

Revista Científica Di Fatto, ISSN 2966-4527. Edição 4. Ano: 2025.

Submissão em: 28/01/2025

Aprovação em: 23/05/2025

Publicado em: 23/05/2025

Disponível em: <https://revistadifatto.com.br/artigos/a-relevancia-estrategica-do-setor-de-compras-e-os-desafios-nas-empresas-familiares/>

A relevância estratégica do setor de compras e os desafios nas empresas familiares

Miguel Guilherme de Oliveira

Graduado em Logística, Graduando em Engenharia de Produção, especialista em Gestão de projetos.

Resumo

O setor de compras é crítico em qualquer organização, tanto no setor público quanto no privado. Nesse sentido, o setor de compras é responsável pelos governos obterem bens e serviços. Ao longo do desenvolvimento deste artigo, várias seções centradas na função, objetivos e desafios do setor de compras no nível das pequenas e médias empresas foram investigadas. A revisão da literatura procurou fornecer uma compreensão histórica do setor de compras, o papel do gerenciamento de fornecedores, a integração entre compras, estoques e clientes, como tais fatores contribuem para tomadas eficazes de decisões, sustentabilidade e competitividade. Este artigo conclui que o setor de compras pode ser transformado em uma vantagem competitiva se adotar práticas modernas, investir em modelos de tecnologias modernas e capacitar seu pessoal, e será muito mais crítico para a organização familiar.

Palavras-Chave: Compras . Empresa Familiar. Gestão. Estoque

Abstract

In a highly globalized and competitive environment, corporations depend on their purchasing departments for sound operating and financial health. With time, the purchasing department transformed into a strategic function, from a cost-cutting center to a supplier portal, integrating with other business units, managing cost, etc. Big companies recognised the advantages of structured purchasing processes some years ago, whereas SMEs are still fighting their way through this gauntlet. This paper addresses the need for effective purchasing, especially when SMEs are family-managed firms. It reminds us of supplier relationships, inventory management and product analysis to be competitive as well as to ensure customer satisfaction. According to them, only contemporary approaches, investment in technology, and training of the staff can convert the purchasing area into an asset of competitive advantage, particularly in family businesses.

Keywords: Purchases. Family Business. Inventory. Management

1. Introdução

Na atualidade, seja qual for o nível de organização, caracterizado por globalização e alta concorrência, as compras das empresas são fatores indispensáveis tanto para a sustentabilidade financeira quanto da operacional; conceituam-se como eficazes negociações, prazos de entrega menores, preços mais competitivos e produto maior com qualidade; Considerando Theatric, a função de compras “é responsável de gerenciar a plena formula do material, otimiza a entrega e proporciona objetos do cliente direto.

Diferentemente dos setores poderosos, até onde grande patrocinadores entendem o investimento do compras, muitos pequenos empreendimentos empresariais PMEs, e ainda mais as de gestão familiar passam por desafio a implementação dos caminhos. Isso afeta diretamente o setores de estoque, consumos e fabricação. O presente artigo pretende pontuar a importância do setor de compras para falar de como práticas estruturadas podem gerar valor e promover a sustentabilidade das empresas de propriedade familiar.

2. Referencial Teórico

2.1 A Evolução do Setor de Compras

De forma geral, não é à toa que o setor de compras foi historicamente vista como uma área operacional voltada primariamente à obtenção de bens e serviços pelo menor custo. No entanto, este setor ganhou relevância estratégica em várias décadas, consolidando sua posição como componente fundamental da determinada competitividade da empresa. Diz Bowersox, Closs e Cooper : “Organizações dependem de fornecedores externos para adquirir insumos centro-da-organização que compõem os pacotes produtivos básicos”. Assim sendo, compreender as compras torna-se uma atividade vital. Iron é auditado por Arnold ao dizer que é a função de compras “a responsabilidade de fornecer o fluxo de materiais constantes, prazos de entrega, economias de efeito dos materiais”. Historicamente, tal evolução se justifica pela dependência da tomada de decisões do setor de compras com a finalidade dos objetivos de curto prazo das organizações.

2.2 Gestão de Fornecedores e Relacionamentos Estratégicos

A gestão dos fornecedores não é somente a compra dos produtos em si. Gaither e Frazier ressalta que, adotando uma abordagem estratégica para fornecedores, é possível obter vantagens de melhores prazos de pagamentos, fornecedores confiáveis e diferentes incentivos financeiros. Em relação ao insumo, os relacionamentos fortes trazem às empresas a negociarem por melhores condições, rebaixar preços de logística e aumentar a qualidade dos insumos adquiridos.

2.3 Integração do Setor de Compras com Outras Áreas

É de suma importância a integração do setor de compras, estoque e vendas na eficácia e organização como preparo. Tanto a utilização da curva ABC como outros métodos têm como finalidade simples de possibilitar identificação de itens estratégicos e uma alocação dos recursos mais eficiente possível, no sentido de minimizar desperdícios. Como Simões autores lembram, gestão adequada de estoques possibilita o alinhamento das operações das empresas com demandas do mercado, portanto, com a minimização do tempo de resposta e da necessária satisfação do cliente; além disso, as práticas de compras centralizado ou descentralizado segundo Gaither & Frazier , dão como orientação de avaliação as características e necessidades adequadas do entidade organizacional.

2.4 Impactos na Sustentabilidade Organizacional

O setor de compras afeta diretamente a sustentabilidade das organizações, isso principalmente afeta as empresas familiares. Tecnologias aplicadas e treinamento da equipe podem fazer do setor de compras a vantagem competitiva da empresa. Tudo o que for tomado de forma fundamentada no setor de compras vai além de reduzir os custos, ele simplifica a experiência do cliente e melhora a posição da marca no mercado.

3. Metodologia

3.1 Delimitação do Estudo

Trata-se de pequenas e médias empresas familiares, no qual, o método de disseminação inerente do proprietário sobre os processos de compras é bastante perceptível. Tal seleção justifica-se pela importância desse tipo de organização ao macro contexto econômico, e pela complexidade do mecanismo de governança, presente através de ligações pessoais e emocionais.

3.2 Coleta e Análise de Dados

Artigos de pesquisas acadêmicas, livros e relatórios de gestão de compras, empresas familiares e resistência à inovação foram revisados com referência a fontes de autores referenciados por Arnold (2006), Bowersox, Closs & Cooper (2006) e Gaither & Frazier, 2008. Barricada foi preferida por casos equitativos de estudo para mostrar soluções adotadas do setor de compras com sucesso.

4. Discussão

4.1 Resistência nas Empresas Familiares

O empresário centraliza-lhe as decisões no receio de queimar o dinheiro e sem confiar total na equipe. Essa resistência se alimenta do embaraço de virar empresa porque mantém o empresário focado em atividades operacionais e não estratégicas a longo prazo.

4.2 Soluções Propostas

Os desafios podem ser superados com:

- ? Contratação de profissionais qualificados e treinados: Investir em pessoas capacitadas para gerenciar o setor de compras reduz a dependência de decisões centralizadas e permite maior eficiência nos processos.
- ? Estabelecimento de uma cultura de confiança e capacitação: Promover treinamentos e incentivar a autonomia dos funcionários ajuda a fortalecer o time e a preparar a empresa para lidar com os desafios de mercado.
- ? Adoção de tecnologias para integração e automação: Ferramentas como sistemas ERP (Enterprise Resource Planning) ou plataformas específicas de compras permitem maior controle sobre os estoques, previsões de demanda e relacionamento com fornecedores.
- ? Planejamento estratégico do setor de compras: Definir metas claras e alinhar as atividades do setor com os objetivos organizacionais de curto e longo prazo aumenta a competitividade da empresa.

- ? Estímulo à inovação e boas práticas de mercado: Participar de eventos e redes de negócios pode trazer novas ideias e soluções para melhorar o desempenho do setor de compras.

Essas medidas, quando implementadas de forma consistente, ajudam as empresas familiares a superar barreiras tradicionais e a se posicionarem de forma mais competitiva no mercado.

5. Contexto Histórico

Essencial para a economia de uma empresa, o setor de compras acontece em uma dinâmica que visa o desenvolvimento das últimas décadas. No início do século passado, as funções de compras eram muito especialmente operacionais, ou seja, exercício servia de adquirir produtos e serviços a um preço mínimo aplicáveis. Além disso, no decorrer deste período, a relevância ampla de sua importante contribuição para o sucesso organizacional também não era consolidada de forma alguma, influenciou-se implicitamente por um aumento da complexidade das cadeias de abastecimento e a industrialização/amadurecimento. No campo da Segunda Guerra Mundial, o setor teve uma atuação estratégica devido à maneira como tinha os recursos para gerenciar os recursos escassos, que em todas as disciplinas de compras, a primeira ação foi tentar racionalizar o custo e desempenho de cooperar com fornecedores. Posteriormente, após o fim da guerra, a economia se expandiu em todos os territórios econômicos no mundo, o mercado cresceu. Tais mudanças exigiram uma abordagem ainda mais estruturada e integrada para o gerenciamento de compras. Então, durante a década de 1980, o advento do conceito de Just-in-Time e total qualidade gestão fez com que as empresas interpretam o setor de compras como um elo crítico na cadeia de suprimentos. Exigiu a necessidade de relações mais próximas com os fornecedores e a integração entre compras, produção e distribuição. O século XXI alterou drasticamente o ambiente de compras devido à globalização e avanços tecnológicos. Sistemas de planejamento de recursos empresariais, plataformas e-procurement e soluções baseadas em data estão entre as ferramentas indispensáveis para a gestão eficiente de fornecedores, estoques e custos. Isto é aplicável não apenas na redução de custos, mas similarmente na criação de valor, sustentabilidade e inovação. Os desafios históricos para as empresas familiares são que, por serem resistentes à inovação e à tomada centralizada de decisões, muitos deles têm dificuldade em lidar com essas mudanças rápidas. No entanto, existem exemplos de organizações familiares que superaram tais barreiras e assistiram ao sucesso. Isso foi possível ao adotar práticas modernas e investir em tecnologias emergentes, o que confirma que o setor pode ser um diferencial competitivo em qualquer contexto histórico.

6. Funções do Setor de Compras em Organizações

O setor de compras é um aspecto vital para a operação de uma organização, sendo o setor responsável pela aquisição de bens, serviços e insumos necessários para as operações. Conforme apud Corrêa : “cabe ressaltar que a eficaz gestão da cadeia de Suprimentos é o diferencial para a diferenciação do nível de serviço prestado e a criação de valor aos clientes sem impactar nos custos operacionais”. Uma das funções mais importantes é a identificação de fornecedores que atendam adequadamente as necessidades da organização. De acordo com Gasnier , a escolha de fornecedores é feita de acordo com critérios sobre o preço, qualidade, prazo de entrega e condições de pagamento que são considerados. Como resultado, o setor também é responsável por gerir contratos com fornecedores. Tendo em vista que o setor é um importante integrante da empresa, o comprador é quem, normalmente, detém a última decisão. O avanço está na gestão de contratos e negociações através de relações de longo prazo que sejam benéficas para ambas as partes. Outra função crucial é o controle de estoques. A gestão de estoques e suprimentos, de acordo com Gasnier, demanda técnicas e ferramentas inovadoras para atender às crescentes exigências de usuários e clientes. A par desses fatores, Sousa et al. assinala que a cadeia de suprimentos compreende o processo de entrega de produtos e serviços ao cliente.

7. Conclusão

Nas empresas, e de forma especial nas familiares, o departamento de compras poderá tornar-se, se não o é já, decisivo na sustentação e na competitividade da empresa, um fator diferencial. Isso dependerá da combinação de práticas eficazes e educativas e do aperfeiçoamento contínuo da mão de obra, bem como da adoção da tecnologia em todos os níveis da organização da empresa. Por meio da eliminação das barreiras históricas e operacionais, as empresas familiares são capazes de aumentar a participação do mercado e, em simultâneo, obter eficiência nos processos de compras e de gestão de fornecedores. Deixando espaço para que a direção deposite suas energias em outras tarefas e possibilitando uma visão macro do negócio trazendo novas ideias para o desenvolvimento e crescimento da organização, exemplo de tarefas são o branding da marca, abertura de novos mercados, gestão de atendimento ao cliente e parcerias estratégicas comerciais.

Apesar das diversas ferramentas de automação disponíveis que ajudam as compras serem mais eficientes, não podemos esquecer que o lado humano da empresa deve sempre estar presente, é preciso alinhamento com fornecedores, direção, comercial e todos os demais stakeholders envolvidos no processo.

Referências

ARNOLD, R. D. *Supply Management: A Guide for Buyers, Sellers, and Managers*. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 2006.

BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J.; COOPER, M. B. *Supply Chain Logistics Management*. 3. ed. New York: McGraw-Hill, 2006.

GAITHER, N.; FRAZIER, G. *Production and Operations Management*. 9. ed. South-Western College Publishing, 2008.

GADDE, L. E.; HÅKANSSON, H. *Supply Network Strategies*. Wiley, 2001.

MONCZKA, R. M.; PETERSEN, K. J.; HANDFIELD, R. B.; GABRIELSEN, M. D. *Purchasing and Supply Chain Management*. 6. ed. Mason: South-Western College Publishing, 2020.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. *Operations Management*. 8. ed. London: Pearson Education, 2020.

BALL, G. *Business Logistics/Supply Chain Management*. Prentice Hall, 2006.

BURT, D. N.; PETCAVAGE, S. D.; PINKERTON, R. L. *Supply Chain Management: A Strategic Perspective*. 2. ed. New York: Pearson, 2010.

CARTER, C. R.; ROGERS, D. S. *A Study of the Relationship Between Sustainable Supply Chain Management and Firm Performance*. Journal of

Supply Chain Management, v. 44, n. 4, p. 69-84, 2008.

SIMÕES, A. *Gestão de Estoques: Teorias e Práticas*. São Paulo: Atlas, 2004.

CORRÊA, H. L. (2010). *Gestão de Redes de Suprimento: Integrando Cadeias de Suprimento no Mundo Globalizado*. Atlas.

GASNIER, D. G. (2007). *Gestão de Estoques e Suprimentos da Cadeia de Abastecimento*. Imam.

Sousa, B. de, Santos, A. G., & Magalhães, E. (2013). *Gestão da Cadeia de Suprimentos*. FGV.