

BANCO NACIONAL DE FORNECEDORES:

**UMA PROPOSTA PARA O
SISTEMA S**



RELATÓRIO TÉCNICO

INTRODUÇÃO

O presente estudo buscou verificar se a familiaridade de compra com o fornecedor e a proximidade de localização do fornecedor em potencial influenciam na decisão de compra dos compradores de unidades operacionais de organizações do Sistema S. Com isso, visa criar um plano de ação para ser apresentado às instituições estudadas a fim de contribuir com o planejamento da área de compras por meio das literaturas estudadas e dos resultados obtidos.

Destaca-se a importância da elaboração de um plano de ação, pois é um momento estratégico para se definir as ações necessárias para realizar transformações em diferentes etapas de uma organização. Para Lacombe (2005 p.21) “o

desenvolvimento organizacional é necessário sempre que as instituições concorrem e lutam pela sobrevivência sobre condições de mudança crônica”. O plano objetiva facilitar o processo de tomada de decisão dos compradores de organizações do Sistema S, responsáveis pelos processos de compra, durante a seleção do fornecedor.

As organizações observadas neste trabalho apresentam a ausência de um banco nacional de fornecedores que seja de fácil acesso, rápido e eficiente. Desse modo, esta pesquisa tem como proposta de intervenção a criação de um banco nacional de fornecedores do Sistema S.

INSTITUIÇÃO/SETOR

- Organizações do Sistema S. Gerências de Compras. Diretorias de Unidades Operacionais. Coordenadorias de Unidades Operacionais.

PÚBLICO-ALVO

- Compradores de Unidades Operacionais e Departamento Executivo de organizações do Sistema S. Áreas requisitantes.

DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

O Sistema S é figura ímpar na Organização Administrativa Brasileira. Tem notas de entes públicos e outras típicas de entes privados. Às aquisições de bens e serviços nessas organizações são realizadas por meio de licitações, no entanto, não se lhes aplica a lei 8.666/93, visto que esta, em seu artigo primeiro não as incluiu dentre as entidades que tem obrigação de lhe aplicar:

“Art. 1º. Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratos administrativos pertinentes a obras, serviços, inclusive de publicidade, compras, alienações e locações no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

Parágrafo único. Subordinam-se ao regime desta Lei, além dos órgãos da administração direta, os fundos especiais, as autarquias, as fundações públicas, as empresas públicas, as sociedades de economia mista e demais entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios.”

DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Entretanto tais entidades são financiadas por contribuições sociais ou contribuições sobre a intervenção no domínio econômico – tributos de recursos públicos. Desta forma o uso de tal verba está sujeita às regras estabelecidas no artigo 37, caput, da Constituição Federal, ou seja, legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência. Por esse motivo, tais organizações tem a obrigação de licitar. Para tanto, editam seus regulamentos – que são praticamente os mesmos em todos os casos, alterando-se apenas uma ou outra hipótese de dispensa – e são normas simplificadas da legislação federal.

Cada unidade operacional e Departamento Executivo de organizações do Sistema S

são responsáveis por licitar suas demandas de materiais e serviços. Para isto, contam com direções, coordenações e comissões de compras e licitações integradas por funcionários dessas instituições que fazem o planejamento e a gestão de compras.

Embora cada unidade operacional e o departamento executivo sejam administrados individualmente, as demandas nessas unidades tendem a se assemelharem, uma vez que os produtos e serviços ofertados são praticamente os mesmos, com algumas exceções em razão da demanda local ou tipologia da Unidade Operacional.

DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

O fato dessas organizações realizarem licitação e oferecerem os serviços nacionalmente amplia a participação de empresas interessadas em prestar serviços elas e, normalmente, por se tratar de demandas semelhantes entre as unidades operacionais e o departamento executivo, são as mesmas empresas que participam dos certames. Nesse sentido, o aperfeiçoamento de ferramentas centralizadas de compras entre essas entidades traria agilidade aos compradores e, assim, melhorias nas aquisições do Sistema S como um todo.

OBJETIVOS DA PESQUISA E DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

A pesquisa tem como objetivo geral identificar se a familiaridade e a localização do fornecedor influenciam a decisão de compra em uma organização do Sistema S. Para atingir o objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos da pesquisa:

Desenvolver uma vinheta contendo o cenário de pesquisa;

Validar a vinheta e as manipulações das variáveis de interesse;

Identificar o efeito da familiaridade e a localização do fornecedor na decisão de compra;

Desenvolver uma proposta de intervenção a partir da análise dos resultados que contribua no processo de decisão dos profissionais de compras, em especial aos relativos às organizações do Sistema S.

A vinheta foi desenvolvida com base em um contexto que se assemelha à realidade dos

Compradores do Sistema S. Quanto à validação da vinheta foi verificado o grau de realismo do cenário apresentado por meio de duas questões utilizando uma escala *Likert* de 7 pontos e a técnica estatística utilizada foi a análise de variância (ANOVA). Para ambas as perguntas, obteve-se resposta média acima de 5,00, portanto, em média o cenário foi considerado realístico pelos participantes (HORA; KLASSEN, 2013).

Para validar as manipulações das variáveis de interesse foi perguntado aos compradores, de forma randomizada, duas questões referentes a localização do fornecedor e duas questões referentes a familiaridade com o fornecedor. Obteve-se 152 respostas válidas e para todas as manipulações os resultados da ANOVA indicaram diferenças significativas, conforme tabelas 14 e 146:

OBJETIVOS DA PESQUISA E DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Tabela 14: Resultado da média e desvio padrão para Localização

Localização	Média	N	Desvio Padrão
Distante	3,41	86	1,949
Próxima	2,27	66	1,66
Total	4,22	152	2,046

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 16: Resultado da média e desvio padrão para Localização

Familiaridade	Média	N	Desvio Padrão
Não Familiar	4,03	77	2,032
Familiar	5,21	75	1,877
Total	4,61	152	2,04

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto aos efeitos da familiaridade e da localização do fornecedor na decisão de compra, por meio dos resultados encontrados, conforme apresentado na Tabela 17, não foi identificado efeito significativo ambas as variáveis quando analisadas

individualmente pois o valor de p ficou acima de 0,05 para ambas as variáveis independentes.

OBJETIVOS DA PESQUISA E DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO-PROBLEMA

Tabela 17: Resultado das Variáveis de Controle no Modelo de Regressão Linear Múltipla

	Coef.	SE	t	P	LLCI	ULCI
Constante	2,5168	0,8944	2,8140	0,0058	0,7445	4,2892
Localização	-0,2691	0,2139	-1,2581	0,2110	-0,6929	0,1547
Familiaridade	0,1060	0,2124	0,4993	0,6185	-0,3148	0,5269
Int_1	-0,9232	0,4387	-2,1047	0,0376*	-1,7925	-0,0540
Real	0,2878	0,0772	3,7290	0,0003*	0,1349	0,4408
Interessante	0,3178	0,0801	3,9694	0,0001*	0,1592	0,4765
Tempo em Compras	0,0558	0,0299	1,8636	0,0650	-0,0035	0,1150
Tempo no Sistema S	-0,0138	0,0262	-0,5277	0,5988	-0,0657	0,0381
Idade	-0,0089	0,0177	-0,5049	0,6146	-0,0439	0,0261
Gênero	0,1660	0,2092	0,7934	0,4293	-0,2486	0,5805
Stakeholders	-0,0044	0,0746	-0,0583	0,9536	-0,1522	0,1435

Fonte: Dados da pesquisa.

No entanto, foi encontrada significância da interação no Modelo (Int_1), como pode ser observado na Tabela 17. Esse resultado sugere que há um efeito moderador, ou seja,

há uma interação entre as duas variáveis no processo de seleção do fornecedor.

ANÁLISE SITUACIONAL E RECOMENDAÇÕES

Este trabalho pretendeu identificar a existência de influência da variável Familiaridade e da variável Localização do fornecedor na decisão de compra em uma organização do Sistema S. Para tanto, realizou pesquisa com os compradores dessa entidade. Segundo os resultados encontrados na pesquisa, a interação entre a familiaridade e a localização do fornecedor tem significância na decisão de compra de seleção do fornecedor para os compradores, contudo, a análise individual de cada variável não demonstrou significância.

Conforme análise situacional, os compradores dessas organizações tendem a adquirir com fornecedores já

conhecidos, contudo, buscam analisar a localização do fornecedor em potencial para tomar as decisões de compra. Nesta situação, um instrumento de pesquisa que facilitasse a busca por fornecedores que já forneceram produtos ou prestaram serviços para as unidades operacionais ou do departamento Executivo de organizações do Sistema S pode ser recomendada, assim, por meio de um software com dados de fornecedores anteriores do Sistema S seria realizado aperfeiçoamento da gestão de fornecedores dessa organização.

ANÁLISE SITUACIONAL E RECOMENDAÇÕES

A cadeia de fornecedores é uma parte estratégica dos negócios de qualquer organização – pública, privada ou mista –, pois ela impacta diretamente a produção, a qualidade, a quantidade e o preço do produto de uma organização. Por isso, é indispensável um bom gerenciamento da

cadeia de fornecedores, além de um bom relacionamento, para manter vantagem competitiva no mercado. A definição de com quantos e com quais fornecedores a empresa irá trabalhar faz parte da estratégia de compras da organização.

O segredo do sucesso de uma empresa é, sem dúvida, a organização. Ter as informações sempre à mão garante rapidez nas ações e assertividade para a tomada de decisões. Pensando nos seus fornecedores, por exemplo. Imagine se fosse necessário abrir um arquivo diferente sempre que quisesse pegar algum dado sobre eles. Muito trabalho, não? Por isso, as ferramentas de gestão fazem toda a diferença. Com elas, os compradores podem concentrar tudo o que desejam e ainda compartilhar com a equipe, o que garante agilidade ao dia a dia. Ou seja, as informações ficam sempre ao alcance de um clique! Além disso, essas plataformas ajudam a garantir um bom relacionamento com os fornecedores, o que também é essencial para o crescimento da organização. Afinal, estabelecer laços de confiança com os parceiros faz a diferença.

ANÁLISE SITUACIONAL E RECOMENDAÇÕES

Destaca-se a importância da elaboração de um plano de ação, pois é um momento estratégico para se definir as ações necessárias para realizar transformações em diferentes etapas de uma organização. Para Lacombe (2005 p.21) “o desenvolvimento organizacional é necessário sempre que as instituições concorrem e lutam pela sobrevivência sobre condições de mudança crônica”. O plano objetiva facilitar o processo de tomada de decisão dos compradores de organizações do Sistema S, responsáveis pelos

processos de compra, durante a seleção do fornecedor.

O processo de seleção de fornecedor não é simples. A complexidade aumenta em função das características do item ou serviço a ser comprado. O ato de comprar deixou de ser simplesmente o de efetuar uma cotação de preços. Além dos indicadores básicos para escolher quem serão seus fornecedores - preço, prazo de entrega e qualidade, há alguns outros fatores que merecem atenção. organização.

ANÁLISE SITUACIONAL E RECOMENDAÇÕES

Para facilitar a rotina dos compradores, recomenda-se a criação de um banco nacional de fornecedores ou aperfeiçoamento de plataforma já existente por meio de uma ferramenta de gestão como proposta para as organizações do Sistema S.

Basicamente, trata-se de um controle em que são inseridas todas as pessoas físicas ou jurídicas que fornecem algum tipo de produto ou serviço para as unidades operacionais ou departamento executivo do dessas organizações. Por meio desse controle, será possível conhecer melhor a relação com os fornecedores, facilitando o processo de aquisições, contratações e negociações com eles. Os dados dos fornecedores deverão ser enviados

automaticamente para esse banco nacional de fornecedores no momento de lançamento dos processos de compras no sistema utilizado por organizações do Sistema S.

A forma de criação desse banco nacional de fornecedores poderá ser analisada com base nos softwares utilizados pela organização. Contudo, algumas informações com filtros de pesquisa são necessárias para o sucesso da plataforma, tais como informar a razão social do fornecedor, o CNPJ do fornecedor, os dados de contato do fornecedor (endereço, telefone, e-mail), a(s) atividade(s) econômica(s) principal(is) e objeto da licitação.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Lei nº 8.706, de 14 de setembro de 1993.** Dispõe sobre a criação do Serviço Social do Transporte - SEST e do Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte - SENAT. Brasília. 1993.

BRASIL. **Constituição** (1988). **Constituição** da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado **Federal**: Centro Gráfico, 1988.

HORA, M.; KLASSEN, R. D. **Learning from others' misfortune: Factors influencing knowledge acquisition to reduce operational risk.** Journal of Operations Management, v. 31, p. 52-61, 2013.

LACOMBE, F. J. M. **Recursos humanos: princípios e tendências.** Saraiva, 2005