

Anderson Lucas Teixeira

*Faculdade de Tecnologia de
Ourinhos, FATEC Ourinhos*
alucasteixeira@hotmail.com

**Marco Antonio Silva de
Castro**

*Faculdade de Tecnologia de
Ourinhos, FATEC Ourinhos*
marco.castro@fatecourinhos.edu.br

Correspondência/Contato

Faculdade de Tecnologia de Assis - FATEC

Av. Dom Antônio, 2100
CEP 19806-900
Fone (18) 3324-1607
rgecontato.fatecassis@fatec.sp.gov.br
<http://fatecassis.edu.br>

Editores responsáveis

Taciana Maria Lemes de Luccas
taciana.luccas@fatec.sp.gov.br

Rafael Augusto Oliva
rafael.oliva@fatec.sp.gov.br

PRÁTICAS DE GESTÃO DE COMPRAS: UM ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA NO MUNICÍPIO DE JACAREZINHO - PR

RESUMO

O setor de compras é um departamento de relevância dentro das empresas, pois é considerado um setor estratégico de custos que impacta diretamente no sucesso ou não de uma organização. Este trabalho teve como objetivo o levantamento de práticas de gestão de compras em uma indústria no município de Jacarezinho, Estado do Paraná. Para isso, foram utilizados como métodos de pesquisa a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, em que foi realizada entrevista a partir de um roteiro de questões semiestruturado sobre o tema. Este estudo apresentou um rol de práticas de gestão de compras atuais e evidenciou práticas e tendências de gestão de compras em uma organização. A tendência para a empresa estudada é que o seu setor de suprimentos tenha uma crescente evolução para os próximos anos, de acordo com a análise dos dados. Espera-se que as informações contidas neste trabalho possam contribuir para os profissionais da área de compras organizacionais, bem como para a área acadêmica, oferecendo dados empíricos para análises e reflexões quanto ao tema da gestão de compras.

Palavras-chave: Práticas de compras. Gestão de compras. Perfil do profissional comprador.

ABSTRACT

The purchasing sector is a department of relevance within companies, as it is considered a strategic cost sector that directly impacts the success or not of an organization. This study aimed at survey the purchasing management practices in an industry in the city of Jacarezinho, State of Paraná. For this purpose, bibliographic research and case study were used as the research method, in which an interview was conducted based on a script of semi-structured questions on the topic. This study presented a list of current purchasing management practices and practical evidence and trends in purchasing management in an organization. The tendency of the studied company is that its supply sector will have an increasing evolution in the coming years, according to the data analysis. It is hoped that the information contained in this work can contribute to professionals in the area of organizational purchasing, as well as to the academic area, offering empirical data for analysis and reflection on the topic of purchasing management.

Keywords: Purchasing practices. Purchasing management. Profile of the professional buyer.

1 INTRODUÇÃO

A globalização, as novas tecnologias e a velocidade das transformações no mercado de trabalho estão cada vez mais constantes e com isso as empresas vêm sofrendo grandes mudanças, procurando adaptar-se a um mercado globalizado e cada vez mais competitivo, impactando diretamente o setor de compras das organizações.

De acordo com Pozo (2016), a função de compras é de suma importância para o processo de redução de custos dentro de uma empresa, pois, com boas negociações, o responsável de compras poderá reduzir custos na aquisição de materiais e produtos ao longo da cadeia.

Para Ballou (2006), o departamento de compras ocupa uma posição importante na maioria das organizações, pois peças, materiais e suprimentos comprados representam, em geral, de 40 a 60% do valor final das vendas de qualquer produto. Isso significa que reduções de custos no processo de aquisição de materiais podem ter um impacto bem maior sobre os lucros do que aperfeiçoamentos semelhantes em outras áreas de custos e vendas da organização.

A função de compras de uma empresa é fundamental, pois os itens comprados têm grande impacto na lucratividade das organizações. Com boas negociações e práticas de compras, as chances de se obter reduções de custos é maior. Isto significa que ganhos relativamente pequenos na função de compras tem grandes impactos nos lucros das empresas.

De acordo com Dias (2011), o processo adequado de compras tem variações em função da estrutura da empresa e de sua política adotada. A área de compras vem a cada ano sofrendo reformulações na sua estrutura, sendo introduzidas alterações com características básicas para poder comprar melhor e encorajar novos e eficientes fornecedores. De tempos em tempos esse sistema vem sendo aperfeiçoado, acompanhando a evolução e o progresso do mundo dos negócios.

O problema de pesquisa foi assim estabelecido: quais as principais práticas de compras e suas tendências e como elas podem ser aplicadas nas indústrias nos dias atuais?

A fim de responder ao problema estabelecido, o objetivo geral deste estudo está assim descrito: levantar as principais práticas de gestão de compras em uma indústria no município de Jacarezinho, Estado do Paraná.

O setor de compras é responsável direto na formação da lucratividade de uma empresa, pois busca otimizar o uso dos recursos financeiros, buscando fazer mais com menos. Comprar bem, no tempo certo e a baixo custo pode proporcionar melhores negócios para a organização, impactando diretamente no valor final das vendas das empresas.

Com as novas tendências do setor de compras, é necessário o seu esclarecimento nos dias atuais, pois novas ferramentas e práticas de compras estão surgindo e inovando cada vez mais. As tendências para este setor são muito relevantes, pois as empresas buscam cada vez mais otimizar os custos com peças e componentes visando a lucratividade de seus negócios.

Este trabalho esclarece a importância da função de compras, suas principais práticas e tendências, bem como sua aplicação em uma indústria no município de Jacarezinho – PR, com suas próprias características e especificidades.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A Neste capítulo serão abordados os tópicos teóricos necessários para o desenvolvimento deste trabalho.

2.1 A importância da logística de suprimentos nas organizações

Desde a origem de seu conceito até os dias atuais, a logística vem se tornando cada vez mais um elemento de suma importância dentro das organizações, desde o processo inicial, antes da porteira, dentro da porteira e após a porteira.

De acordo com Ballou (2006), a logística é um composto de atividades funcionais, como os transportes e controle de estoques, que se repetem inúmeras vezes ao longo do canal pelo qual matérias-primas vão sendo convertidas em produtos acabados, aos quais se agrega valor ao consumidor. Uma vez que as fontes de matérias-primas, fábricas e pontos de venda em geral não tem a mesma localização e o canal representa uma sequência de etapas de produção, as atividades logísticas podem ser reiteradas várias vezes até um produto chegar ao mercado. Dessa forma, os processos logísticos se repetem à medida que os produtos usados são transformados a montante no canal logístico.

Bowersox e Closs (2009, p. 23) enfatizam que:

A logística de uma empresa é um esforço integrado com o objetivo de ajudar a criar valor para o cliente pelo menor custo possível. A logística existe para satisfazer as necessidades do cliente, facilitando as operações relevantes de produção e marketing.

Para Szabo (2015, p. 16), a logística é:

O processo de planejar, executar e controlar o fluxo e a armazenagem de produtos, com o objetivo de atender aos requisitos do consumidor. Ela visa o aproveitamento eficaz e eficiente do tempo e da qualidade, além dos bons custos da matéria-prima.

Ballou (2006) afirma que a logística trata da criação de valor, tanto para os clientes e fornecedores da organização, e quanto para todos aqueles que têm nela interesses diretos. O valor da logística é manifestado primariamente em termos de tempo e lugar. Produtos e serviços não têm valor a menos que estejam em poder dos clientes quando (tempo) e onde (lugar) eles pretenderem consumi-los. A boa administração logística interpreta cada atividade na cadeia de suprimentos como contribuinte do processo de agregação de valor. Quando pouco valor pode ser agregado, torna-se questionável a própria existência dessa atividade. Contudo, agrega-se valor quando os clientes estão dispostos a pagar, por um objeto ou serviço, mais que o custo de colocá-lo ao alcance deles. Para incontáveis empresas no mundo, a logística vem se modificando num processo cada vez mais importante de agregação de valor.

A logística também tem importância numa escala global. Na economia mundial, sistemas logísticos eficientes formam bases para o comércio e a manutenção de um alto padrão de vida nos países desenvolvidos.

Bowersox e Closs (2009) avaliam que o objetivo central da logística é atingir um patamar de serviço ao cliente pelo menor custo total. O escopo de trabalho da logística é detalhado e complexo. Os responsáveis de logística são encarregados pelo planejamento e administração desse trabalho.

A logística de suprimentos é uma atividade completa que se repete inúmeras vezes ao longo da cadeia de abastecimento, onde essas atividades se replicam à medida que os produtos usados são transformados a montante no canal logístico. Nesse sentido, a logística de suprimentos se faz necessária para uma organização, agregando valor de tempo e lugar para clientes e fornecedores.

2.2 A função de compras

A função compras é um segmento fundamental do setor de materiais ou suprimentos, que tem por finalidade suprir as necessidades de materiais ou serviços, planejá-las quantitativamente e satisfazê-las no momento certo com as quantidades corretas, verificar se foi recebido efetivamente o que foi comprado e providenciar armazenamento (DIAS, 2009).

A função compras tem a responsabilidade de acompanhar toda a cadeia de suprimentos e garantir que todas as etapas do processo estejam de acordo, garantindo seu perfeito funcionamento.

O departamento de suprimentos, é o responsável direto pelo estabelecimento do fluxo de peças ou materiais na empresa, pelo seguimento junto ao fornecedor, e pela agilização das entregas. Prazos de entrega não cumpridos podem criar sérios problemas para os departamentos de produção e vendas, mas a função de compras pode reduzir o número de agravantes para ambas as áreas, além de adicionar lucros (ARNOLD, 1999).

Pozo (2007, p. 170) declara que:

A função de compras é vital para o processo de redução de custos da organização, com negociações adequadas e inteligentes, o administrador de compras poderá reduzir os gastos na aquisição de materiais e produtos desnecessários ao dia a dia da empresa.

Com boas práticas e ações de compras, bem como negociações inteligentes, a redução de custos para uma empresa é primordial, pois dessa forma garantirá bons resultados e maiores ganhos para a organização, minimizando o uso dos recursos financeiros e conseqüentemente aumentando a lucratividade.

Slack (2008, p. 417) afirma que:

A função de compras estabelece contratos com fornecedores para adquirir materiais e serviços. Alguns desses materiais e serviços são utilizados diretamente na produção de bens e serviços. Outros materiais e serviços são usados para auxiliar a empresa a operar: por exemplo, serviço de alimentação de funcionários ou óleo lubrificante para equipamentos. Eles não fazem parte do produto ou serviço final, mas ainda assim são essenciais para a produção.

Dias (2009) conclui, então, que os objetivos básicos de um setor de compras são:

- Obter um fluxo contínuo de suprimentos a fim de atender aos programas de produção;
- Coordenar esse fluxo de maneira que seja aplicado um mínimo de investimento que afete a operacionalidade da empresa;
- Comprar materiais e insumos aos menores preços, obedecendo a padrões de quantidade e qualidade definidos;
- Procurar sempre dentro de uma negociação justa e honrada as melhores condições para a empresa, principalmente em condições de pagamento.

Ainda, Dias (2009) enfatiza que a função principal da atividade de compras é suprir com informações e orientação analítica os departamentos interessados.

Para Ballou (2008) as funções principais de compras são:

- Assegurar descrição completa e adequada das necessidades;
- Selecionar fontes de suprimentos;
- Conseguir informações de preço;
- Colocar os pedidos (ordens de compra);
- Acompanhar (monitorar) os pedidos;
- Verificar notas fiscais;
- Manter registros e arquivos;
- Manter relacionamento com vendedores.

Segundo Bertaglia (2003, p. 27):

Existem algumas características e compras que são usadas pelas empresas com finalidade de se obter algumas vantagens no processo. São elas as compras centralizadas e as descentralizadas. Com as compras centralizadas, as empresas podem obter melhores preços e serviços em função do maior volume praticado com os fornecedores, recebendo atenção especial por parte deles. Os valores de transportes também podem ser reduzidos em função do volume de compras.

2.3 A importância da gestão de compras

A área de compras não é um fim em si própria, mas uma atividade de apoio fundamental ao processo produtivo, suprindo-o com todas as necessidades de materiais. Além dessa atuação imprescindível, o processo de compras também é um excelente e substancial sistema de redução de custos de uma empresa, por meio de negociações de valores, na busca de materiais alternativos e de incessante desenvolvimento de novos fornecedores (POZO, 2008).

A necessidade de comprar cada vez melhor é destacado por todos os empresários juntamente com as necessidades de estocar em níveis adequados e de racionalizar o processo produtivo. Comprar bem é um dos meios que devem usar para reduzir custos. Existem certos mandamentos que definem como comprar bem, que incluem a verificação dos prazos, preços, qualidade e volume (DIAS, 2009).

O processo de compras passou a integrar-se de forma mais clara e objetiva dentro de uma empresa, considerado um setor em constante evolução, comprar bem é um dos principais objetivos do departamento, garantindo a redução de custos e conseqüentemente maiores lucros para a organização.

A escolha de fornecedores é muito importante para o desenvolvimento do setor, pois afeta diretamente nos custos da empresa. Para Ballou (2008) a escolha dos fornecedores depende do preço, continuidade de fornecimento, qualidade e localização.

Segundo Taylor (2005) a operação básica de uma cadeia de suprimentos não poderia ser mais simples. A demanda flui a montante na cadeia e impulsiona o movimento do suprimento a jusante. À medida que os suprimentos alcançam seu destino, os fluxos de caixa se movem a montante na cadeia e efetuam o pagamento aos fornecedores por seus produtos.

Com base nos dados acima, percebe-se que a operação para aquisição de materiais é simples e objetiva, a demanda flui em toda cadeia e impulsiona o movimento dos materiais. Estando de acordo com as especificações e alcançando o seu destino, posteriormente, os pagamentos são liberados aos fornecedores.

A necessidade de uma organização comprar cada vez melhor e com parceria é ponto chave na obtenção de resultados; assim, empreendedores orientam seus setores de suprimentos na racionalização dos processos produtivos e com estoque reduzido. Comprar bem, negociar corretamente é fundamental para custos reduzidos do processo operacional e manter-se operante nos mercados (POZO, 2008).

Para Slack (2008) o processo de compra deveria ser ela própria eficiente, essa atividade deveria atender aos objetivos normais de desempenho da produção – qualidade, rapidez, confiabilidade, flexibilidade e custo.

O setor de compras é muito importante dentro de uma organização, comprar bem e cada vez melhor é umas das tendências deste departamento que vem evoluindo constantemente. O setor de suprimentos interage e integra aos demais setores, dando suporte e agilidade em determinados processos, como por exemplo, o processo produtivo, garantindo a eficiência da cadeia de suprimentos.

3 MATERIAS E MÉTODOS

Para a consecução deste trabalho, foram adotados dois métodos de pesquisa: a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso.

3.1 Pesquisa bibliográfica

Para elaboração de qualquer trabalho, é necessária uma revisão bibliográfica, pois parâmetros e referências sobre o que já se sabe sobre o tema são pontos chaves para o seu desenvolvimento. De acordo com Gil (2009), uma pesquisa tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema. Segundo Gil (2009) ainda, a pesquisa bibliográfica pode ser entendida como um processo que envolve diversas etapas, a saber: escolha do tema, levantamento bibliográfico preliminar, formulação do problema; elaboração do plano provisório de assunto, busca das fontes, leitura do material, fichamento, organização lógica do assunto, redação do texto.

Nesse sentido, a pesquisa bibliográfica se faz necessária em qualquer trabalho a ser desenvolvido, envolvendo todas as etapas do processo, desde a escolha inicial do tema, até a conclusão final do requerido trabalho.

3.2 Estudo de caso

O estudo de caso é outro método de pesquisa que foi utilizado para a elaboração deste trabalho, além da pesquisa bibliográfica. O estudo de caso em si, tem como finalidade o enriquecimento do mesmo, pois além de analisar as práticas e tendências do setor de compras na literatura, será possível também analisar *in loco*, identificando as principais práticas de compras e potenciais problemas em seu processo em uma empresa nos dias atuais. Esse método de pesquisa possibilitou neste estudo obter evidências empíricas sobre as práticas de compra em uma organização em seu contexto natural.

Para Yin (2015), o estudo de caso é classificado como uma investigação empírica, em que o seu principal objetivo é adentrar profundamente em situações que não apresentam respostas claras e pertinentes ao seu processo.

Para Gil (2009), as etapas que podem ser caracterizadas como estudo de caso são: elaboração do projeto inicial; exploração preliminar; formulação do projeto de pesquisa; pré-teste dos instrumentos e procedimentos de pesquisa; coleta de dados; análise do material e redação do relatório.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 A empresa do estudo de caso

O estudo de caso foi realizado em uma indústria no município de Jacarezinho, no norte do Estado do Paraná. A entrevista foi realizada com o encarregado de compras da referida empresa no dia 29 de maio de 2020, com início às 9:00 horas e término às 15:00 horas do mesmo dia. Para a realização da entrevista e coleta das informações, foi utilizado um roteiro de questões semiestruturado.

A empresa atua há mais de 20 anos no mercado, e sua principal atividade é a produção de refino de chumbo e suas ligas, a partir de baterias automotivas inservíveis. Através do seu processo produtivo, fornece chumbo refinado e caixas plásticas para novas baterias, tanto para veículos novos como para o mercado de reposição, dispondo corretamente dos resíduos gerados, oriundos de seu processo de produção. Atualmente conta com um amplo parque fabril e equipamentos de última geração para atender a demanda interna e externa (exportação de chumbo refinado). Buscando excelência nas suas atividades, no ano de 2007 certificou-se em ISO 9001 (qualidade) e ISO 14001 (ambiental) (DALLON, 2020).

4.2 Apresentação dos dados

A captação de novos fornecedores se dá através da internet; de rótulos de materiais comprados de distribuidores (quando chegam até os estoques da empresa, são avaliadas as embalagens, em que constam telefones, endereços e informações gerais de origem desses itens); contato com outros colegas

de profissão atuantes em outras empresas. Contudo, hoje em dia, o principal meio de desenvolver um novo provedor é através da *internet*.

Os pedidos de compras são elaborados através de solicitações dos responsáveis de cada setor. Essas solicitações são efetuadas via *e-mail* ou diretamente no sistema. Após a inclusão dos itens solicitados no mesmo, inicialmente, o responsável de compras formaliza as devidas cotações a serem enviadas aos provedores pertinentes, preenchendo dados como prazo de entrega, prazo de vencimento, condições de pagamento, transportadora e observações gerais, caso haja necessidade. Após esse processo, as cotações são enviadas aos fornecedores.

Quando as cotações são devolvidas com o preenchimento dos dados solicitados, o comprador lança os custos no sistema para comparação de preços, impostos e afins. Neste sentido, o fornecedor que obtiver a melhor condição de negociação será incluído nos pedidos de compras para liberação do gerente da área e do diretor, posteriormente. Após a liberação por parte da hierarquia da empresa, o pedido de compra é enviado ao provedor via *e-mail*, constando todas as informações mencionadas anteriormente.

Para compra de um novo item que tenha impacto diretamente na qualidade do produto final, inicialmente, é solicitado o laudo de caracterização do mesmo; nesse sentido, se os resultados apresentados no laudo atenderem às exigências e critérios da empresa, uma amostra é solicitada para testes em laboratório (caso seja necessário) e produção. Posteriormente, sendo aprovado, o material para uso na produção, serão abertas negociações para fornecimento deste produto.

Após o recebimento do mesmo por parte de um novo fornecedor, é separada uma amostra para análise externamente em laboratório credenciado. De acordo com os resultados apresentados no laudo externo, o fornecedor é homologado para fornecimento contínuo do produto e para atender alguns requisitos referente à ISO 9001 (qualidade) e ISO 14001 (ambiental). Por fim, é feita uma reunião de análise crítica de submissão deste novo material com as partes interessadas e todo esse processo é encaminhado ao Sistema de Gestão da Qualidade Total para arquivamento.

Todos os trâmites de compras realizados através de importações são efetuados pelo gerente administrativo com o auxílio do profissional de compras.

Os fornecedores de grande relevância para produção de refino de chumbo e suas ligas são monitorados e classificados mensalmente, através de uma planilha em *MS-Excel*, onde constam alguns critérios que os provedores devem atender e conseqüentemente é atribuído seu *score*, de acordo com o seu fornecimento dentro do mês exercido; posteriormente, sua avaliação é enviada via *e-mail* aos responsáveis da área.

Os itens com maior frequência de compra são aqueles destinados à produção, como oxigênio líquido, óleos combustíveis, conforme dito anteriormente; por se tratar de uma fundição de chumbo, para alguns produtos o leque de fornecedores é menor. O contato com fornecedores é realizado quase sempre via *e-mail* e, quando necessário, via ligação telefônica.

Atualmente a empresa está em processo de validação de módulos de um sistema ERP, denominado *SAP Business One*. O uso da tecnologia para o setor de compras da empresa é muito benéfico, pois possibilita acesso rápido e preciso de informações, como por exemplo o uso da *internet*, onde ela lhe proporciona praticidade para pesquisar inúmeras situações que ocorrem no dia a dia de um departamento de compras, agregando principalmente valor de tempo à atividade.

Pode-se definir as práticas de compras da empresa da seguinte maneira: atendimento/contato com fornecedores via ligação telefônica; solicitação de cotações via *e-mail*; negociações de custos, contratos e prazos em geral; lançamento de notas fiscais no departamento financeiro; alocação de despesas no centro de custo; controle de estoques através de planilhas em *MS-Excel*; avaliação de fornecedores; busca de novos provedores; alimentação de planilhas pertinentes ao setor de compras; contratação de transportes para retirada de mercadorias nos fornecedores e arquivamento de laudos e documentos de parceiro de negócios.

As tendências identificadas pelo setor de compras da empresa podem ser definidas como: compras com maior frequência através de importações; melhor aproveitando da tecnologia; redução de erros operacionais com o uso de um sistema integrado, quando executado; novas técnicas de compras que possibilitam um melhor entendimento da cadeia; gerenciamento das atividades, deixando cada vez mais as atividades operacionais de lado e aplicando conceitos estratégicos; inclusão de pedidos somente quando necessário e na hora certa.

A empresa não possui frota própria, dessa forma, para que haja o transporte de materiais e/ou peças de reposição, a logística é contratada conforme sua necessidade.

Por fim, sobre o perfil do profissional de compras, avalia-se que o mesmo precisa conhecer sobre o processo de comprar muito bem, saber se expressar, saber transmitir suas mensagens para que efetue bons negócios e que gere lucro para a empresa. Os colaboradores deste setor devem se atualizar frequentemente, pois cada vez mais estão surgindo novas técnicas para este departamento. Profissionais com especialização na área, com vasta experiência profissional, com maior conhecimento das possibilidades que este setor pode agregar, tendem a ter maior facilidade de concluir boas negociações e alavancar maiores ganhos para a organização.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi possível evidenciar que o processo de compras tanto na literatura quanto no estudo de caso é muito importante, pois é referenciado como um setor estratégico dentro das organizações e o estudo em si expôs tal situação. Diante disto, foi identificado por meio da entrevista que o setor de compras da referida empresa está em constante evolução, uma vez que segue normas como ISO 9001 e ISO 14001 e passou a utilizar um *software* de ERP. Pode-se afirmar que ano após ano a gestão de compras vem crescendo e se beneficiando das transformações ocorridas durante o período.

De acordo com o problema de pesquisa evidenciado, foram levantadas as práticas de compras no estudo de caso, bem como suas atividades operacionais em seu dia a dia e tendências do setor na empresa.

5.1 Relevância da logística para o setor de compras na empresa do estudo de caso

Foi identificado que a logística de modo geral na empresa tem impacto diretamente no valor final de venda do produto ofertado ao mercado. Foi levantado também que são realizadas cotações com transportadoras para se obter o melhor custo para transporte dos itens selecionados.

5.2 As atribuições e práticas de compras dos responsáveis da área

As práticas de compras e atribuições dos profissionais da área da empresa em estudo se faz através de compras de materiais, cotações com fornecedores, contato e manutenção da relação com provedores, captação de novos fornecedores, gerenciamento do controle de estoque de itens considerados críticos para a empresa, controle e gerenciamento de avaliação de desempenho de fornecedores através de planilhas, lançamento de notas fiscais no financeiro, alocação de despesas no centro de custo e arquivamento de documentos pertinentes ao processo de compras.

5.3 Gerenciamento do setor de compras

O gerenciamento do setor de compras da empresa estudado ainda é realizado mais de forma operacional do que estratégico, propriamente dito. Alguns casos como avaliação de fornecedores e controles de estoque deveriam ser realizados através de um sistema integrado, em que o mesmo reduziria a margem de erros significativamente comparado ao gerenciamento realizado hoje na empresa, em que é feito por meio de planilhas em *MS-Excel*.

Nesse mesmo sentido, este cenário tende a mudar após a instalação final do ERP já adquirido pela empresa. Nesse sentido, segundo Moellmann (2017), quando todos os integrantes da cadeia se relacionam e agem como uma entidade homogênea, o desempenho é melhorado por toda a gestão e o equilíbrio entre o fornecimento e a demanda contribui para alavancar os lucros.

5.4 Perfil do profissional de compras da empresa do estudo de caso

Os responsáveis do setor de compras da empresa citada são profissionais com vasta experiência neste segmento, tendo bom conhecimento de negociação e um perfil desejado para este setor. Dias e Costa (2012) enfatizam que os compradores de uma empresa, devem se atualizar sempre que possível, de acordo com as alterações governamentais. A tendência é que os compradores da empresa continuem se atualizando e se beneficiando das novas técnicas que estão surgindo. A especialização na área de

compras e logística dos compradores será muito importante, uma vez que a empresa vem se aperfeiçoando ano após ano.

Pode-se salientar que o processo de compras da empresa do estudo de caso vem se atualizando e crescendo cada vez mais, o que poderá levar a deixar as atividades operacionais num segundo plano e começar a praticar a gestão de compra por meio de um sistema integrado, garantindo compras mais seguras através de dados sólidos fornecidos pelo novo ERP.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo levantar as práticas de compras, bem como as tendências e a importância da gestão em suas atividades e como esse processo é aplicado na prática em uma indústria nos dias atuais.

De acordo com os dados apresentados neste trabalho, o objetivo levantado no capítulo introdutório foi atingindo. Foi possível levantar as práticas de gestão de compras em uma organização e as tendências nessa área.

Espera-se assim, finalmente, que este trabalho possa contribuir com conhecimento àqueles que buscam compreender como é o processo de trabalho dentro de um departamento de compras de uma organização, quais as tendências dessa área e a sua relevância dentro das organizações.

7 REFERÊNCIAS

- ARNOLD, J. R. T. **Administração de materiais**: uma introdução. São Paulo, SP: Atlas, 1999.
- BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: logística empresarial. 5.ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2006.
- BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo, SP: Atlas, 2008.
- BERTAGLIA, P. R. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo, SP: Saraiva, 2003.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logística empresarial**: o processo de integração da cadeia de suprimentos. São Paulo, SP: Atlas, 2009.
- DALLON. **Certificações**. 2020. Disponível em: <http://dallon.com.br/5-2/certificacoes-metais>. Acesso em: 13 set. 2020.
- DIAS, M. A. P. **Administração de materiais**: princípios, conceitos e gestão. 5.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.
- DIAS, M. A. P. **Administração de materiais**: princípios, conceitos e gestão. 6.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2011.
- DIAS, M.; COSTA, R. F. **Manual do comprador**. 5.ed. São Paulo, SP: Edicta, 2012.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.
- MOELLMANN, A. H. **Aplicação da teoria das restrições no gerenciamento da cadeia de suprimentos**. 2.ed. São Paulo, SP: Blucher, 2017.
- POZO, H. **Administração de recursos materiais e patrimoniais**: uma abordagem logística. 4.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2007.
- POZO, H. **Administração de recursos materiais e patrimoniais**: uma abordagem logística. 5.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.
- POZO, H. **Administração de recursos materiais e patrimoniais**: uma abordagem logística. 7.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2016.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da produção**: gerenciamento de operações. 2.ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.

SZABO, V. **Gestão da cadeia de suprimentos**: parcerias e técnicas. São Paulo, SP: Pearson, 2015.

TAYLOR, D. A. **Logística na cadeia de suprimentos**: uma perspectiva gerencial. São Paulo, SP: Pearson, 2005.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5.ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015.