



Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais

Gestão de Compras

- Antes da Primeira Guerra Mundial – papel burocrático
- Década de 70 – crise do petróleo
 - Insumos raros e preços em alta
- Cenário de dúvidas
 - O que fazer?



Novas formas de comprar

- **Compras globalizadas (*global sourcing*)**
 - ***Globalização: fenômeno fez com que as empresas buscassem produtos mundiais***
 - *Ex.: carros – peças e serviços em todo o mundo*
 - **Gessy Lever** – 20% dos fornecedores a comunicação é feita eletronicamente
 - **Pão de Açúcar** – falta de produto reduziu de 25% para 4%



Compras hoje

- Faz parte do processo de logística
- É parte da cadeia de suprimentos (*supply chain*)
- Conceito voltado para o *processo* e não para as transações (gerenciamento da cadeia)



Gestão de Compras

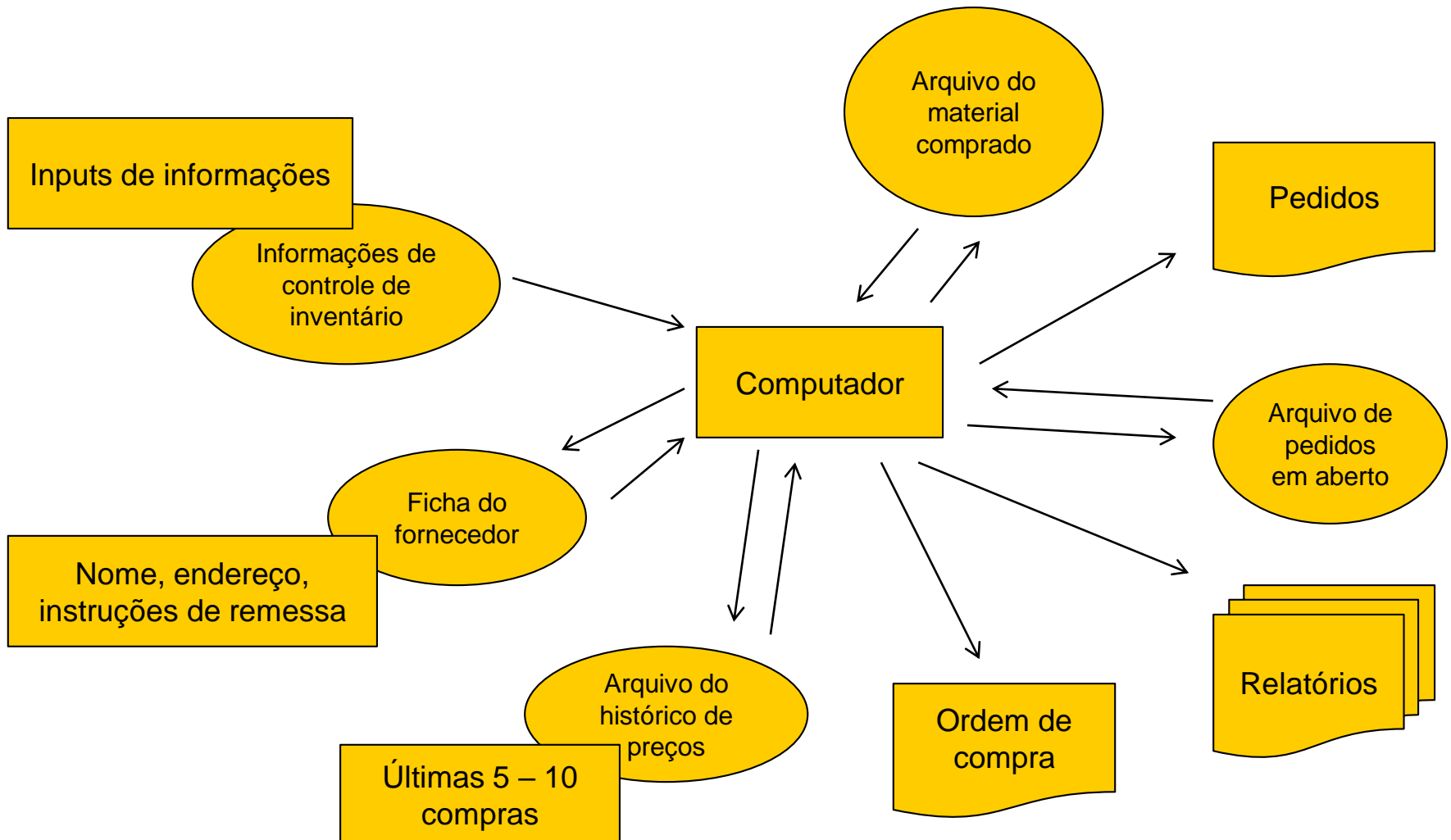
- Assume papel estratégico nos negócios
- Valor total em compras de insumos variam entre 50% e 80% da receita total bruta
- Auxilia no aumento dos lucros
- Mais moderna devido às novas tecnologias empregadas

Gestão de compras

- Setor passa a ter uma maior visibilidade por parte das empresas
- Compradores perguntam:
 - O que?
 - Quanto?
 - Quando? e
 - Como comprar



Compras burocrática



Sistema moderno

- Necessidade de adequação ao **Just in Time**
- *Procurement:*
 - além do relacionamento puramente comercial com fornecedores
 - pesquisa e desenvolvimento nas relações
 - necessidade de aperfeiçoamento das relações





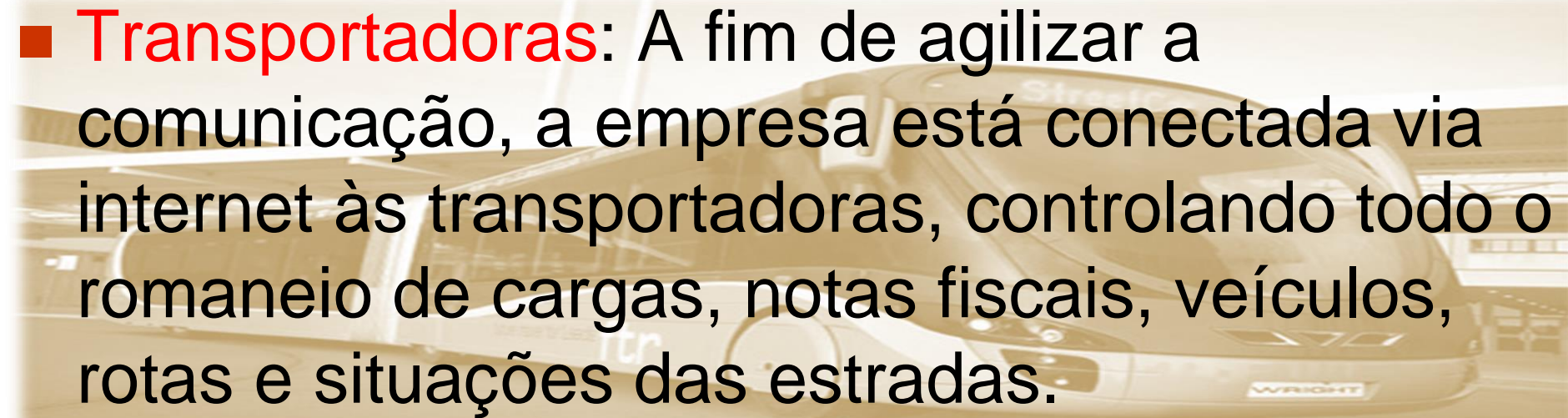
Sistema moderno


- Setor totalmente integrado com a outros setores (internos e externos)
- Setor assume o papel de negociação de preços
- Preocupação também com o cliente

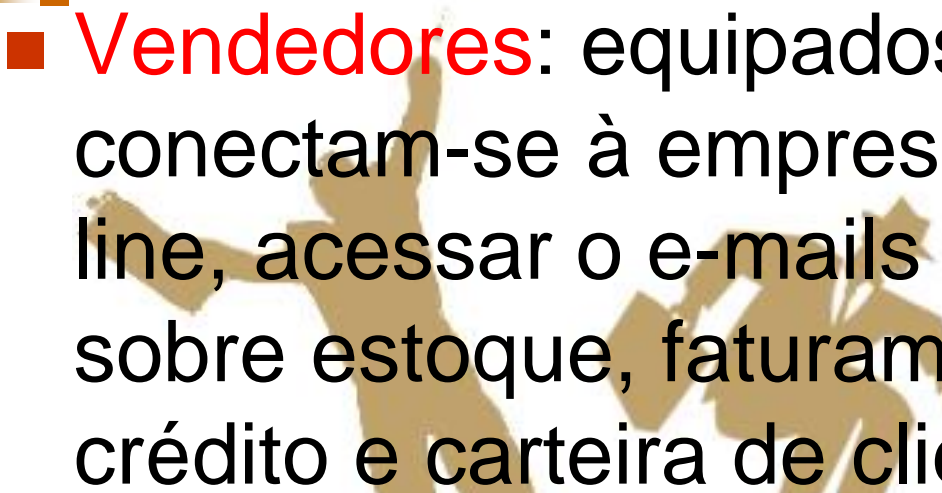
■ Matriz: O escritório central acessa todos os sistemas de dados da matriz utilizando serviços de telecomunicações.



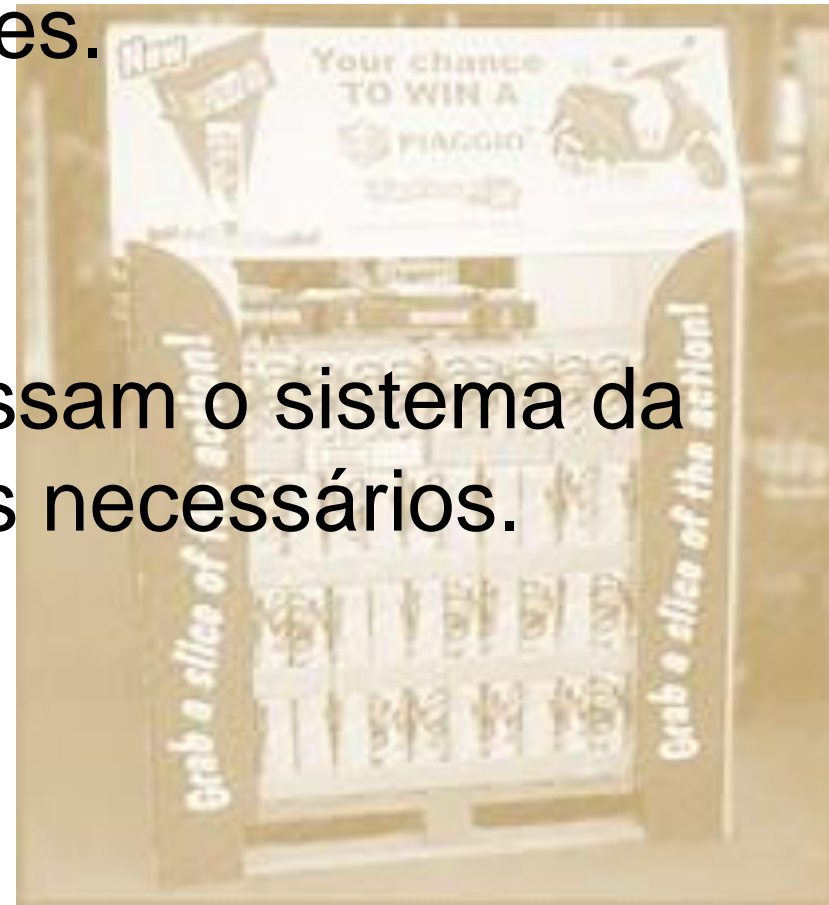
■ Clientes: acessam as bases de dados da empresa para consultar informações sobre estoques, notas, pedidos, faturamentos.

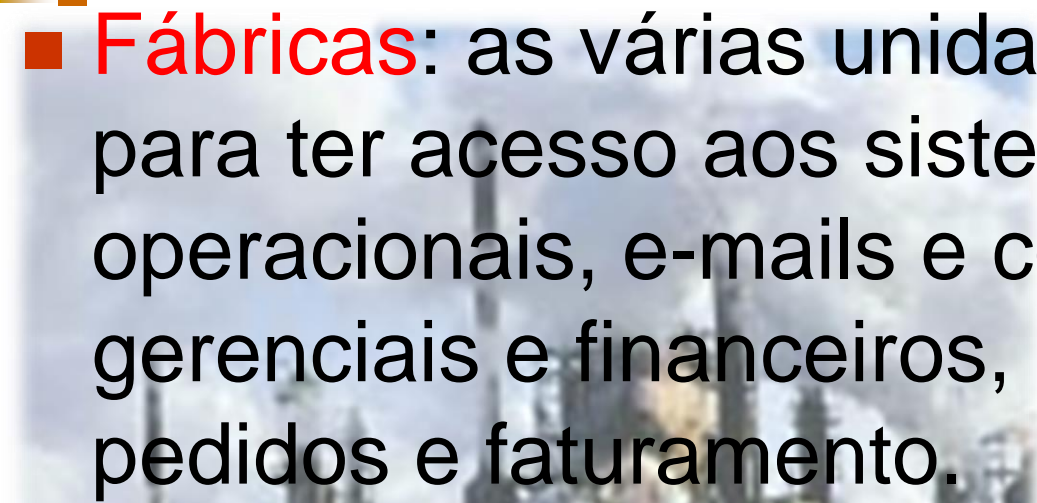
- 
- **Transportadoras:** A fim de agilizar a comunicação, a empresa está conectada via internet às transportadoras, controlando todo o roteamento de cargas, notas fiscais, veículos, rotas e situações das estradas.

- 
- **Ligações a distância:** Servidores mantêm a empresa ligada on-line às filiais, fábricas, transportadoras, vendedores e fornecedores.

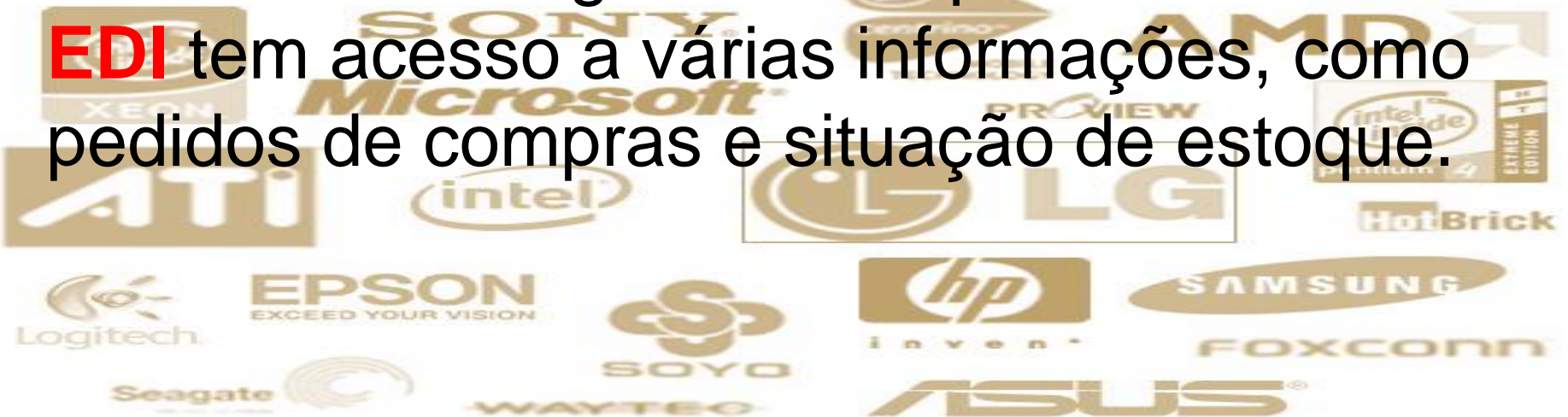
- 
- **Vendedores:** equipados com tecnologias, conectam-se à empresa para tirar pedidos on-line, acessar o e-mails e obter informações sobre estoque, faturamento, situação de crédito e carteira de clientes.

- **Unidades de vendas:** acessam o sistema da empresa e todos os dados necessários.



- 
- **Fábricas:** as várias unidades ligam-se à matriz para ter acesso aos sistemas administrativos e operacionais, e-mails e compartilhar de dados gerenciais e financeiros, como resultados, pedidos e faturamento.

- **Fornecedores:** ligados à empresa. Através do **EDI** tem acesso a várias informações, como pedidos de compras e situação de estoque.



Função Compras

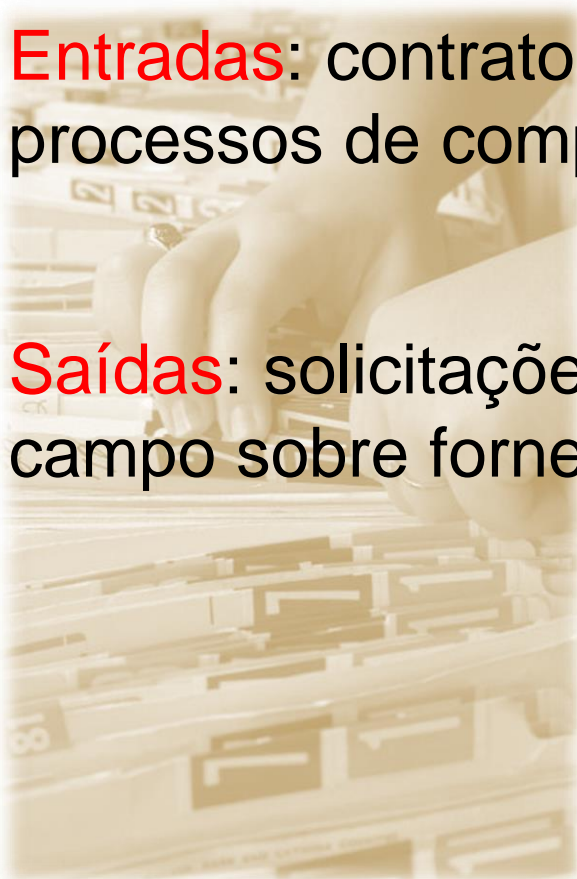
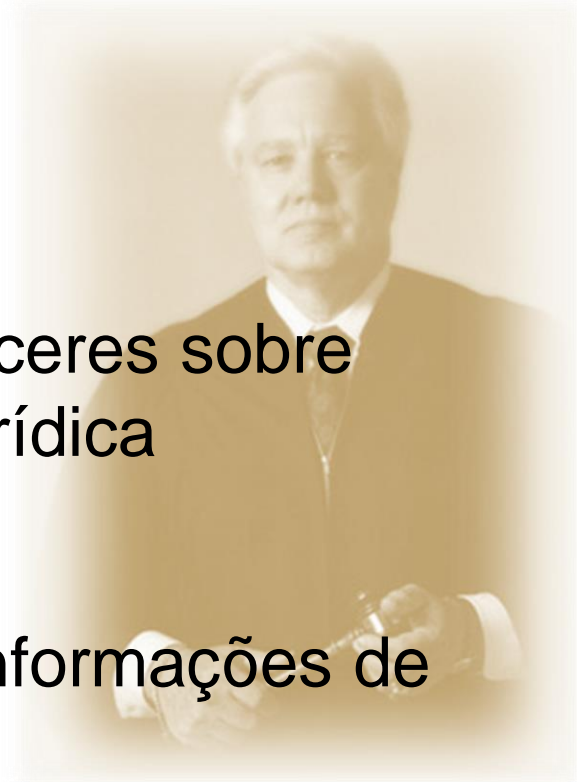
- **Setor de compras deve assumir o papel de controlador de preços**
 - estratégia: muitos concorrentes e poder de barganha do comprador

- **Os objetivos do setor devem estar alinhados aos objetivos da empresa**
 - visa: melhor atendimento aos clientes internos e externos

Interface com outras áreas

Jurídico:

- ➔ **Entradas:** contratos assinados, pareceres sobre processos de compra, assessoria jurídica
- ➔ **Saídas:** solicitações de pareceres, informações de campo sobre fornecedores



Interface com outras áreas

Informática:

- **Entradas:** informações sobre novas tecnologias, assessoria na utilização de EDI, *e-mail, intranets, extranets, softwares em geral, principalmente de compras.*
- ← **Saídas:** informações sobre fornecedores, cópias de solicitações de compras e de pedidos de compra, cópias de contratos de fornecimento de serviços

Interface com outras áreas

Marketing e Vendas



→ **Entrada:** condições do mercado de compradores, novos concorrentes, novos produtos, novas tecnologias de produtos e processos.

← **Saídas:** custos de promoções, condições do mercado fornecedor

Interface com outras áreas

Contabilidade e Finanças

- ➔ **Entrada:** custos das compras, disponibilidade de caixa, assessoria nas negociações sobre condições de pagamento.
- **Saídas:** orçamentos de compras, compromissos de pagamentos, custos dos itens comprados, informações para subsidiar estudos da relação benefícios sobre custos.

Interface com outras áreas

Qualidade


- ➔ **Entrada:** informações sobre qualidade, especificações de produtos a serem comprados
- ⬅ **Saídas:** histórico sobre a qualidade dos fornecimentos.





Interface com outras áreas

Engenharia de Produto e de Processos

 **Entradas:** especificações de novos materiais, produtos a serem pesquisados e comprados, solicitações de levantamentos preliminares sobre fornecedores e preços;

Saídas: informações sobre fornecedores, preços e condições de fornecimento.



Interface com outras áreas

Fabricação ou Produção

➔ **Entradas:** necessidades de materiais e/ou componentes do processo produtivo (maquinas e equipamentos), informações sobre estoque disponíveis;

← **Saídas:** prazos de entrega dos pedidos, recebimentos previstos.



EDI

- O EDI (**Electronic Data Interchange, ou Intercâmbio Eletrônico de Dados**) é um sistema de envio e recebimento de documentos eletrônicos padronizados entre parceiros de negócios.
- Documentos são gerados a partir de dados das transações comerciais e enviados eletronicamente aos parceiros.



Padrões

- Para facilitar e disseminar o EDI foram estabelecidos padrões:
 - **Europeu** – EDIFACT
 - **Americano** – ANSI X12, sendo que este transmite mais de 200 tipos de documentos

Recursos disponíveis

X12.1 850	Ordem de compra
X12.2 810	Fatura
X12.7 840	Solicitação de cotação
X12.8 843	Resposta a uma solicitação de cotação
X12.9 855	Reconhecimento de ordem de compra
X12.10 856	Pré-notificação de embarque
X12.12 861	Aviso de recebimento



EDI

- **Empresas:** utilizam computadores para organizar suas informações
- **Fornecedores:** também utilizam computadores para organizar suas informações
- Ao invés de utilizar o papel para comunicação utiliza-se a **transferência direta** para:
 - **Clientes**
 - **Fornecedores**
 - **Bancos, etc**



EDI

- Empresas possuem sistemas, processos e equipamentos diferentes umas das outras
- Implantação do EDI:
 - Empresas devem se adequar
 - As informações devem fluir harmoniosamente
 - Não pode ocorrer erros na interpretação dos dados



Benefícios do EDI

- **Redução de custos administrativos e operacionais**, frente à brusca redução dos trâmites, que originam montes de papéis, os quais operam em fluxos viciosos de vai-e-vem de vias de documentos, protocolos e assinaturas;
- **Redução de estoque** acontece à medida que o gerenciamento dos produtos permite a reposição calculada sobre o consumo, firmando-se alianças estratégicas entre fornecedores e clientes;
- **Aumento de vendas** devido ao monitoramento constante do consumo e planejamento de pré-acordo para a rápida reposição por parte do fornecedor;



Benefícios do EDI

- **Valorização dos profissionais de compras e vendas**, quando os mesmos assumem a função de estrategistas de negócios;
- **Agilidade no processo**, porque grandes volumes de dados comerciais podem ser comunicados de um computador a outro em questão de minutos, permitindo, por exemplo, reduzir prazos de entrega e garantindo maior satisfação por parte do cliente;
- **Eliminação de erros**, o EDI elimina os inevitáveis erros resultantes da entrada manual de dados;



Benefícios do EDI

- **Aumento da produtividade**, pois o EDI permite que as companhias controlem e manejem melhor as necessidades de produção, compras e entregas. O EDI é um componente chave nos elos de ligação entre cliente, fornecedor e transportador na fabricação "just-in-time" resultando em significativas reduções nos níveis de estoque;
- **Redução de itens faltantes**; redução de devoluções; agilização do recebimento de mercadorias; entre outros



E-commerce

- Compras via internet
- Maior número de fornecedores
- Facilidades na forma de pagamento
 - Ex.: Pão de açúcar virtual representa 20% das vendas da rede



EDI X E-commerce

- Maior segurança nas comunicações e parceiros;
- Dispõe de um formato padrão para as transações, com um completo conjunto de mensagens;
- Relação de parceria entre empresas
- Maior rapidez quando se tem um alto volume de transações
- Investimento inicial em tecnologia é menor
- Atinge praticamente a todos na cadeia de suprimentos
- Pode ser operada praticamente em tempo real
- Permite tanto a transação máquina-máquina como também homem-máquina
- Maior flexibilidade nos tipos de transações