

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA
CURSO DE GRADUAÇÃO ADMINISTRAÇÃO

JEOVÁ PAULINO

**A IMPORTÂNCIA DO SETOR DE COMPRAS NAS
ORGANIZAÇÕES**

RECIFE/2023

JEOVÁ PAULINO

A IMPORTÂNCIA DO SETOR DE COMPRAS NAS ORGANIZAÇÕES

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA,
como requisito parcial para obtenção da graduação em
Administração

RECIFE/2023

Ficha catalográfica elaborada pela
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

S586i Silva, Jeová Paulino da.
A importância do setor de compras nas organizações/ Jeová Paulino da
Silva. - Recife: O Autor, 2023.
8 p.

Orientador(a): Dr. Bruno Moura.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário
Brasileiro - UNIBRA. Bacharelado em Administração, 2023.

Inclui Referências.

1. Compras. 2. Gestão. 3. Importância. 4. Custos. 5. Melhoria. I.
Centro Universitário Brasileiro. - UNIBRA. II. Título.

CDU: 658

Dedico este trabalho a Deus, minha mãe e família.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a Deus por ter iluminado o meu caminho, que sempre me deu forças, saúde e coragem para superar todos os momentos difíceis dentro desses anos da graduação.

À meus orientadores por sempre está presente, com bastante maestria e sua paciência enorme e passando todo seu conhecimento.

Aos meus amigos e familiares que fazem parte desta etapa, por serem essências em minha vida e por sempre me incentivarem a ser uma pessoa melhor e nunca desistir.

*“Eu sempre fui sonhador... e é isso que me
mantém vivo!”*

(RACIONAIS MCS)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO.....	08
3 RESULTADOS	08
3.1 COMPRAS	08
3.2 ETAPAS DE COMPRAS	09
3.2.1 SOLICITAÇÃO DE COMPRAS	10
3.2.2 COLETA DE PREÇO	10
3.2.3 PEDIDO DE COMPRA	10
3.2.4 ACOMPANHAMENTO DE COMPRA	10
3.3 REDUÇÃO DE CUSTO	11
3.4 IMPORTÂNCIA DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES	12
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	14
REFERÊNCIAS.....	15

A IMPORTANCIA DO SETOR DE COMPRAS NAS ORGANIZAÇÕES

Jeová Paulino da Silva

Ma. Wilka Mayra Ferreira Gomes Monteiro

Resumo:

O Seguinte trabalho se trata de uma pesquisa bibliográfica, onde será abordada a importância do setor de compras nas organizações. Dentro desta pesquisa serão abordados os conceitos e a origem da atividade de compras, a importância da atividade do comprador dentro das organizações e suas atividades, visando uma redução de custo dentro do processo operacional, mostrando como gerir da melhor forma o setor de compras dentro da organização.

Palavras-chave: Compras, Gestão, Importância, Custos, Melhoria.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho tem a finalidade de ilustrar a importância da gestão de compras dentro das organizações e apresentando as fases do processo de compra e sua evolução a através do tempo e a importância que se tornou dentro do processo logístico auxiliando na tomada de decisões das empresas.

Na visão atual as organizações preocupam-se sempre com a redução de custos e a melhoria nos processos para uma boa organização a importância da atividade do setor de compras se tornou um dos setores mais importante dentro das empresas.

A origem da função do setor de compras, tal como o conhecemos hoje, teve origem na a partir da década de 50 até aos anos 70, o departamento de compras surge como função e inicia com um foco principal na realização de trabalhos administrativos, visto que as compras realizadas pelas empresas ainda eram pouco centralizadas, com muitos departamentos diferentes ainda realizando aquisições de produtos e serviços diretamente, muitas vezes a função do departamento de compras era apenas operacionalizar as decisões já tomadas por outros departamentos da empresa.

Um dos pontos principais se tratando de redução de custos dentro das empresas, consiste através do bom gerenciamento do processo de compras nas etapas necessárias no tratamento dos bens pós consumos e pós-venda visando auxiliar a tomada de decisão, para atuação sustentável das empresas com a diminuição de custos.

Para poder conseguir otimizar os custos da operação do setor de compras, temos que identificá-los a partir daí torna-se mais fácil a tomada de decisões de forma acertada sendo assim minimizando o risco de prejudicar a qualidade do atendimento sendo assim conseguimos aprimorar os processos internos, reduzir custos e ampliando a receita, mas para isso, aplicar os recursos em automação e um grande passo para obter ganho eficiência. Ao investir em tecnologia praticamente elimina-se a necessidade de executar as atividades manualmente e o retrabalho.

2 DELINEAMENTO METODOLÓGICO

Pesquisa bibliográfica é elaborada com base em textos já produzidos, este tipo de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, dissertações. Todavia em virtude da disseminação de novos formatos de informação, estas pesquisas passaram a incluir outros tipos de fontes, como discos, fitas magnéticas e material disponibilizado pela internet (GIL, 2017).

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica é o fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (GIL, 2017).

Segundo GIL 2017 qualquer tipo de pesquisa em qualquer área do conhecimento, supõe e exige pesquisa bibliográfica prévia, quer para o levantamento da situação em questão, quer para a fundamentação teórica ou ainda para justificar os limites e contribuições da própria pesquisa

Diante disso será analisado a maior parte de artigo científico que aborde sobre a importância do setor de compras nas organizações.

3. RESULTADOS

3.1 COMPRAS

A função do departamento de compras está integrada ao segmento de logística, matérias ou suprimentos, com o crescimento e a importância da função dentro das organizações, para alcançarmos um melhor entendimento da temática proposta nesse estudo precisamos definir a atividade compras.

A função compras tem a responsabilidade de suprir as necessidades de compras dos clientes, por meio de um planejamento quantitativo e qualitativo, o que possibilitará que o cliente receba o material no momento certo, com as quantidades corretas e dentro das especificações desejadas. (BURT; PINKERTON, 1996 apud SANTOS, 2008, p.15-16)

Portanto compras é uma operação da área de logística muito importante entre os processos de suprimento dentro das organizações, qualquer atividade industrial ou comercial necessita de matérias primas, componentes, equipamentos ou serviços que possa operar.

A Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei de Licitações e Contratos Administrativos (Brasil, 1993), conceitua "compra como toda aquisição remunerada de bens para fornecimento de uma só vez ou parceladamente".

Para Baily e colaboradores (2000:16) a "compra é vista pela organização bem-sucedida de hoje como uma atividade de importância estratégica considerável". Sua finalidade é suprir com os materiais ou serviços necessários, em quantidades e qualidades certas, a preço adequado, e no momento certo. Colaborando com este entendimento.

A necessidade de se comprar cada vez melhor é enfatizada por todos os empresários, pela necessidade de manter os estoques em níveis adequados e de racionalizar o processo produtivo. Sendo assim comprando de acordo com a necessidade e sem ultrapassar o nível de estoque é uma das melhores formas para as empresas reduzir os custos.

3.2 ETAPAS DE COMPRAS

Um bom departamento de compras tem variações da estrutura de compras, a variações vai de acordo com a política adotada pela empresa, a cada ano a área de compras vem sofrendo reformulações na sua estrutura, alterações que permitem uma melhor comprar e encorajar novos profissionais a está inovando no mercado.

3.2.1 SOLICITAÇÃO DE COMPRA

A solicitação de compra é um documento que dá autorização ao comprador executar uma compra, seja para matérias produtivas ou improdutivas, ele pode ser solicitado de acordo com a necessidade geral da empresa ou projeto, e o documento que deve informar o que deve ser comprado, a quantidade, o prazo de entrega, local de entrega entre outras informações como descrição e local da aplicação para uma locação correta do custo da área solicitada. (DIAS, 2015)

3.2.2 COLETA DE PREÇO

A famosa cotação é o registro do preço obtido na oferta de diversos fornecedores em relação ao material que foi solicitado a compra, precisar ter preço, quantidades, valores, prazo de entrega, informações da empresa que irá fornecer o produto ou serviço, para poder ser analisado e assim escolher a melhor cotação de acordo com a necessidade da empresa. (DIAS, 2015)

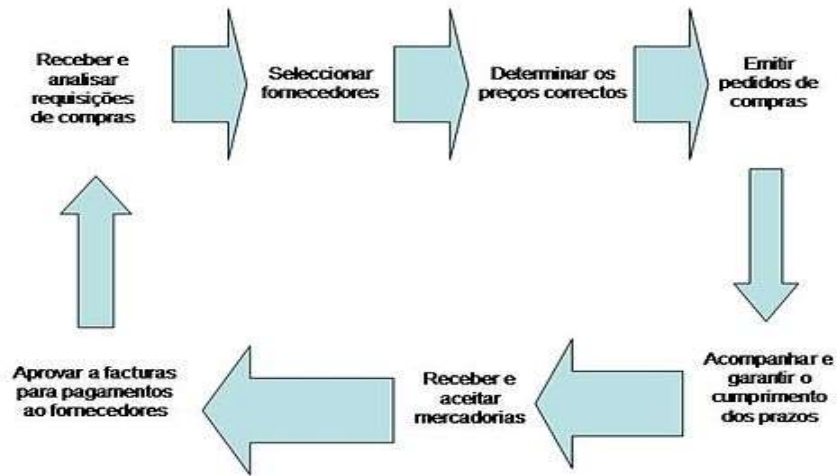
3.2.3 PEDIDO DE COMPRA

É um contrato formal entre a empresa e o fornecedor devendo representar o que foi acordado entre ambas partes. O pedido de compra tem força de contrato e a sua aceitação pelo fornecedor implica no atendimento de todas condições estipuladas. (DIAS, 2015)

3.2.4 ACOMPANHAMENTO DE COMPRA

Finalizando as etapas do processo de compra o acompanhamento da compra até a chegada no estoque, torna o processo eficaz manter o arquivo onde pode ser registrado a vida do produto para futuras compras e muito importante manter esse histórico de compra. (DIAS, 2015)

Figura 1 - Ciclo do processo de compras



Fonte: Wikipédia

3.3 REDUÇÃO DE CUSTO

A importância do comprador fazer o uso da análise preço x custo ter noção de como e montada a estrutura de preço e muito importante, afinal todo processo de compra de uma empresa tem um impacto direto nas finanças de uma empresa.

Segundo Moraes (2005) o departamento de compras também pode assumir vários outros papéis. Um deles está relacionado com a negociação de preços com os fornecedores. Essa negociação determinará o preço final dos produtos e, portanto, a competitividade da empresa.

Figura 2 – Redução de custo



Fonte: <https://www.treasy.com.br/blog/gestao-de-custos>

Sendo assim o comprador bem qualificado pode oferecer a empresa grades chances de otimização dos custos de pedidos. Pois mesmo que não tenham como aumentar o faturamento da empresa de uma forma direta, podem aperfeiçoar o serviço utilizando várias ferramentas.

3.4 IMPORTÂNCIA DENTRO DAS ORGANIZAÇÕES

Dias e Costa (2006) afirmam que o gerenciamento correto do processo de compra é importante para o bom desempenho de uma organização, no entanto essa importância é relativa, pois depende de diversos fatores como a natureza da organização ou seu grau de dependência de terceiros. Apesar da dependência destes fatores, a boa gestão da mesma, bem como seu desempenho têm como forte pilar uma área de compras bem estruturada.

A Gestão da aquisição – a conhecida função de compras – assume papel verdadeiramente estratégico nos negócios de hoje em face do volume de recursos, principalmente financeiros, envolvidos, deixando cada vez mais para trás a visão preconceituosa de que era uma atividade burocrática e repetitiva, um centro de despesa e não um centro de lucros. (MORAES, 2005)

Ao longo dos anos função do departamento de compras passou a ser imprescindível para as organizações de recursos de materiais dentro de uma empresa. Saber comprar de forma correta é determinante não somente para a competitividade, mas também para a permanência da empresa no mercado.

Baily et al. (2000) definem o perfil ideal do comprador moderno da seguinte forma:

(...) Vê a função como geradora potencial de lucro: acredita que deve contribuir para os planos a longo prazo como parceiro em igualdade de condições. Possui MBA; forte base financeira e tecnológica; assume que a área de compras é vital para o bem-estar da empresa, que necessita de contribuição criativa para os planos e as políticas corporativas. Aspira assumir uma diretoria; ansioso para eliminar as deficiências da administração de recursos humanos e proporcionar melhores condições de trabalho. Possui metas bem definidas para atingir objetivos, com o uso de melhor planejamento, criatividade e colaboração de outros executivos da empresa.

Decorrente a várias mudanças ocorridas dentro das organizações, a função compras não é mais vista como uma atividade rotineira e sim como parte do processo de logística dentro das organizações. Isso porque mais do que simplesmente adquirir

produtos, o setor de compras atualmente se inter-relaciona com todos os outros setores da empresa, influenciando e sendo influenciado.

Segundo Petter Baily existe uma grande importância do setor de compras e seus objetivos dentro da organização.

Suprir a organização com um fluxo seguro de matérias e serviços para atender a suas necessidades.

Assegurar continuidade de suprimentos para manter relacionamentos efetivos com fontes existentes, desenvolvendo outras fontes de suprimentos alternativas, ou para atender a necessidades emergentes ou planejadas.

Comprar eficiente e sabiamente, obtendo por meios éticos o melhor valor por centavo gasto.

Manter relacionamentos cooperativos sólidos com outros departamentos, fornecendo informações e aconselhamentos necessários para assegurar a operação eficaz de toda organização (BAILY et al, 2015).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho visa mostrar a importância do setor de compras nas organizações, acredita-se que uma área de compras eficaz pode trazer muitos benefícios ao funcionamento da organização, uma gestão de compras eficaz pode trazer maior agilidade nos negócios da organização e melhorar a qualidade das aquisições, o que é um diferencial altamente competitivo e positivo para as empresas.

A evolução da importância do departamento de compras nas organizações e cartórios deixou de ser uma atividade core para se tornar uma atividade central de tomada de decisão que ajuda a reduzir custos nas organizações, gerando o aumento dos lucros das empresas, tornando-as mais rentáveis, podendo-se verificar que a área de compras passou a utilizar novas tecnologias e estratégias de compras mais favoráveis para integrar clientes e fornecedores e melhorar a qualidade dos serviços e/ou produtos.

Essas atitudes resultam em uma contribuição significativa para a implementação dos objetivos estratégicos e intenções da organização. Hoje uma empresa não pode ser imaginada sem o departamento de compras, suas atividades influenciam diretamente todo o processo da empresa, o comprador não pode se preocupar apenas com o fechamento de um processo de compra, porém deve avaliar esta operação com a gestão dos demais processos integrados, buscando para reduzir custos e melhorar a qualidade dos serviços executados dentro das organizações visando a melhoria contínua de todo o processo.

REFERÊNCIAS

BAILY, Peter et al. **Compras**: princípios e administração. São Paulo: Atlas, 2015.

BATISTA, Marco Antonio Cavalcanti; MALDONADO, José Manuel Santos de Varge. O papel do comprador no processo de compras em instituições públicas de ciência e tecnologia em saúde (C&T/S). **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro , v. 42, n. 4, p. 681-699, ago. 2008 . Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S003476122008000400003&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 21 abr. 2023.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais**: uma abordagem logística. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa** -6ed São Paulo : Atlas,2017

SANTOS, Adriana de Paula Lacerda. **Como gerenciar as compras de materiais na construção civil**: diretrizes para implementação da compra pró-ativa. São Paulo: Pini, 2008.

SIMÕES, Érica; MICHEL, Murillo. Importância da gestão de compras para as organizações. **Revista Científica Eletrônica de Ciências Contábeis**, Garça - SP, a. 2, n. 3, p. 1-7, maio. 2004. Disponível em:
<http://files.newlogistica.webnode.com.br/200000053b5aceb629f/Gest%C3%A3o%20de%20compras.PDF>. Acesso em:19 abr. 2023.