



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARÁIBA
PRÓ-REITORIA DE ENSINO E GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

WALTER ARAÚJO FERREIRA

**ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE COMPRA: CASO MAJAL INDÚSTRIA E
COMÉRCIO DE MALHAS LTDA**

Campina Grande
2012

WALTER ARAÚJO FERREIRA

**ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE COMPRA: CASO MAJAL INDÚSTRIA E
COMÉRCIO DE MALHAS LTDA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração sob a Orientação do Professor Msc. Marcos Aurélio Bernardo de Lima.

Campina Grande
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA1 – UEPB

F383a Ferreira, Walter Araújo.
Análise dos procedimentos de compra: Caso Majal Indústria e Comércio de Malhas Ltda / Walter Araújo Ferreira. – 2012.

17 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, 2012.

“Orientação: Prof. Ms. Marcos Aurélio Bernardo de Lima, Departamento de Administração”.

1. Procedimentos de compra. 2. Autoridade de compras. 3. Fornecedores. I. Título.

21. ed. CDD 658.72

ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE COMPRA: CASO MAJAL INDÚSTRIA
E COMÉRCIO DE MALHAS LTDA

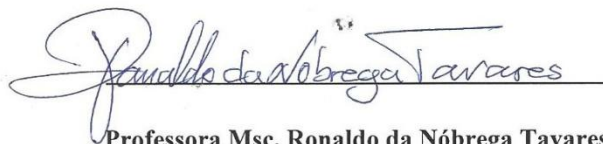
Aprovada em 04 de dezembro de 2012.

Nota 9,0

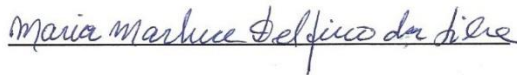
Banca examinadora:



Professor Msc. Marcos Aurélio Bernardo de Lima
Orientador



Professora Msc. Ronaldo da Nóbrega Tavares
Examinador



Professor Esp. Maria Marluce Delfino da Silva
Examinadora

ANÁLISE DOS PROCEDIMENTOS DE COMPRA: CASO MAJAL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE MALHAS LTDA

RESUMO

A aquisição de matérias primas, suprimentos e componentes são um fator decisivo na operacionalidade de uma empresa. A determinação de métodos de procedimentos de compra, da responsabilidade pelas compras e da análise e avaliação dos fornecedores irão conduzir para um gerenciamento mais eficiente que contribuirá para a redução dos custos e conseqüentemente aumentos consideráveis nos lucros. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo avaliar os procedimentos de aquisição de materiais na empresa Majal localizada no município de Campina Grande – PB. Em termos metodológicos a pesquisa caracteriza-se como qualitativa e por observação. Os resultados demonstram que alguns procedimentos devem ser melhorados, como por exemplo, as solicitações de compras e a seleção de fornecedores. A qualificação acadêmica e a autonomia do comprador também foram aspectos identificados como carentes de melhorias.

PALAVRAS-CHAVE: Procedimentos de compra, Autoridade de compras, Fornecedores.

ABSTRACT

The acquisition of raw materials, componentes and supplies are a decisive factor in the operation of a business. The determination methods of purchase responsible for purchase and the analysis and evaluation of suppliers will lead to more efficient management that will help reduce costs and consequently considerable increases in profits. Thus, this article aims to evaluate the acquisition of materials in Majal company located in Campina Grande - PB. In terms of methodology research is characterized as qualitative and observation. Results demonstrate that certain procedures be improved, as for example, requests for purchases and suppliers selection. The academic qualification of the buyer and autonomy were also those identified as in need of improvement.

KEYWORDS: Procedures to purchase, Authority purchases, Suppliers.

¹ Bacharelado em Administração pela UEPB (Universidade Estadual da Paraíba).

1. INTRODUÇÃO

No mundo globalizado e informatizado em que vivem atualmente as empresas, cada vez mais nota-se a necessidade de uma gestão eficiente dos materiais. E para isto, o departamento de compras assume um papel estratégico nos negócios, pois, se bem administrado pode se tornar uma fonte de lucro para as organizações. O objetivo do setor de compras é administrar o fluxo de aquisições de materiais e insumos buscando sempre as melhores condições econômicas para as empresas.

O objetivo deste artigo é analisar os procedimentos de aquisições de materiais da empresa Majal Indústria e Comércio de Malhas Ltda. Para isto procurou-se identificar a autoridade de compras da empresa, quais os procedimentos adotados no registro das compras e verificar o controle e o registro dos fornecedores.

A função compras desempenha o importante papel dentro das organizações de suprir suas necessidades de materiais e serviços, escolhendo fornecedores, administrando os procedimentos de compra, negociando preços, contribuindo assim com a redução de custos e proporcionando competitividade para as empresas.

Esta pesquisa procura identificar aspectos referentes à autoridade de compras da empresa, como são os procedimentos adotados para o registro das compras e como é feito o processo de seleção e registro de fornecedores.

Para a obtenção dos dados recolhidos, adota-se o método de estudo de caso através de uma pesquisa qualitativa observacional.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Surgimento da Administração de Materiais

A atividade de materiais já podia ser observada, mesmo sem nenhuma técnica, desde os tempos da antiguidade através da busca por recursos naturais para serem transformados em ferramentas e utensílios e pelas trocas de mercadorias. Porém, foi através da Revolução Industrial nos séculos XVIII e XIX que surgiram mudanças econômicas e sociais significativas.

As empresas cresceram, empregaram maior número de pessoas, passaram a utilizar máquinas, aumentaram sua produção e começaram a atender mercados maiores e mais

distantes. Com isso acirrou-se a concorrência entre os mercados e as organizações foram obrigadas a aperfeiçoarem suas operações comerciais.

Essas modificações nos processos produtivos e a constante evolução fabril fizeram com que a produção passasse para um estágio tecnologicamente mais avançado no qual surge a necessidade de atender às novas exigências do mercado e ao aumento do consumo. Esses fatores possibilitaram maior visibilidade à Administração de Materiais e fizeram com que a mesma fosse reconhecida como ponto fundamental na busca pelos objetivos da organização. Severo (2006) traz a seguinte definição:

“A Administração de Materiais é o conjunto ambiental constituído por todos os órgãos da empresa, interagindo entre si, proporcionando condições necessárias a uma atuação integrada e eficiente, com o objetivo de atender convenientemente às necessidades operacionais da empresa.”

Dias (2010) explica que a Administração de Materiais se trata do gerenciamento do conjunto dos materiais responsáveis pelo pleno atendimento da demanda de produtos ou serviços oferecidos aos clientes.

Na visão de Arnold (2008): “Administração de materiais é uma função coordenadora responsável pelo planejamento e controle do fluxo de materiais.”

Ainda segundo Arnold (2008), a Administração de Materiais tem como um de seus objetivos o máximo aproveitamento dos recursos da empresa e a manutenção de níveis de fornecimento de insumos que possam atender de forma eficaz tanto ao setor produtivo quanto ao consumidor final.

Podemos observar que a motivação do gerenciamento dos materiais é satisfazer as demandas do sistema produtivo nas quantidades solicitadas, na qualidade exigida, no tempo certo, no local determinado e nas melhores condições econômicas possíveis para a organização. Sua importância é evidenciada em cenários de crises nos quais os produtos não estão disponíveis no instante correto para atender às necessidades da produção.

2.2. Compras

Uma boa Administração dos Materiais está diretamente ligada a manutenção dos estoques, a disponibilidade de insumos e a redução de custos das empresas. E para que esta gestão obtenha sucesso é necessária a utilização de uma ferramenta indispensável para a manutenção dos materiais nas organizações: a função compras.

Segundo Dias (2010) a função compras é um segmento essencial do Departamento de Materiais ou Suprimentos e tem como um de seus objetivos suprir as necessidades de materiais ou serviços da empresa.

Para Moreira (2008) o departamento de compras é responsável pela gerência do processo de aquisição, pela escolha de fornecedores, pelas negociações de preços e pelas decisões de comprar ou não, localmente. O mesmo autor defende que é tarefa da seção Compras trabalhar junto aos fornecedores no intuito de assegurar o fluxo de materiais e serviços desejados a curto e a longo prazo.

Muitas vezes a função compras está relacionada apenas com o processo de aquisição dos materiais junto aos fornecedores. Porém, segundo Arnold (2008) esta função é muito mais ampla e para que seja realizada de forma eficaz necessita do envolvimento de todos os departamentos da organização.

Moraes (2005) defende que a função compras assumiu um papel verdadeiramente estratégico nos negócios de hoje em face do volume de recursos financeiros envolvidos, deixando para trás uma visão de que o departamento de compras era uma atividade simplesmente burocrática e repetitiva.

Além da seleção de fornecedores, execução e acompanhamento de ordens de compras, controle dos fluxos de materiais que serão utilizados na produção, o departamento de compras também pode assumir várias outras funções. Uma delas é a negociação de preços junto aos fornecedores. Segundo Moraes (2005) essa negociação determina o preço final dos produtos e, conseqüentemente, a competitividade da empresa.

2.3. A Importância do Setor de Compras

As rápidas mudanças que ocorrem no mercado exigem cada vez mais uma participação decisiva do departamento de compras nas decisões e nos rumos das organizações. As tarefas de selecionar fornecedores, comprar a menores custos, com rapidez e qualidade, e manter relações de parcerias com fornecedores são atividades de extrema relevância que são delegadas ao departamento de compras. Estes fatores são considerados hoje como diferenciais competitivos para as empresas.

Para Martins e Campos (2009) o cenário de reestruturação vivido pelas empresas nos últimos anos, a evolução da tecnologia e as novas formas de se relacionar com os fornecedores são fatores que agregam cada vez mais valor e importância ao setor de compras.

Ao longo do tempo a função compras passou a ser imprescindível para a administração de materiais das organizações, pois os recursos que são adquiridos por este setor representam parcela considerável na estrutura de custos da empresa. Segundo Arnold (2008): “Em média, as empresas gastam 50% de sua renda proveniente das vendas na compra de matérias-primas, componentes e suprimentos. Isso confere à função de compras um enorme potencial para aumentar os lucros.”

Diante de tantas responsabilidades assumidas o setor de compras vem ganhando destaque na medida em que contribui com os objetivos estratégicos da empresa e influencia outros setores. Deste modo, garante seu espaço e se destaca no contexto das organizações já que não basta apenas comprar, é preciso comprar bem, procurando obter o maior número de vantagens possíveis para a empresa.

2.4. A Autoridade de Compras

O posicionamento atual da função compras é bem diferente do modo tradicional que tinha como características a passividade, a burocracia, a repetição de procedimentos e a não participação dos compradores nas decisões sobre compras. Porém, hoje essa função é reconhecida como uma das mais importantes em uma empresa e participa ativamente de suas decisões de curto e longo prazo.

Diante das novas exigências do mercado, das constantes mudanças nos processos produtivos e na crescente utilização da tecnologia da informação, torna-se necessário adicionar uma assistência mais profissional, e delegar autoridade e responsabilidade. Para Martins e Campos (2009) cresce cada vez mais a necessidade dos compradores estarem muito bem informados, atualizados, terem habilidades interpessoais e dinamismo.

Segundo Dias (2010) para conduzir de forma eficaz suas compras é necessário que o comprador demonstre amplos conhecimentos sobre as características dos produtos, dos processos e das fases de fabricação dos materiais comprados. O comprador deve estar preparado para discutir em igual nível de conhecimento com os fornecedores.

Para Moraes (2005) é interessante que os profissionais de compras possuam habilidades interpessoais como poder de negociação, facilidade para trabalhar em equipe, boa comunicação e capacidade de gestão de conflitos. Estes também podem adquirir conhecimentos através de cursos e leituras específicas sobre os materiais de sua área de atuação.

Na visão de Dias (2010) o bom comprador deve está identificado com a política e com os padrões de ética definidos pela empresa, além de buscar sempre negócios honestos e compensadores, sem que fiquem dúvidas quanto a dignidade daqueles que o conduziram.

Todas as atividades e funções atribuídas ao gestor de compras justificam sua autoridade dentro de uma organização. Compradores com boa qualificação profissional podem fornecer às empresas condições de fazerem bons negócios e constituem uma força estratégica na busca por redução de custos e conseqüente aumento dos lucros. Dias (2010)

2.5. Procedimentos para o registro de compras.

Com o passar do tempo o sistema de compras vem se aperfeiçoando, acompanhando a evolução no mundo dos negócios. E para cumprir o seu objetivo junto à empresa a seção compras se utiliza de algumas ferramentas e procedimentos que contribuem com a eficácia de sua função. Ferramentas essas que podem variar de acordo com a estrutura e as políticas adotadas pelas organizações.

Porém, diante de tantas mudanças que visam melhorias nos métodos de compras, alguns procedimentos continuam os mesmos. Conforme Dias (2010) são eles: a solicitação de compras, a coleta de preços, o pedido de compra e o acompanhamento das compras.

2.5.1. Solicitação de compras

A solicitação de compras é um documento que autoriza o comprador a executar determinada compra. É um documento que deve informar todos os dados relativos a compra: o que comprar, quanto, prazo de entrega, local de entrega e, em alguns casos, qual o fornecedor.

2.5.2. Coleta de preços

Trata-se das cotações de preços que são feitas junto aos fornecedores em relação ao material requisitado. Deve conter preço, quantidade e estar sempre disponível para consultas ou análises de Auditoria. É um documento de registro de preços e de todas as informações a respeito daquilo que se deseja comprar.

2.5.3. Pedido de compra

O pedido de compra é um documento formal entre a empresa e o fornecedor. Este deverá conter todas as informações a respeito das características dos produtos, das condições de compra (preços e prazos de pagamento), dos procedimentos de transporte e recebimento, das exigências de prazos de entregas e qualidade.

O pedido de compra tem força de contrato a partir do momento em que o fornecedor aceita todas as condições impostas pelo comprador. É muito importante que tanto o comprador quanto o fornecedor estejam cientes de todas as condições estabelecidas no pedido de compra para que não haja conflitos e desgastes das relações.

Todos os pedidos de compras, após serem remetidos aos fornecedores, devem ser registrados com o intuito de obter um maior controle sobre todas as compras.

2.5.4. Acompanhamento de compras

Para um eficaz acompanhamento das compras é necessário que o comprador mantenha um arquivo onde possa registrar todo o andamento de suas compras. Alterações como: variações de preço e quantidade, mudanças no transporte e nos prazos de entregas devem ser constantemente monitorados. Esse arquivo deve ser mantido devidamente atualizado a fim de ser consultado a qualquer momento.

Em muitos casos o pessoal de produção se utiliza dessa ferramenta para melhor programar suas atividades. Qualquer falha nesse registro pode causar sérios problemas para a produção.

2.6. Controle e registro de fornecedores

A função Compras será eficaz na medida em que conseguir os insumos certos, nas quantidades solicitadas, no prazo estipulado, com a qualidade exigida ao menor preço possível. Para isso é imprescindível conhecer o fornecedor certo para cada situação e manter bons relacionamentos com os mesmos. Após a seleção pode ser feito um controle e também um registro dos fornecedores. Para tanto pode ser utilizado listas ou catálogos de fornecedores e também pode-se manter arquivos digitais com todas as informações necessárias ao departamento de compras.

2.6.1. Seleção e controle de fornecedores

A seleção pode ser uma ferramenta para se ter um controle dos fornecedores, pois é durante a seleção que ocorre a identificação dos fornecedores adequados que serão adicionados ao cadastro de compras.

Segundo Dias (2010) selecionar fornecedores é reunir um maior grupo possível que atenda a todos os requisitos básicos e suficientes preestabelecidos. O objetivo principal é encontrar fornecedores confiáveis como fontes contínuas e ininterruptas que atendam ao máximo possível das exigências.

A cada compra os fornecedores podem ser controlados a partir do seu desempenho. Esse desempenho pode ser medido através de comparações com pedidos anteriores. O comprador tem a responsabilidade de avaliar este desempenho e manter boas relações com os fornecedores visando sempre parcerias duradouras em que ambas as partes saiam ganhando.

2.6.2. Registro de fornecedores

Após a seleção é possível identificar o fornecedor ideal para cada material e registrá-lo junto ao cadastro de fornecedores.

Para Arnold (2006) um bom fornecedor é aquele que tem a tecnologia para fabricar o produto na qualidade exigida, tem a capacidade de produzir as quantidades necessárias, obtendo lucros e vendendo seus produtos a preços competitivos.

Uma das ferramentas essenciais ao departamento de compras é o cadastro de fornecedores. Este cadastro permite ao comprador mais facilidade na seleção dos prováveis fornecedores para determinados materiais e mantém um registro das informações a respeito desses fornecedores.

Para manter um registro eficiente, que atenda às necessidades da empresa, deve-se elaborar formas de atualizar e acompanhar o desempenho de seus fornecedores. Todas estas informações adicionadas devem ser atualizadas junto ao cadastro. É importante que este cadastro esteja disponível não somente para o departamento de compras, mas também para todos os setores interessados.

3. METODOLOGIA

A pesquisa se deu no departamento de compras da empresa Majal Indústria e Comércio de Malhas Ltda. situada na cidade de Campina Grande/PB no segundo semestre do ano de 2012. O método utilizado para realizar esta pesquisa foi o estudo de caso. Foi efetuada uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório e observacional. O método utilizado para a coleta de dados foi o método da observação. De acordo com (PRESTES) O método da observação, considerando-se a estruturação, pode ser assistemática (sem controle elaborado anteriormente e desprovida de instrumental apropriado) ou sistemática (estruturada e realizada em condições controladas, de acordo com os objetivos e propósitos previamente estabelecidos). No que diz respeito ao critério de participação do observador, a observação pode ser não participante (observador permanece fora da realidade a ser estudada) ou participante (o pesquisador participa da situação que está estudando, sem que os demais elementos envolvidos percebam a posição dele, que se incorpora ao grupo ou à comunidade pesquisados, de modo natural quando já é elemento do grupo ou artificialmente). Em relação ao número de observadores, a observação pode ser individual ou em equipe.

A partir dos dados coletados buscou-se identificar e apresentar os pontos favoráveis e os pontos desfavoráveis dos procedimentos de compras praticados pela organização.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Majal é uma empresa que atua na importação de calçados (tênis) e acessórios (cintos, carteiras e mochilas) voltados para o público praticante de esportes como o *skate* e o *surf*. Para este mesmo público a empresa também confecciona artigos como camisetas e calças. As principais matérias primas compradas são: tecidos 100% algodão, aviamentos (etiquetas, linhas, botões), caixas de papelão e embalagens plásticas. Seus principais fornecedores estão localizados nas regiões sul (Santa Catarina) e sudeste (São Paulo) do país.

4.1. A autoridade de compra na empresa Majal

Segundo, Martins e Campos (2009), diante das novas exigências do mercado, das constantes mudanças nos processos produtivos e na crescente utilização da tecnologia da

informação, torna-se necessário adicionar uma assistência mais profissional, e delegar autoridade e responsabilidade.

Já Moraes (2005), diz, que, é interessante que os profissionais de compras possuam habilidades interpessoais como poder de negociação, facilidade para trabalhar em equipe, boa comunicação e capacidade de gestão de conflitos. Estes também podem adquirir conhecimentos através de cursos e leituras específicas sobre os materiais de sua área de atuação.

Dias (2010), salienta que todas as atividades e funções atribuídas ao gestor de compras justificam sua autoridade dentro de uma organização.

A partir das observações na empresa Majal notou-se que existem *fatores positivos e negativos* referentes à autoridade de compra na empresa. No que tange aos fatores positivos, pode-se citar que devido à prática e a rotina diária, o comprador atual *demonstra amplos conhecimentos dos produtos e materiais comprados pela empresa*. Este conhecimento prático proporciona ao comprador uma negociação em igual nível com os fornecedores.

Foi observado que o comprador possui *bom relacionamento com os gerentes e o pessoal envolvido com as compras*. O mesmo também apresentou facilidade para trabalhar em conjunto com outros setores. Isso demonstra habilidades interpessoais do profissional de compras que são de vital importância para a eficácia do setor.

Outro aspecto positivo verificado foi a *habilidade de negociação do profissional de compras*. Esse fator contribui para a realização de compras com preços melhores (geração de economia).

Sobre os fatores negativos podemos citar: *a carência de conhecimentos específicos acadêmicos por parte do profissional responsável pelas compras e também do seu assistente e a pouca autonomia do comprador em relação às decisões de compra*.

No que diz respeito à carência de conhecimentos acadêmicos por parte do profissional responsável pelas compra e seu assistente, a capacidade destes profissionais se restringem ao conhecimento prático e, observou-se que a empresa não se preocupa em realizar investimentos na qualificação dos mesmos. Sobre a autonomia do responsável pelas compras, notou-se, que, em alguns casos, o mesmo não participa das decisões sobre compras, sendo chamado apenas para a execução do pedido.

4.2. Os procedimentos nos registros das compras

Conforme Dias (2010), os procedimentos nos registros de compra são os seguintes: *a solicitação de compras, a coleta de preços, o pedido de compra e o acompanhamento das compras*. A solicitação de compras é um documento que autoriza o comprador a executar determinada compra. É um documento que deve informar todos os dados relativos a compra: o que comprar, quanto, prazo de entrega, local de entrega e, em alguns casos, qual o fornecedor. A coleta de preços trata das cotações de preços que são feitas junto aos fornecedores em relação ao material requisitado (é um documento de registro de preços e de todas as informações a respeito daquilo que se deseja comprar). O pedido de compra é um documento formal entre a empresa e o fornecedor. Este deverá conter todas as informações a respeito das características dos produtos, das condições de compra (preços e prazos de pagamento), dos procedimentos de transporte e recebimento, das exigências de prazos de entregas e qualidade. O acompanhamento das compras trata do registro de todo o andamento das compras.

Observou-se em relação aos procedimentos de compra que as solicitações das compras são ineficazes, pois constantemente há atrasos no encaminhamento das mesmas aos compradores e, também informações incompletas como por exemplo, especificações do material a ser comprado: cores, quantidades e tamanhos.

A coleta de preços junto aos fornecedores foi identificada como ponto desfavorável devido aos atrasos (morosidade dos fornecedores em relação ao envio das cotações de preços) e informações incorretas (muitas vezes os fornecedores passam preços errados em relação aos produtos). Observou-se, também, que não há disponibilidade para consultas e análises das cotações de preços de mercado.

Porém verificou-se que o pedido de compra é uma ferramenta utilizada constantemente para definir as exigências e condições dos pedidos. Os fornecedores da Majal são cobrados de acordo com o que está descrito no pedido de compra.

Outro aspecto favorável é a eficiência do setor, em relação aos procedimentos adotados no acompanhamento dos pedidos. Verificou-se que todos os pedidos de compra são registrados em arquivos onde são identificados pelos compradores através de um número e, pelo qual são monitoradas e feitas as devidas alterações. Analisou-se que este acompanhamento é de vital importância, sobretudo para os setores de produção, pois as programações de faturamentos são feitas baseadas nas datas de chegada dos materiais. Qualquer atraso na entrega dos insumos pode ser identificado porque o acompanhamento é

feito através de uma planilha que se encontra sempre atualizada e disponível em rede para todos os usuários da empresa.

4.3. O controle e o registro de fornecedores

Segundo Dias (2010) selecionar fornecedores é reunir um maior grupo possível que atenda a todos os requisitos básicos e suficientes preestabelecidos. O objetivo principal é encontrar fornecedores confiáveis como fontes contínuas e ininterruptas que atendam ao máximo possível das exigências.

Após a seleção é possível identificar o fornecedor ideal para cada material e registrá-lo junto ao cadastro de fornecedores.

Para Arnold (2006) um bom fornecedor é aquele tem a tecnologia para fabricar o produto na qualidade exigida, tem a capacidade de produzir as quantidades necessárias, obtendo lucros e vendendo seus produtos a preços competitivos.

Uma das ferramentas essenciais ao departamento de compras é o cadastro de fornecedores. Este cadastro permite ao comprador mais facilidade na seleção dos prováveis fornecedores para determinados materiais e mantém um registro das informações a respeito desses fornecedores.

Para manter um registro eficiente, que atenda às necessidades da empresa, deve-se elaborar formas de atualizar e acompanhar o desempenho de seus fornecedores.

No que diz respeito ao controle e seleção dos fornecedores verificou-se deficiências em relação à seleção dos mesmos. Muitas vezes não é feito um levantamento de possíveis fornecedores e quando isto é feito os candidatos não atendem aos requisitos básicos estabelecidos.

Como aspecto positivo, para os fornecedores habituais, pode-se citar o processo de controle através de uma avaliação comparativa entre o último pedido e o pedido atual. São registrados juntamente ao cadastro de fornecedores dados sobre preços, prazos, qualidade, atendimento e condições de pagamento. Tais informações ficam à disposição de outros setores para consulta através do sistema informatizado da empresa.

Observa-se que há uma constante avaliação de desempenho por parte dos fornecedores feita pelo profissional de compras. Esta avaliação é feita a partir da capacidade que o fornecedor demonstra em atender as exigências dos pedidos de compra. A cada pedido o comprador verifica aspectos como prazo de entrega e preços negociados.

Outro fator importante e positivo para a empresa é a busca de um relacionamento de qualidade e de longo prazo com os fornecedores com o intuito de que ambos lucrem com a parceria.

5. CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais a função compras vem ganhando espaço e evidência no contexto das organizações. Isso gera a necessidade de que seus procedimentos sejam aperfeiçoados, uma vez que a eficiência deste departamento pode ser uma fonte de lucro para a empresa.

A partir dos pontos comentados neste trabalho, no qual o objetivo era analisar os procedimentos de aquisição de materiais da empresa Majal e do estudo de caso através de pesquisa exploratória e, coletando dados a partir de observação participativa, pode-se concluir então que existem ainda desafios a serem superados pelos compradores. Alguns procedimentos são falhos e tornam o trabalho burocrático e ineficaz. Os compradores ainda necessitam de qualificação acadêmica adequada e também mais participação na tomada de decisões em relação às compras. A coleta de preços e a seleção de fornecedores apresentaram falhas em sua execução.

Porém, também é possível concluir que a equipe de compras possui amplos conhecimentos dos materiais comprados, bom relacionamento com outros setores, habilidade nas negociações, conhecem a ética e política da empresa, além de utilizarem bem as ferramentas referentes ao pedido de compra e o acompanhamento das compras.

Portanto, podemos dizer que através deste estudo foi possível analisar os procedimentos de compras da empresa estudada. E assim, concluir que alguns procedimentos adotados precisam ser melhorados de modo que possam contribuir mais efetivamente com os objetivos da organização.

A grande contribuição deste estudo se dá pela oportunidade de melhoria dos procedimentos de compras da empresa em questão, contribuindo com seus objetivos e proporcionando à empresa utilizar o departamento de compras como fonte de redução de custos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNOLD, J. R. Tony. Administração de materiais: uma introdução. 1º ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

SEVERO, Filho João. Administração de logística integrada; materiais, PCP e marketing. 2º ed. rev. e atual. – Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

DIAS, Marco Aurélio P. Administração de materiais: uma abordagem logística. 5º ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

MORAES, André. Gestão de compras. Apostila do Curso de Administração Industrial. CEFDET. Rio de Janeiro: 2005.

MARTINS, Petrônio G.; CAMPOS, Paulo Renato. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. 3ºed. rev. e atualizada. – São Paulo: Saraiva, 2009.

MOREIRA, Daniel Augusto. Administração da Produção e Operações. 2º ed. rev. e ampliada. – São Paulo: Cengage e Learning, 2008.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. A pesquisa e a construção do conhecimento científico: do planejamento aos textos, da escola à academia. 3ª Ed. – São Paulo: Rêspel, 2008