**V Simpósio de Administração e Sistemas de Informação**

**INDÙSTRIA 4.0: Desafios e perfil profissional**

**14 A 17 DE OUTUBRO DE 2019**

**DEPARTAMENTO DE COMPRAS: A ESTRATÉGIA DA ORGANIZAÇÃO**

Vaneide Conceição dos Santos Silva[[1]](#footnote-1)

Saulo Henrique Alves dos Santos[[2]](#footnote-2)

**Resumo:** O Departamento de Compras é uma engrenagem essencial de uma organização, responsável por mantê-la funcionando, de forma a evitar ocorrência de deficiências, mantendo assim clientes satisfeitos. A função compras é conseguir tudo ao mesmo tempo: qualidade, quantidade, prazo de entrega e preço, para que a organização se mantenha financeiramente sustentável e possa continuar produtiva, atendendo às demandas do mercado. Esta pesquisa foi utilizada obras de Viana (2002) e Morana (2008) bem como, a pesquisa de campo, cujos instrumentos de coleta de dados foram à observação *in loco,* análise de documentos e entrevistas, a fim de compreender como o departamento de compras impacta na rotina da organização sendo uma ferramenta estratégica. Toda urgência em adquirir algum bem ou serviço tende a sair do controle do profissional, por mais que os processos sejam acompanhados de perto, essas ocorrências imprevistas aumentam a demanda e podem ocorrer a qualquer momento. Para isso, as empresas contam com compradores que trabalham conjuntamente com os gestores de outros departamentos, com foco na lucratividade, na redução dos custos e no sucesso da organização. Tendo uma visão ampla de mercado e das necessidades de interesses internos, organizando as compras com antecedência sem correr riscos com o andamento da produção. Utilizar um processo planejado e controlado que envolva a área de compras é evitar compras emergenciais, sendo esse, um dos maiores problemas do departamento, pois torna a mesma desvantajosa, diminuindo a margem de lucro da organização. Um planejamento eficaz através de fluxogramas é possível mapear processos, analisar falhas existentes, criar ações eficazes, visando solucionar problema, diminuir compras emergenciais e potencializar a análise de custos. A área de Compras é cada vez mais estratégica e precisa estar envolvida em todos processos desde o início para que o resultado seja sempre o melhor possível a ser alcançado.

**Palavras-chave:** Compras, Preço, Qualidade.

1. Acadêmica no 6º período do Curso de bacharelado em Administração na UEG – Campus Goianésia, vaneidesantos@gmail.com. [↑](#footnote-ref-1)
2. Professor orientador do estágio supervisionado do curso de administração da UEG – Campus Goianésia, mestre em administração profissional, saulo.santos@jallesmachado.com. [↑](#footnote-ref-2)