- ▶ Para os gestores em compras sustentáveis no geral
- ▶ Para os utilizadores finais na utilização de produtos/serviços ecológicos

3: Desenvolver um plano de acção

Que acções devem ser incluídas?

Comunicação

- ▶ Acções de sensibilização de todos os trabalhadores
- ▶ Comunicação das intenções aos fornecedores
- ▶ Actividades de marketing ao público em geral

3: Desenvolver um plano de acção

Que acções devem ser incluídas?

Monitorização:

- ▶ As acções de monitorização devem ser realizadas no âmbito de actividades regulares de monitorização, como auditorias internas. Dados quantitativos devem ser recolhidos pelo menos numa base anual.
- ▶ Sistemas adicionais podem ser definidos pela equipa responsável pelo Plano de Acção
- ▶ Trabalho adicional deve ser mantido no mínimo

3: Desenvolver um plano de acção

Definir responsabilidades no Plano de Acção

- ▶ Responsável pelo plano de acção (uma pessoa)
- ▶ Responsável pela implementação do plano de acção. O plano de acção deve conter acções específicas e responsáveis por essas acções. A responsabilidade deve também incidir na pessoa responsável pelo orçamento
- ▶ Reuniões regulares dos responsáveis pela implementação do Plano de Acção.

Modelo de Gestão



Ciclo de gestão
“Plan, Do,
Check, Act”

4: Implementar o Plano de Acção



Modelo de Gestão



Ciclo de gestão
“Plan, Do,
Check, Act”

5 : Monitorização e reporting

Avaliar o progresso e reportar
objectivos alcançados

Identificar problemas e
desenvolver soluções



5 : Monitorização e reporting

- ▶ Relatar os resultados obtidos através da revisão dos indicadores definidos na fase 1
- ▶ Conduzir uma revisão interna:
 - As medias planeadas foram implementadas?
 - Que resultados se obtiveram?
 - Quais foram as barreiras?
 - É possível melhorar a integração de critérios ambientais no processo de aquisição?
 - Há necessidade de acções correctivas?
 - Que novas metas podem ser definidas?

Compras conjuntas

Significa a combinação das aquisições de duas ou mais organizações da administração pública.

Por definição existe apenas a publicação de um concurso em nome das organizações participantes.

Porquê compras conjuntas?

Benefícios das compras conjuntas:

- financeiros, administrativos,
- conhecimento, experiência
- Capacidade de influenciar o mercado
 - Redução dos preços dos produtos eco-eficientes
 - Introdução de novos produtos
 - Soluções inovadoras

Início das compras sustentáveis!

Tipos de compras conjuntas

1. Compra conjunta completa, com forte envolvimento de todas as organizações
2. “Piggy-backing”, uma das organizações realiza o processo de aquisição individualmente mas permite que outras se juntem se a proposta vencedora é atractiva

Compra conjunta completa

- **Publicação do anúncio**
- **Preparação de draft dos documentos do concurso**
- **Preparar documentos finais do concurso + parceria**
- **Publicação do concurso**
- **Avaliação e atribuição do contrato + assinatura dos contratos**

“Piggy-backing”

- **Publicação do anúncio**
- **Preparação de draft dos documentos do concurso**
- **Inserir uma declaração no contrato relativa à utilização de outras organizações**
- **Publicação do concurso**
- **Avaliação e atribuição do contrato + assinatura dos contratos**

Tipos de organização de Compras Conjuntas

1. Organismos permanentes (Centrais de Compras)

- ESPO, UK
- Vorarlberg, Austria

2. Cooperação entre organismos

- Acordos pontuais

Vorarlberg, Austria

96 comunidades na província de Vorarlberg

Desde 2003 realiza um serviço de compras públicas sustentáveis para todas as comunidades de Vorarlberg

Resultados

Redução de 50% do tempo utilizado para os concursos

Redução de 3-30% dos preços dos produtos eco-eficientes

Poupanças de 800 000€ em 2 anos nos produtos eco-eficientes

Grécia

7 municípios Gregos

Aquisição de papel reciclado, fornecimento por 1 ano

Primeira experiência em compras conjuntas

Resultados

Amaroussion obteve melhores preço para o papel reciclado (<0,56€)

Kallithia obteve melhores preços para o papel reciclado do que para o papel virgem (<0,06€)

Portugal

6 organizações juntaram-se ao projecto liderado por Almada:

Torres Vedras, Tavira, Oeiras, Sobreda, TratoLixo, SMAS Almada

Compra conjunta de papel reciclado, primeira experiência em compras conjuntas

Resultados ?

Para organizar uma compra conjunta

Tool D - Projecto LEAP (em inglês):

www.leap-gpp-toolkit.org

Envolvimento das partes interessadas

- Partes interessadas internas
- Partes interessadas externas

Diálogo com os fornecedores

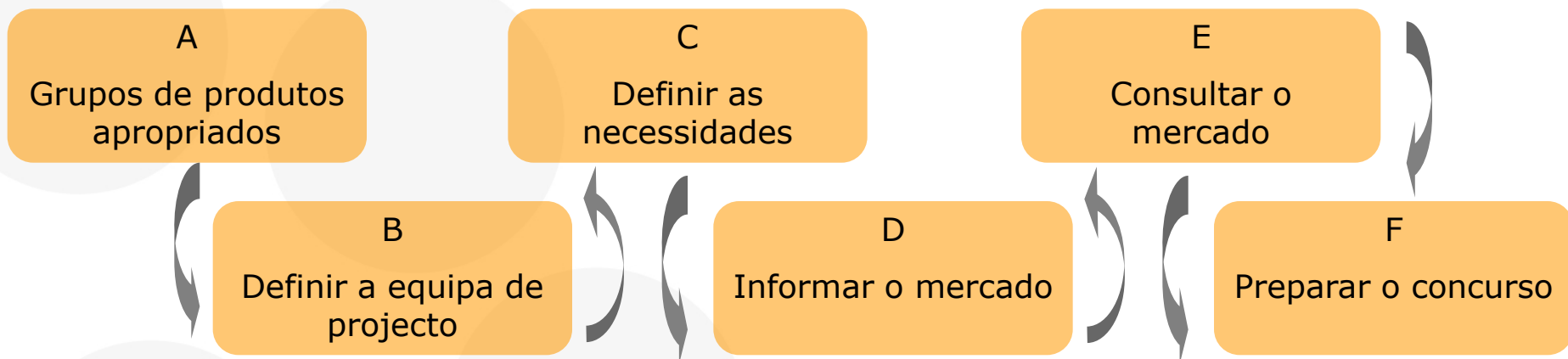
- “ Comunicar os planos de longo prazo com o mercado, tanto ao fornecedores já existentes como a potenciais fornecedores dá tempo ao mercado para responder e para desenvolver soluções para as necessidades identificadas”
 - Comissão Europeia

Diálogo com os fornecedores

Como pode ser feito?

- Informação sistemática para o mercado das necessidades futuras.
- Reuniões regulares com fornecedores;
- Assegurar transparência / participação de todos os interessados
- Workshops

Incentivar a inovação através das compras



Incentivar a inovação através das compras

A

Grupos de produtos
apropriados

Estudar o enquadramento política da sua organização

Considerar áreas relevantes para emissões de CO₂ (edifícios, iluminação, transporte, equipamento escritório)

Consultar dentro da organização

Explorar possibilidades de financiamento

Incentivar a inovação através das compras

B

Definir a equipa de projecto

Considerar os conhecimentos necessários: gestão do projecto, técnicos, legais.

Procurar organizações que possam ser parceiros de projecto

Identificar os membros da equipa de projecto

Identificar outros actores chave na sua organização

Considerar assistência externa

Incentivar a inovação através das compras

C

Definir as
necessidades

Definir as necessidades funcionais

Definir o desempenho energético actual

Definir as metas de eficiência energética/redução de CO₂

Iniciar uma pesquisa de mercado

Incentivar a inovação através das compras

D

Informar o mercado

Identificar canais apropriados de informação do mercado

Publicar os requisitos e recolher manifestações de interesse

Realizar seminários para potenciais fornecedores

Incentivar a inovação através das compras

E

Consultar o
mercado

Definir o método de consulta ao mercado (seminários abertos, convite à apresentação de propostas por escrito, discussões fechadas)

Definir os participantes no processo de consulta

Publicar os resultados do processo de consulta

Incentivar a inovação através das compras

F

Preparar o concurso

Definir o procedimento de concurso (adjudicação directa, concurso público, diálogo competitivo, contrato pré-comercial)

Desenvolver os documentos do concurso

O futuro das Compras Públicas Sustentáveis

- ❑ Uma perspectiva abrangente: LCC, perspectiva de ciclo de vida, gestão dos riscos – mais valia para os contribuintes!
- ❑ Potenciar novos mercados
- ❑ Implementar as políticas públicas através das Compras Públicas - A importância de uma estratégia de compras
 - ✓ Política ambiental - Eficiência energética / redução emissões CO₂
 - ✓ Políticas sociais – Convenções ILO
 - ✓ Políticas de inovação – I&D, contratos pré-comerciais

O futuro das Compras Públicas Sustentáveis

- Integrar objectivos de redução das emissões de CO2 nas actividades regulares de compras
- Aprender e implementar estratégias de sucesso, ferramentas de implementação e iniciativas
- Melhorar o diálogo e cooperação com o sector público e privado
- Levar as experiências práticas inovadoras ao nível político

Novos modelos de Compras Públicas!

- ☐ Na administração central
- ☐ Na administração local – sustentabilidade a nível local

Comece quanto antes...
Inclua critérios ambientais/sociais
nas suas compras!

**Partilhe as suas experiências, os seus
problemas, as suas ferramentas!**

Obrigada!

paula.trindade@ineti.pt



LNEG - Laboratório Nacional de Energia e Geologia, I.P.

www.lneg.pt

Produtos/Serviços Selecionados:

- Grupo 1 – Empreitadas de Obras Públicas**
- Grupo 2 – Combustíveis**
- Grupo 3 – Sacos de Plástico**
- Grupo 4 – Produtos de Limpeza (detergentes)**
- Grupo 5 – Produtos de Higiene (WC)**
- Grupo 6 – Fornecimento de Energia Eléctrica**