

A importância da seleção de fornecedores no processo de compras Renata Oliveira Lucindo Moreira



PÓS-GRADUAÇÃO

**ADMINISTRAÇÃO DE
COMPRAS E SUPRIMENTOS**

**CLIQUE AQUI PARA
MAIS INFORMAÇÕES**



Resumo O objetivo da função compras é conseguir tudo ao mesmo tempo: qualidade, quantidade, prazo de entrega e preço. Uma vez tomada a decisão sobre o que comprar, a segunda decisão mais importante refere-se ao fornecedor certo. Um bom fornecedor é aquele que tem a tecnologia para fabricar o produto na qualidade exigida, tem a capacidade de produzir as quantidades necessárias e pode administrar seu negócio com eficiência suficiente para ter lucros e ainda assim vender um produto a preços competitivos. Segundo Bertaglia (2006) o processo de seleção de fornecedor não é simples. A complexidade aumenta em função das características do item ou serviço a ser comprado, pois as exigências podem ser maiores ou menores. O ato de comprar deixou de ser simplesmente o de efetuar uma cotação de preços. Há três características básicas que devem ser consideradas em um processo de decisão para se selecionar um fornecedor: preço, qualidade e serviço. A importância da seleção de fornecedores no processo de compras No contexto competitivo em que as empresas se encontram, faz-se necessário o desenvolvimento de diferenciais para sobrevivência em um mercado em constante mudança. Nesse cenário, os critérios de avaliação e seleção de fornecedores podem ser utilizados no contexto do gerenciamento da cadeia de suprimentos. A gestão efetiva desta cadeia consiste em vantagem competitiva para as organizações que a compõem. A concorrência acontece, pois, não mais entre empresas do mesmo ramo, mas sim, entre as cadeias de suprimentos e o seu correto gerenciamento (LANGENDYK, 2002).

De acordo com Martins (2005), com o decorrer dos anos, a seleção de fornecedores vem ganhando cada vez mais importância. O aumento no valor dos itens comprados em relação ao total da receita das empresas, a aquisição de produtos de outros países viabilizados pela globalização, a preços competitivos e a crescente velocidade de mudança de tecnologia, acompanhada por uma redução do ciclo de vida dos produtos, são alguns fatores que contribuem para o crescimento da seleção de fornecedores.

Para a seleção de fornecedores existem critérios que têm deixado de ser somente aqueles básicos, ou seja, o preço ao qual o fornecedor oferecia o produto, a qualidade do produto, que deveria atender à especificação mínima requerida pela empresa, e a velocidade de entrega do produto pelo fornecedor. O custo total de aquisição, que considera todos os custos associados à aquisição do produto; a qualidade total oferecida pelo fornecedor (não somente a qualidade mínima necessária); o serviço prestado pelo fornecedor, que além da velocidade de entrega passou a considerar a confiabilidade, o custo de transporte, a consistência e frequência de entregas e a flexibilidade do fornecedor; a capacidade tecnológica e de processo do fornecedor; sua saúde financeira; e a estrutura e estratégia organizacional do fornecedor, estão entre os novos critérios que passaram a ser adotados. (GOFFIN et al., 1997 apud MARTINS, 2005).

Há vários fatores que influenciam na seleção de um fornecedor, tais como:

„X Habilidade técnica: O fornecedor possui habilidade técnica para produzir ou fornecer o produto desejado?

„X Capacidade produtiva: A produção deve ser capaz de satisfazer às especificações do produto de forma consciente, ao mesmo tempo produzindo o menor número possível de defeitos.

„X Confiabilidade: Ao selecionar um fornecedor, é desejável que se escolha um fornecedor confiável, reputado e financeiramente sólido.

„X Pós-venda: Se o produto tem natureza técnica ou provavelmente necessitará de peças de reposição ou apoio técnico, o fornecedor deve ter um bom serviço de atendimento pós venda.

„X Localização do fornecedor: Algumas vezes é necessário/recomendável que o fornecedor esteja próximo do comprador, ou pelo menos mantenha um estoque local.

„X Preço: O fornecedor deve ser capaz de oferecer preços competitivos, não significando necessariamente o menor preço.

Segundo Slack et al. (1999) a definição de com quantos e com quais fornecedores a empresa irá trabalhar faz parte da estratégia de compras. A empresa poderá trabalhar com fornecedores exclusivos para determinados produtos (single sourcing), vários fornecedores para um mesmo produto (multiple sourcing); com uma rede constituída de poucos fornecedores diretos (de primeiro nível) e uma base maior de fornecedores indiretos, que "fornecem para seus fornecedores" (de segundo e terceiro níveis), ou pode trabalhar com fornecedores internacionais (global sourcing). A área de Compras deverá ponderar as vantagens e desvantagens de cada um dos modelos e selecionar o que melhor se adequar (ou os que melhor se adequarem) à estratégia e ao alcance da empresa. O tipo de relacionamento que a empresa pretende manter com os mesmos será também uma condição para a seleção dos fornecedores.

É preciso que o setor de compras mantenha uma base de dados extensa sobre fornecedores potenciais e que seja capaz de sugerir alternativas de materiais e serviços para serem considerados. Dentro do processo de compras, existem, segundo Pozo (2000, p.139), as seguintes atividades centrais:

„X Assegurar descrição completa das necessidades;

„X Selecionar fontes de suprimentos

„X Conseguir informações de preço;

„X Colocar os pedidos (ordens de compras);

„X Acompanhar (follow up) os pedidos;

„X Verificar notas fiscais (e romaneios respectivos);

„X Manter registros e arquivos;

„X Manter relacionamento com vendedores.

Na avaliação de fornecedores potenciais, alguns fatores são quantitativos, e é possível atribuir um valor monetário a eles. Outros fatores são qualitativos e sua determinação exige ponderação. Geralmente, são determinados de forma descritiva.

A seguir, método de classificação, que pode ser utilizado para combinar esses dois fatores principais (quantitativos e qualitativos). Auxiliando o comprador a selecionar o melhor fornecedor:

1. Selecionar os fatores que devem ser considerados na avaliação de fornecedores potenciais.
2. Atribuir um peso a cada fator. Esse peso determina a importância de um fator em relação aos outros.
3. Atribuir uma pontuação para os fornecedores quanto a cada um dos fatores.
4. Classificar os fornecedores.

Concluindo, o processo de seleção de fornecedores é de extrema importância no processo de compras. A seleção de fornecedores precisa ser a mais correta, pois caso aconteça o contrário, as necessidades de compras da empresa não serão perfeitamente atendidas e com isso afetará diretamente a demanda, a qualidade e a logística do produto a ser fornecido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS
ARNOLD, J. R. Tony. Administração de materiais : uma introdução / J. R. Tony Arnold ; tradução Celso Rimoli, Lenita R. Esteves. – São Paulo : Atlas, 1999.
BERTAGLIA, P. R. Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento : São Paulo: Saraiva, 2006.
DIAS, Mario. Manual do Comprador : conceitos, técnicas e práticas indispensáveis em um departamento de compras / Mario Dias, Roberto Figueiredo Costa.—2. Ed. – São Paulo: Edicta, 2003.
LANGENDYK, Adriano. Estratégias de logística em uma empresa do setor automobilístico: o caso da Volkswagen-Audi no período 1996-2001. Florianópolis, 2002. 192 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Departamento de Qualidade e Produtividade, UFSC.
MARTINS, Rodrigo. Estratégia de compras na indústria brasileira de higiene pessoal e cosméticos: um estudo de casos. 2005 : Dissertação (Mestrado) – Instituto Coppead, UFRJ, Rio de Janeiro, 2005.
POZO, Hamilton. Administração de recursos materiais e patrimoniais, uma abordagem logística : São Paulo: Atlas, 2000. 195 p.
SLACK, N. et al. Administração da produção : São Paulo: Atlas 1999.