



Noviembre 2018 - ISSN: 1696-8352

## IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE COMPRAS NAS INDÚSTRIAS DE CONFECÇÕES

Cláudia Marrocos Melo Lima<sup>1</sup>

Prof. M. Sc. Rickardo Léo Ramos Gomes<sup>2</sup>

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Cláudia Marrocos Melo Lima y Rickardo Léo Ramos Gomes (2018): "Importância da gestão de compras nas indústrias de confecções", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (noviembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/11/gestao-compras-confeccoes.html>

### RESUMO

Este artigo aborda os principais processos na gestão de compras nas indústrias de confecção, onde se fundamentam nas tendências de moda, no desenvolvimento de novos produtos, na programação visual da peça, no processo da pesquisa de mercado, e o fato de comprar dentro do provisionamento estimado, são fatores fundamentais na tomada de decisões. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, com abordagem qualitativa, onde as demandas de mercado em curto prazo influenciam diretamente na produção, e envolve o trabalho do setor de compras, interligando os setores de PCP e Almoxarifado. O estudo baseou-se em artigos aplicados no setor de compras de diversas áreas de atuação no mercado, analisou-se a carência no setor e propôs um tipo de processo avaliativo baseado nas premissas de custo, qualidade, e pontualidade na entrega dos produtos. Conclui-se que, o setor de compras da indústria de confecção, é de vital importância para a gestão da informação, e os profissionais deste setor desempenham papel importante dentro da cadeia de gestão de materiais.

**Palavras-chave:** Produto. Almoxarifado. Compras.

### RESUMEN

---

<sup>1</sup> Graduada em Pedagogia em regime especial, Licenciatura Plena, pela Fundação Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA). Curso superior de formação específica em Gestão de Pequenas e Médias Empresas pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA), atualmente finalizando o MBA em Gestão de Suprimentos no IEL – Instituto Euvaldo Lodi e com experiência na área de compras como compradora.

<sup>2</sup> Professor da Disciplina de Metodologia do Trabalho Científico (Orientador) – Instituto Euvaldo Lodi - IEL. Dr. (Tít. Cult.) em Ciências Biológicas pela FICL; M. Sc. em Fitotecnia pela Universidade Federal do Ceará (UFC); Spec. em Metodologia do Ensino de Ciências pela Universidade Estadual do Ceará (UECe); Spec. (Tít. Cult.) em Paleontologia Internacional pela Faculdade Internacional de Cursos Livres (FICL). Graduado em Agronomia pela Universidade Federal do Ceará (UFC); Licenciado em Matemática, Biologia, Física e Química pela Universidade Estadual Vale do Acaraú (UVA); Consultor Internacional do BIRD para Laboratórios Científicos.

Este artículo aborda los principales procesos en la gestión de compras en las industrias de confección, donde se fundamentan en las tendencias de moda, en el desarrollo de nuevos productos, en la programación visual de la pieza, en el proceso de la investigación de mercado, y el hecho de comprar dentro del aprovisionamiento estimado, son factores fundamentales en la toma de decisiones. Se trata de una investigación bibliográfica, con abordaje cualitativo, donde las demandas de mercado a corto plazo influyen directamente en la producción, e involucra el trabajo del sector de compras, interconectando los sectores de PCP y Almacenamiento. El estudio se basó en artículos aplicados en el sector de compras de diversas áreas de actuación en el mercado, se analizó la carencia en el sector y propuso un tipo de proceso de evaluación basado en las premisas de costo, calidad, y puntualidad en la entrega de los productos. Se concluye que el sector de compras de la industria de confección es de vital importancia para la gestión de la información y los profesionales de este sector desempeñan un papel importante dentro de la cadena de gestión de materiales.

**Palabras-clave:** Producto. Almacén. Compras.

### ABSTRACT

This article discusses the main processes in purchasing management in the apparel industries, which are based on trends in fashion, new product development, visual part programming, market research, and the fact of buying within the provisioning are key factors in decision making. It is a bibliographical research, with a qualitative approach, where short-term market demands directly influence the production, and involves the work of the purchasing sector, interconnecting the sectors of PCP and warehouse. The study was based on articles applied in the purchasing sector of several market areas, the shortage was analyzed in the sector and proposed a type of evaluation process based on the assumptions of cost, quality, and timeliness in the delivery of products. It is concluded that the purchasing sector of the clothing industry is of vital importance for information management, and professionals in this sector play an important role within the material management chain.

**Descriptors JEL (*Journal of Economic Literature*):** G 32 Financing Policy • Financial Risk and Risk Management • Capital and Ownership Structure • Value of Firms • Goodwill; M11 Production Management.

**Keywords:** Product. Warehouse. Shopping.

## 1 INTRODUÇÃO

No mundo atual a gestão do setor de compras de uma indústria, é uma atividade que influencia diretamente no estoque e no bom relacionamento dos seus fornecedores, e está relacionada à competitividade e ao sucesso da organização.

O objetivo deste projeto é mostrar a importância de como o setor de compras, deixou de ser visto como um setor de despesas e passou a ser um setor estratégico, pois dependendo de como é conduzida a compra, podem gerar redução nos custos e melhorias consideráveis nos lucros.

Atualmente o setor de compras, se relaciona com todos os demais setores da empresa, buscando analisar o que precisa mudar, com o objetivo de alcançar atingir as metas estipuladas.

O simples fato de comprar é um fator determinante para uma ótima negociação, e consequentemente uma excelente compra, procurando atingir os seus objetivos.

Deste modo, a função compras vem ganhando espaço, buscando uma gestão eficiente e que traga resultados positivos para a empresa.

O intuito deste projeto é mostrar que hoje na maioria das indústrias de confecções, a gestão de compras, tem uma nova visão de como o ato de comprar bem, influencia diretamente nos lucros da empresa.

A escolha do tema para esse estudo se justifica pelo fato de procurar proporcionar um melhor entendimento do setor de compras, interligado aos setores industriais: PCP, almoxarifado, e demais áreas afins (Comercial e Marketing), autorizado pelo setor financeiro à liberação de verbas junto às tomadas de decisões.

Cada dia mais, a tecnologia utilizada pelas indústrias de confecções é um componente decisivo para o desenvolvimento de coleções de sucesso, que atendam às necessidades e aos desejos do consumidor contemporâneo.

Um consumidor, cada vez mais, informado e exigente, que busca roupas bonitas, modernas, confortáveis, e de qualidade.

Esse tema foi escolhido, para investigação, por se tratar de um assunto interessante e de suma importância, onde o fato de comprar bem e a parceria dos setores Comercial e Marketing, contribuem, diretamente, na venda dos produtos, divulgação das marcas e a obtenção dos lucros.

O simples fato de elaborar o planejamento de estratégias, coordenar as vendas, e estudar as regiões, conhecendo o mercado de trabalho, são fatores determinantes para o crescimento de vendas de uma empresa.

Demonstrar a importância do trabalho conjunto entre o setor de compras e o setor financeiro para aquisição de matérias-primas, aviamentos e suprimentos.

Pesquisar como obter mercadorias e serviços na quantidade certa, com qualidade e com um menor custo possível.

Explicar a importância da entrega das mercadorias adquiridas de forma correta. Ressaltar a importância do bom relacionamento com os fornecedores.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para a realização desse estudo, buscou-se um melhor entendimento do setor de compras, mostrando aos setores industrial e financeiro, a importância de como comprar dentro do prazo, na quantidade correta, a fim de obter melhores lucros para a empresa.

Atualmente percebe-se uma nova tendência nas relações entre compradores e fornecedores, buscando a valorização não apenas do custo, mas também da qualidade do produto e da entrega no tempo certo.

Esse relacionamento entre as partes requer algumas habilidades específicas dos compradores, como: persuasão, empatia, boa negociação, e conhecimento técnico do que se compra.

A função do comprador é necessária ter conhecimento do produto que está se planejando comprar, uma boa negociação e um relacionamento ganha-ganha com seus fornecedores, tornará possível obter mais resultados positivos.

## **2.1 A Função Compras na Indústria**

A função compras ao longo do tempo passou a ser imprescindível, pois o simples fato de comprar, visando reduzir os custos da empresa, é fator determinante para a competitividade, e a permanência da própria empresa no mercado.

Ballou (2001, p. 10) comenta que, as atividades relacionadas ao setor de compras envolvem uma série de fatores como:

Seleção de fornecedores, qualificação dos serviços, negociação de preços, previsão do prazo de entrega e condições de pagamento. Atualmente a seleção de fornecedores, o preço e o prazo de entrega, influenciam diretamente na negociação do setor de compras.

Se a empresa depender de apenas um fornecedor para seu processo produtivo ser concluído ou ter metade do seu faturamento em aquisições de fornecedores desqualificados, existe um grande risco de sua operação estar ameaçada, caso eles falhem.

Conhecer os fornecedores chaves, ou seja, fornecedores dos produtos e serviços que tem mais impactos no faturamento ou na produção fim da empresa são essenciais para a construção de uma avaliação e para o planejamento estratégico do setor, pois eles vão definir qual o tipo de análise é necessário para criar o processo avaliativo.

## **2.2 Importância da Gestão de Compras na Indústria**

A aquisição de matérias-primas e suprimentos, bem como as prestações de serviços representa um fator decisivo nas atividades da empresa, pois dependendo de como é conduzida, podem gerar redução nos custos e melhorias consideráveis nos lucros.

A Gestão da aquisição – a conhecida função de compras – assume papel verdadeiramente estratégico nos negócios de hoje, principalmente financeiros, 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, p. 05).

Em fase do volume de recursos atualmente decidido, o ato de comprar assume um papel importante na negociação de compras nas indústrias, deixando de ser uma atividade burocrática e repetitiva.

A gestão de compras de uma empresa está diretamente relacionada com os níveis de estoque nela existente, onde a tarefa do setor de produção (PCP) é analisar através do provisionamento de compras, a quantidade de materiais a serem comprados, informando ao setor de compras o que realmente precisa ser comprado.

É importante que se consiga analisar o estoque, para que o provisionamento de compras seja autorizado pelo setor financeiro, em cima do que realmente existir a necessidade de comprar, gerando a solicitação de compras.

O setor de compras de uma indústria de confecções tem uma função importante de verificar, se as informações de estoque estão corretas, pois com esse processo sendo executado, é garantido o sucesso de uma empresa na obtenção dos seus lucros.

### **2.3 Benefícios de uma Gestão de Compras Eficiente**

A gestão de compras eficiente vem cada vez mais contribuindo diretamente na negociação de preços, e buscando alcançar a qualidade crescente de seus produtos e serviços, o que para a empresa é um fator determinante para alcançar atingir os seus objetivos e metas.

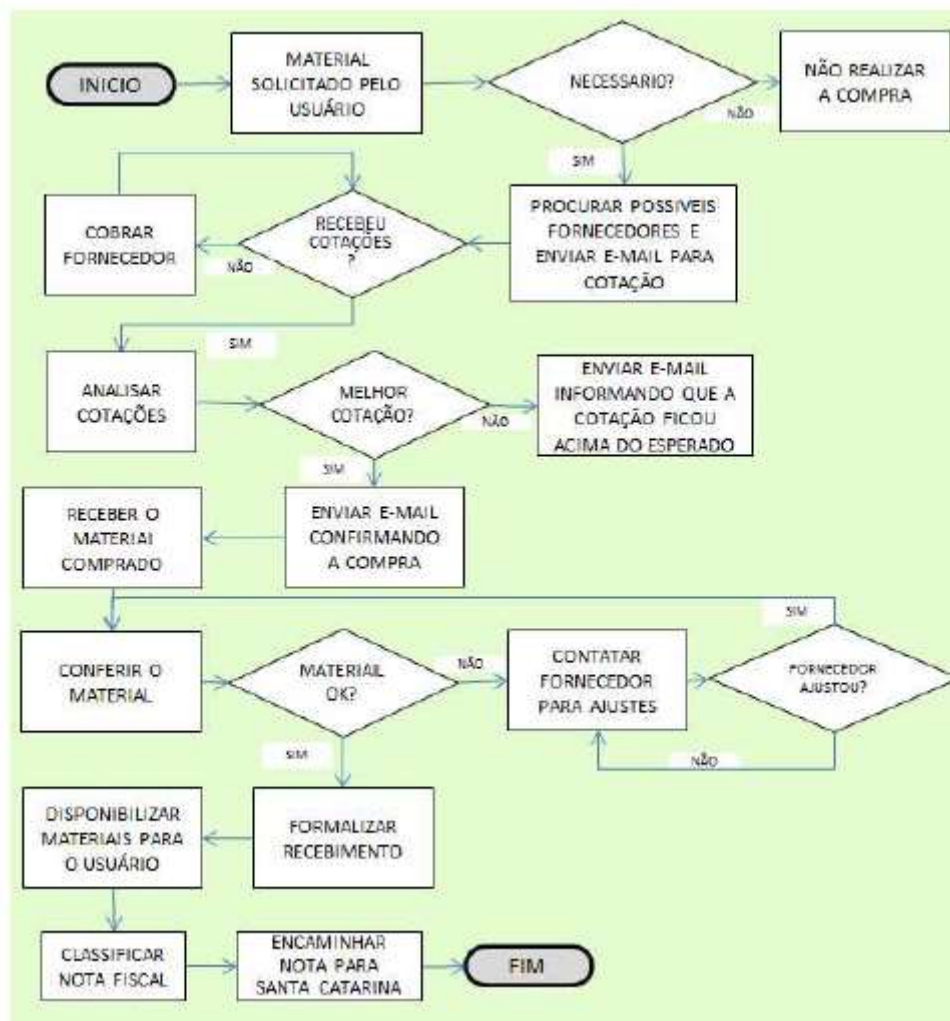


Figura – Fluxograma do Processo de Compras

Fonte: Marques (2014, p. 27)

Toda empresa para alcançar os seus objetivos, necessita interagir com todos os demais departamentos da empresa, a fim de que todos os processos realizados, sejam analisados de forma correta e organizada.

“A área de compras interage, recebendo e processando informações, como também alimentando outros departamentos de informações úteis às suas tomadas de decisão (MARTINS; ALT, 2001, p.08)”.

O setor de compras está interligado a outros departamentos e inter-relacionado com os níveis de estoque “o almoxarifado”, que compete a tarefa de equilibrar a quantidade de materiais a serem comprados.

Informando ao setor de planejamento (PCP) e ao setor de estilo, os materiais disponíveis sem programação, uma forma de reduzir o estoque, não gerando compra e consequentemente obter lucros para a empresa.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste projeto foi a revisão bibliográfica, onde foram pesquisados artigos científicos, monografias, teses, a minha experiência profissional do dia a dia como compradora, com o objetivo de auxiliar a pesquisa a ser desenvolvida na temática escolhida.

A pesquisa bibliográfica é “o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas [...]” (VERGARA 2000, p. 15).

Com isso foi possível calcular o nível de desempenho e a satisfação do cliente diante do produto final, buscando sempre a excelência na entrega e a qualidade do produto.

O simples ato de comprar, mas comprar com responsabilidade, buscando a segurança no recebimento da matéria prima, e aviamentos, é um fator importante na tomada de decisões dos setores Industrial e Comercial.

O artigo foi fundamentado teoricamente, no qual se destacam os seguintes autores: Ballou (2001), Moraes (2005), Arnold (2001) e Baily (2001), todos ligados à administração e gerenciamento de materiais, que agregaram valor e conhecimento a este projeto.

### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a pesquisa apresentada é notável que o setor de compras da indústria de confecção, passou a utilizar novas tecnologias e estratégias de compras mais vantajosas para a integração entre clientes e fornecedores e melhorar a qualidade dos produtos, contribuindo para o alcance dos objetivos estratégicos e das metas das organizações.

Uma gestão de compras de uma indústria, sempre busca atender com eficiência as diversas solicitações de compras, solicitada por todos os setores de uma empresa, com a maior agilidade possível, realizando a cotação de preços, a negociação e atingindo a qualidade nos seus serviços, o que torna para a empresa, alcançar um diferencial altamente competitivo e positivo.

A evolução da função compras ocorreu, principalmente, devido à globalização, a qual desenvolveu fornecedores mais especializados, graças ao surgimento da internet e a evolução das tecnologias, responsável atualmente pela realização de grande parte dos negócios no mundo inteiro.

A visão tradicional descrevia a função de compras como o simples ato de comprar, mas esta função evoluiu e hoje é considerada de importância estratégica para as organizações.

A tendência é que isso se intensifique, especialmente em face dos atuais desafios das organizações que precisam manter a competitividade, em condições de enfrentar desafios, obterem lucro e sucesso empresarial.

Para melhorar a lucratividade das empresas, uma gestão de compras eficiente, influencia diretamente na obtenção de lucros, através da negociação, buscando atingir a qualidade de seus produtos e, conseqüentemente, atingindo a satisfação de seus clientes.

Por fim as informações coletadas neste artigo ajudam no entendimento e na intensificação de gerar ações estratégicas para melhorar o desempenho da gestão de compras nas indústrias de confecções.

## REFERÊNCIAS

Ballou, Ronald H. (2001). *Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos*. 4 ed. Porto Alegre: Bookmann. Disponível em: <http://www.ietec.com.br/imprensa/a-importancia-da-funcao-de-compras-nas-organizacoes>> Acesso em: 20/05/2018.

Braga, Ataíde. (2010). *Strategic sourcing: a transformação estratégica das empresas compradoras* – parte 1. Disponível em: <http://www.ilos.com.br/web/tag/gestao-estrategica-de-suprimentos>> Acesso em: 10/07/2018.

Chopra, Sunil; Meindl, Peter. (2003). *Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: Estratégia, Planejamento e Operação*. São Paulo: Pearson Prentice Hall. Disponível> Acesso em: 19/07/2018.

Garcia, Giovani R. (2004). A importância da função de compras nas organizações. *www.revista.inf.br* – *www.editorafaef.com.br* – *www.faef.br*. Ano II – Número 03 – Maio de 2004 – Periódico Semestral. Disponível em: <http://www.ietec.com.br/imprensa/a-importancia-da-funcao-de-compras-nas-organizacoes>> Acesso em: 20/05/2018.

Marques, Celso. (2014). *Estruturação Do Processo De Compras De Materiais Indiretos: Estudo De Caso Em Empresa De Revenda De Veículos*. Curitiba: UFPr, 2014.

Martins, P. G.; Alt, P. R. C. (2001). *Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais*. São Paulo: Saraiva.

Moraes, André. (2005). *Gestão de Compras*. Apostila do Curso de Administração Industrial. CEFDET. Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.ietec.com.br/imprensa/a-importancia-da-funcao-de-compras-nas-organizacoes>> Acesso em: 20/05/2018.



Paula, Mônica Silva De; Alves, Adriana Gomes de Carvalho. (2012). *Gestão estratégica de fornecedores*. Disponível em:  
[http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2012\\_TN\\_STP\\_157\\_915\\_20884.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2012_TN_STP_157_915_20884.pdf). > Acesso em: 19/07/2018.

Pires, Sílvia R.I. (2004). *Gestão da Cadeia de Suprimentos: Conceitos, Estratégias, Práticas e Casos - Supply Chain Management*. São Paulo: Atlas> Acesso em: 27/07/2018.