

**GESTÃO DA QUALIDADE APLICADA AO SETOR DE COMPRAS DE UM HOME
CENTER 100% CAPIXABA**

***QUALITY MANAGEMENT APPLIED TO THE PURCHASING SECTOR OF A HOME
CENTER 100% CAPIXABA***

Breno dos Santos Carreira

Marcelo Hideki Togo

RESUMO: O presente trabalho, tem como seu objetivo principal gestão da qualidade com um olhar voltado para o setor de compras de um Home Center 100% Capixaba, o qual possui 8 filiais espalhadas pelo Espírito Santo e um CD (Centro de Distribuição) localizado na cidade de Serra – ES. Serão aplicadas as ferramentas de qualidade, a fim de proporcionar uma série de melhorias ao processo já existente na organização, uma delas será a implementação do ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) para o aumento da qualidade dos processos e identificação das possíveis melhorias dos mesmos. Diante disso, foi possível realizar uma análise do fluxo de compras e perceber que seria necessário realizar uma melhoria no ato das aquisições de compras, pois estavam sendo feitas pelos profissionais da área sem determinadas análises, sejam elas de vendas de produtos, volume em estoque, valor de custo. Resultando em uma alta aquisição de mercadorias sem necessidade naquele determinado momento, ou até mesmo uma elevação de estoque de produtos sem giro. Por fim, tivemos como sugestão a realização de uma norma de compra, para que seja alcançado um fluxo ideal para o setor de compras.

Palavras-Chave: Análises, Ferramentas, Processos, Melhoria.

ABSTRACT: *The present work has as its main objective quality management with a focus on the purchasing sector of a Home Center 100% Espírito Santo, which has 8 branches spread across Espírito Santo and a CD (Distribution Center) located in the city of Serra – ES. Quality tools will be applied in order to provide a series of improvements to the organization's existing process, one of which will be the implementation of the PDCA cycle (Plan, Do, Check, Act) to increase the quality of processes and identify possible improvements thereof. In view of this, it was possible to carry out an analysis of the purchasing flow and realize that it would be necessary to make an improvement in the act of purchasing purchases, as they were being carried out by professionals in the area without certain analyses, be they product sales, volume in stock, cost value. Resulting in a high purchase of goods that are not necessary at that particular moment, or even an increase in stock of products without turnover. Finally, we suggested creating a purchasing standard, so that an ideal flow for the purchasing sector can be achieved.*

Keywords: *Analysis, Tools, Processes, Improvement.*

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a Gestão da qualidade se encontra muito presente nas organizações, pois estamos vivenciando um mercado muito competitivo no quesito qualidade, e a gestão da qualidade tem um papel muito importante nessa competição, pois consiste no ato de supervisionar as tarefas de um determinado processo diretamente ligado a um produto ou serviço de modo que ele atenda a exigência do mercado. Sendo assim foram apresentadas as ferramentas da qualidade ao setor de compras de um Home Center Capixaba, a fim de aprimorarem a cadeia de processos do setor para que sejam entregues os resultados esperados pela organização.

O setor de compras, tem como sua principal função, gerenciar toda a cadeia do processo de compras, vendas, estoque e fluxo de caixa. Pois são os pilares de grande importância dentro da organização. Diante disso, quando são implementadas as ferramentas da qualidade, tem por finalidade buscar as oportunidades de melhorias dentro do processo, para que o torne mais viável e que proporcione a organização atingir o resultado esperado.

O que pode ser proposto para solucionar a alta aquisição de mercadorias, sem ter as devidas análises de giro de vendas, volumes em estoque e valores agregados?

A fim de solucionar as falhas e problemas encontrados e que estão apresentando o processo de compras de um Home Center Capixaba.

Diante disso, o objetivo principal é realizar a análise desse determinado processo, para que seja identificada as causas raízes, e em seguida seja realizado um estudo de possíveis melhorias.

Sendo assim, toma-se como objetivo específico as buscas de melhorias através das ferramentas da qualidade, a fim de identificar e solucionar o problema raiz presente no setor de compras do Home Center Capixaba.

Justifica-se a implantação dessas ferramentas e suas melhorias, o aumento do nível de controle imposto ao setor de compras assim que forem implementadas, pois essas aquisições serão feitas pelo setor de compras com um alto nível de análise, em decorrência disso a qualidade dos processos irá aumentar paralelamente proporcionando ao setor e a organização melhores resultados conforme o planejamento.

2. REVISÃO DE LITERATURA

De acordo com Bruno (2020), a administração de compras é uma atividade fundamental para o bom gerenciamento da empresa, que influencia diretamente nos seus estoques e no relacionamento com os clientes internos, estando também relacionado à competitividade e ao sucesso da organização.

A gestão de compras tem como sua principal função a economia, comprar o material certo, na hora certa, no prazo estipulado e no menor preço. Além de estar ligado a todos os setores da empresa, financeiro, contabilidade, etc. Assume também a função de controlar e administrar os estoques, manter as quantidades necessárias e controlar o estoque de segurança e informar ao setor de compras sobre a compra dos materiais faltantes.

Para Ana Cláudia e Alt (2019), a gestão de compras não se limita ao ato de comprar e monitorar, pois, ela é um processo estratégico que envolve custo, qualidade e velocidade de resposta bem como o atendimento ao cliente interno, estabelece diretriz e fornece orientação geral para o desempenho das atividades de aquisição de materiais e insumos de fornecedores ou contratação de serviços previamente avaliados e selecionados, de modo que assegura as exigências especificadas em termos de menor preço, melhor qualidade, quantidade certa e condições de pagamento, assegurando que as aquisições e contratações sejam as mais vantajosas para a empresa.

O gestor de compras é responsável pela gerência de administração do departamento de compras, preparando os procedimentos e instruções referentes à sua área, garantindo que eles sejam efetivamente implementados e seguidos rigorosamente. Assegura que os fornecedores tomem as medidas cabíveis em caso de rejeição do material adquirido. Além disso, mantém o histórico de fornecedores para avaliação e atualização de cadastros para que as compras sejam feitas com fornecedores homologados e aceitáveis, mantendo os registros da qualidade pertinente a sua atividade e também desenvolver o treinamento de pessoal em sua área.

Em concordância com Eudes (2008), um dos planos de ações para a gestão de processos, ligado ao detalhamento dos objetivos e esclarecimento da forma com que a empresa agirá, é o ciclo PDCA, (*do inglês: plan, do, check e action*). O ciclo PDCA consiste em uma ferramenta de

melhoria contínua, sendo um instrumento básico de controle gerencial (fundamento da gestão da qualidade total), com o qual se busca a eliminação dos problemas através de ações de combate às causas que são sua raiz.

Segundo Denis (2005), o método PDCA baseia-se no controle de processos, e foi desenvolvido na década de 30 pelo americano Shewart, tendo sido, porém, amplamente divulgado por Deming. O uso acontece da seguinte forma: a) P (*Plan* = Planejar), onde é definido que se deseja, planeja-se o que será feito, estabelecem-se as metas e definem-se os métodos para atingir as propostas; b) D (*Do* = Executar), trata-se de tomar a iniciativa, educar, treinar, implementar e executar o planejado conforme as metas e métodos definidos; c) C (*Check* = Verificar), etapa na qual verificam-se os resultados que estão sendo obtidos, observando continuamente os trabalhos para avaliar se estão sendo executados conforme o planejado; e, por fim, d) A (*Action* = Agir), momento no qual devem ser feitas as correções de rotas, se necessárias, e tomar ações corretivas ou de melhoria, caso tenha sido constatada na fase anterior a necessidade de corrigir ou otimizar o processo.

Tendo em vista o ponto abordado por Falconi (1989), a qualidade de um produto ou serviço está diretamente ligada à satisfação total do consumidor. A satisfação total do consumidor é a base de sustentação da sobrevivência de qualquer empresa. Essa satisfação do consumidor deve ser buscada nas duas formas, defensiva e ofensiva. A satisfação na forma defensiva se preocupa em eliminar os fatores que desagradam o consumidor, por meio da retroalimentação das informações do mercado, já a satisfação na forma ofensiva, busca antecipar as necessidades do consumidor e incorporar esses fatores no produto ou serviço.

De acordo com Lucinda, as ferramentas da qualidade têm como objetivo potencializar as habilidades da equipe, fornecendo métodos e técnicas para que sejam identificados problemas, sejam analisadas suas causas e encontradas as possíveis soluções.

Segundo Godoy (2009) podem ser reconhecidas como ferramentas da qualidade os processos empregados para que sejam obtidas melhorias e resultados positivos, o que proporciona a melhor exploração de seus produtos no mercado.

A gestão da qualidade no processo de compras é importante para garantir que os produtos ou serviços adquiridos atendam aos padrões e requisitos de qualidade estabelecidos. Isso inclui a seleção de fornecedores confiáveis, a avaliação da qualidade dos produtos, a implementação de medidas de controle de qualidade e a resolução de problemas relacionados à qualidade. A gestão da qualidade também contribui para a redução de custos, o aumento da eficiência e a satisfação dos clientes.

3. METODOLOGIA

Esse capítulo é direcionado ao desenvolvimento metodológico com a finalidade de atender aos objetivos definidos neste trabalho. A proposta é aplicar conhecimentos e ferramentas técnicas de solução de problemas com o propósito de implementar melhorias no setor de compras de um Home Center 100% Capixaba, alinhada com as características de competitividade da empresa.

O presente trabalho foi classificado como estudo de caso, caracterizado por ter uma metodologia investigativa e de caráter empírico para explorar uma situação real a partir das evidências dos dados atuais do setor de compras escolhido para aplicação do estudo. O mesmo é um trabalho de campo, sendo utilizada a metodologia de solução de problemas para aplicação prática, apoiada na fundamentação teórica, comparando-se a situação antes e após a

implantação do plano de ação. De acordo com Miguel (2010), a adoção de estudo de caso deve estar ligada à literatura e atender aos objetivos propostos com a finalidade de contribuir na construção de resultados.

Quanto à natureza da pesquisa, o trabalho foi classificado como pesquisa aplicada, pois tem como finalidade a geração de conhecimentos para aplicação prática direcionada à solução de problemas reais. Já com relação à forma de abordagem do problema esta é uma pesquisa de abordagem combinada, ou seja, qualitativa e quantitativa. Qualitativa em função de que os dados obtidos são descritivos e sua análise é de forma indutiva, fornecendo informações sobre as características investigadas. Quantitativa, pois são mensuradas as variáveis do estudo sendo elaboradas tabelas e gerados números com os dados obtidos, além das análises e conclusão das informações produzidas.

3.1 Estudo de Caso

O desenvolvimento deste projeto tem como finalidade apresentar propostas de melhorias e solucionar problemas que estão presentes no dia-a-dia de um setor de compras de um Home Center Capixaba, aplicando o conhecimento teórico em paralelo com a prática, visando a melhoria contínua do processo que está sendo estudado. A ferramenta que foi selecionada para este projeto, foi a implantação do ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*). Pois é uma ferramenta utilizada pelas organizações para gerenciar os seus processos internos, fazendo com que se possa garantir o alcance de metas estabelecidas, diante disso, tomando as informações como fator de tomada das decisões.

De acordo com Campos (1992) a função do Ciclo PDCA é observar e realizar o levantamento dos problemas ocorrentes no sistema de uma empresa, selecionando quais foram as causas principais e elaborando um plano de ação para trazer a solução para a falha ocorrida no sistema da organização.

O PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) é uma ferramenta de gestão que visa a melhoria contínua dos processos. *Plan* (Planejar): Nesta etapa, são definidos os objetivos e metas a serem alcançados, identificando problemas e oportunidades de melhoria. *Do* (Executar): Aqui ocorre a implementação do plano, colocando em prática as ações definidas na etapa de planejamento. *Check* (Verificar): Nessa fase, são realizadas avaliações e monitoramentos para verificar se as ações implementadas estão alcançando os resultados desejados. São coletados dados e informações para análise. *Act* (Agir): Com base nos resultados obtidos na etapa de verificação, são tomadas medidas corretivas ou preventivas para corrigir problemas, ajustar o plano ou explorar novas oportunidades de melhoria. O ciclo PDCA é repetido continuamente, permitindo a adaptação e aprimoramento contínuo dos processos, buscando sempre a eficiência e a qualidade.

Outra ferramenta que pode auxiliar na aplicação do PDCA são os cinco porquês, pois segundo Seleme e Stadler (2012) os cinco porquês podem auxiliar na identificação da causa da problemática estudada. A ferramenta possui o objetivo de evidenciar e identificar a verdadeira causa do problema, realizando uma simples pergunta (porquê) propondo soluções e melhorias cabíveis. Nem sempre será necessário utilizar os cinco porquês, pois o problema pode ser de uma natureza simples e de fácil resolução, sendo assim podendo então antecipar a solução do problema. Segundo Custodio (2015) da metodologia definida do 5W2H que teve origem nos Estados Unidos define um conjunto de perguntas para melhor eficácia da solução de um problema esta técnica tem por finalidade simplificar o entendimento para a solução de

problemas identificando onde deve ser trabalhado. Esta nomenclatura vem do inglês: *What* (o quê); *Why* (por que); *Where* (onde); *When* (quando); *Who* (quem); *How* (como); *How much* (quanto custa).

Tendo em vista as fases do ciclo PDCA, foi realizado um levantamento junto ao setor de compras, para determinarmos os principais tópicos de cada etapa dessa ferramenta, conforme descritos abaixo:

1. Planejamento (*Plan*):

- Foram definidos os objetivos e metas da gestão da qualidade com relação as aquisições de mercadorias realizadas pelo setor de compras.
- Realizamos estudos para identificação das reais necessidades e expectativas dos clientes, sejam eles internos ou externos.
- Foram analisados os processos de compras atuais em busca de melhorias a serem implementadas.
- Elaboramos um plano de ação para melhorar a qualidade nas compras, pois o processo atual parece ser carente com relação as ferramentas de análises.

2. Execução (*Do*):

- Implementamos o plano de ação definido no planejamento, a fim de aumentar o controle e a qualidade nas futuras aquisições de materiais.
- Foram estabelecidos procedimentos e normas para as atividades de compras, com o intuito de impor ao setor de compras um maior nível de análises nessas aquisições.
- Realizamos treinamentos para os colaboradores envolvidos nas compras, para que possam estar aptos a desenvolverem suas funções de acordo com as novas normas.
- Estabelecemos indicadores de desempenho para monitoramento e avaliação do processo de compras.

3. Verificação (*Check*):

- Foram monitorados os indicadores de desempenho estabelecidos, a fim de serem coletados os dados para análises posteriores.
- Realizamos auditorias internas para verificarmos se os procedimentos estavam sendo seguidos.
- Coletamos feedback dos clientes internos e externos sobre a qualidade das compras. Através de pesquisas de satisfação.
- Analisamos os resultados obtidos comparando-os com as metas estabelecidas ao setor de compras.

4. Ação (*Act*):

- Realizamos as análises dos dados coletados para ações corretivas e preventivas, a fim de corrigir os problemas identificados.

- Continuar aplicando o Ciclo PDCA com o intuito de promover a qualidade e melhoria contínua dos processos de compras.
- Foram compartilhar as lições aprendidas e boas práticas com os colaboradores.
- Atualizamos e revisamos os procedimentos e normas de compras conforme necessário.

Após a definição das atividades de cada etapa, em concordância com Rother (2010) é necessário que ao executar PDCA se tenha o cuidado de cumprir todas as quatro etapas existentes no ciclo, tornando-se possível obter o resultado de melhoria contínua.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A empresa que tomamos como base para essa pesquisa, é uma empresa 100% Capixaba que possui filiais espalhadas pelo Espírito Santo, contendo lojas em Vitória, Vila Velha, Serra, Cariacica, Linhares e São Mateus, além de um Centro de Distribuição localizado na cidade de Serra – ES. A mesma possui o segmento de um Home Center, onde é possível encontrar um mix de produtos desde o material de construção até as utilidades para casa.

Com o intuito de identificar e aplicar possíveis melhorias, o foco principal dessa pesquisa foi analisar o processo do setor de compras em relação às aquisições realizadas por ele. Levamos em consideração o ano de 2022, que foi dividido em dois semestres. Diante disso, foi possível obter dados relevantes para que fosse possível iniciar as análises e possíveis melhorias.

4.1 Identificação do Problema

Para realizarmos a análise com o ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) de gestão da qualidade, foi realizado um brainstorming junto aos funcionários do setor de compras, a fim de verificar quais as principais dores que o setor vinha enfrentando durante seus processos. A partir disso, foi identificado que a principal dor eram as compras desnecessárias e que impactavam no resultado da empresa.

Como resultado desta etapa, o problema escolhido foi considerado pela própria equipe, que o mesmo poderia estar atrapalhando o desempenho da empresa, e principalmente a qualidade nas compras que estavam sendo realizadas.

Tendo em vista estes pontos abordados, a equipe responsável pelo setor de compras, se dispuseram a atacar o problema raiz, de forma que irão realizar as novas compras de acordo com o giro da mercadoria analisado através do sistema, sendo assim evitando as compras desnecessárias e aumentando a qualidade nas futuras compras.

4.2 Análise do Fenômeno

Para auxiliar esta etapa, foi extraído da base de dados do Software da empresa o volume de compras do ano de 2022 dividido em Semestres, conforme mostram as figuras abaixo. Para a realização da análise de compras por categoria e identificar qual estava sendo a principal causadora do problema, o medidor que tomamos como base foi o volume de compras em Reais (R\$) que estavam sendo gastos pelo setor de compras em cada categoria.

Figura 1 – Volume de Compras 1º Semestre

VOLUME DE COMPRAS 2022						
CATEGORIA	1º SEMESTRE					
	jan/22	fev/22	mar/22	abr/22	mai/22	jun/22
MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	R\$ 8.000.000,00	R\$ 7.450.000,00	R\$ 7.300.000,00	R\$ 7.500.000,00	R\$ 7.250.000,00	R\$ 7.000.000,00
ILUMINAÇÃO	R\$ 500.000,00	R\$ 425.000,00	R\$ 400.000,00	R\$ 430.000,00	R\$ 390.000,00	R\$ 350.000,00
MAGAZINE	R\$ 350.000,00	R\$ 325.000,00	R\$ 315.000,00	R\$ 345.000,00	R\$ 300.000,00	R\$ 275.000,00
TOTAL	R\$ 8.850.000,00	R\$ 8.200.000,00	R\$ 8.015.000,00	R\$ 8.275.000,00	R\$ 7.940.000,00	R\$ 7.625.000,00

Ao analisarmos o volume de compras do 1º Semestre de 2022, foi possível identificar que em média 90% das compras pertenciam à categoria de MATERIAL DE CONTRUÇÃO, em decorrência disso, torna-se o foco principal nas medidas de qualidade em compras a serem tomadas pelo setor responsável.

Diante desse cenário, o setor de compras deve analisar quais as medidas a serem tomadas, para que possam reverter esse quadro. Pois um volume de compras elevado, pode impactar diretamente nos resultados da organização.

Figura 1 – Volume de Compras 2º Semestre

VOLUME DE COMPRAS 2022						
CATEGORIA	1º SEMESTRE					
	jul/22	ago/22	set/22	out/22	nov/22	dez/22
MATERIAL DE CONSTRUÇÃO	R\$ 6.850.000,00	R\$ 6.500.000,00	R\$ 6.250.000,00	R\$ 6.000.000,00	R\$ 5.800.000,00	R\$ 5.500.000,00
ILUMINAÇÃO	R\$ 335.000,00	R\$ 300.000,00	R\$ 275.000,00	R\$ 260.000,00	R\$ 255.000,00	R\$ 250.000,00
MAGAZINE	R\$ 280.000,00	R\$ 265.000,00	R\$ 250.000,00	R\$ 245.000,00	R\$ 240.000,00	R\$ 235.000,00
TOTAL	R\$ 7.465.000,00	R\$ 7.065.000,00	R\$ 6.775.000,00	R\$ 6.505.000,00	R\$ 6.295.000,00	R\$ 5.985.000,00

Já analisando o volume de compras do 2º Semestre de 2022, podemos observar que as compras que pertencem à categoria de MATERIAL DE CONTRUÇÃO começaram a reduzir, porém ainda não é o suficiente para que o setor possa alcançar uma qualidade ideal nas compras.

Tendo em vista esse novo cenário, o volume de compras que estava elevado no primeiro semestre teve uma redução, porém o percentual que foi reduzido ainda assim não foi o que o setor esperava. Pois além da redução na categoria MATERIAL DE CONTRUÇÃO, as demais categorias também tiveram uma queda em seus volumes. Sendo assim, o setor de compras ainda deve ter um olhar voltado ao MATERIAL DE CONTRUÇÃO para que seja analisada uma melhor compra e com um maior índice de qualidade.

4.3 Análise do Processo

O processo de um setor de compras envolve várias etapas, como identificação das necessidades de compra, pesquisa de fornecedores, solicitação de cotações, análise das propostas, negociação de preços e condições, emissão de pedidos de compra, acompanhamento da entrega e avaliação dos fornecedores. É importante eficiência e qualidade em todas as etapas do processo.

Abaixo estão descritas todas as etapas:

1. Identificação das necessidades de compra: O setor de compras deve identificar as necessidades da empresa em termos de materiais, produtos ou serviços que precisam ser adquiridos.
2. Pesquisa de fornecedores: É necessário realizar uma pesquisa para identificar os fornecedores que podem atender às necessidades da empresa. Isso envolve avaliar a reputação, qualidade dos produtos, prazos de entrega e preços dos fornecedores.

3. Solicitação de cotações: O setor de compras deve solicitar cotações aos fornecedores selecionados, solicitando informações sobre preços, prazos de entrega e condições de pagamento.
4. Análise das propostas: As propostas recebidas dos fornecedores devem ser analisadas em termos de preço, qualidade, prazo de entrega e outras condições. Essa análise ajuda na seleção do fornecedor mais adequado.
5. Negociação de preços e condições: Com base nas propostas recebidas, é necessário negociar com os fornecedores para obter melhores preços e condições favoráveis para a empresa.
6. Emissão de pedidos de compra: Após a negociação bem-sucedida, o setor de compras emite os pedidos de compra aos fornecedores selecionados, especificando os detalhes do produto ou serviço a ser adquirido.
7. Acompanhamento da entrega: O setor de compras acompanha o processo de entrega dos produtos ou serviços adquiridos, garantindo que tudo seja entregue conforme acordado.
8. Avaliação dos fornecedores: Após a conclusão do processo de compra, é importante avaliar o desempenho dos fornecedores em termos de qualidade, cumprimento de prazos e atendimento ao cliente. Essa avaliação ajuda na seleção futura de fornecedores.

O processo de compras de acordo com Viana (2002) tem por finalidade suprir as necessidades da empresa mediante a aquisição de materiais/serviços, diante das solicitações dos usuários, objetivando identificar no mercado as melhores condições comerciais e técnicas.

Em concordância com Dias (2010), comprar bem é um dos meios que devem usar para reduzir custos, devendo ser levado em consideração a verificação dos prazos, preços, qualidade, volume e principalmente manter-se bem relacionado com o mercado fornecedor.

4.4 Plano de Ação

Nessa fase, foi solicitado ao time de TI para que desenvolvessem *KPI's (Key Performance Indicators)* e *Dashboard's (Visual Panel)* de acompanhamento do giro de produtos e a curva ABC, para que auxiliassem o setor de compras nas futuras compras, através do demonstrativo de giro de produtos e em cada categoria. A fim de fornecer uma melhor análise ao comprador e em decorrência disso uma melhor qualidade nas compras, influenciando diretamente no resultado da empresa.

Com a implantação dessas ferramentas de análises, o setor de compras se dispôs a realizarem as análises sempre antes que fossem realizar um certa compra. Para que sempre possam ter um controle maior no que está sendo comprado e se realmente é o que deve ser comprado de acordo com o giro e a curva ABC de vendas, sendo considerados produtos de curva A aqueles que participam com 80% das vendas, os de curva B aqueles que participam com 15% e por fim considerados curva C aqueles que participam com 5% das vendas. A fim de sempre reduzirem o volume de compras de itens que não são necessários naquele determinado momento. Pois os elevados volumes de compras se dão pelas faltas de análises no ato de realizarem uma determinada compra.

4.5 Execução

Nessa última etapa, foi realizado um treinamento junto ao time de compras, a fim de formalizar uma norma de compras. Pois sempre que houver uma necessidade de compra de um certo produto, de uma determinada categoria, irá haver a obrigatoriedade de analisar os KPI'S (*Key Performance Indicators*) e DASHBOARD'S (*Visual Panel*) de acordo com o giro e a curva daquele determinado material. Sendo assim as compras futuras sempre estarão de acordo com o que a empresa precisa naquele momento e diante disso evita-se as compras desnecessárias e volumes elevados de materiais que não estão sendo requisitados no momento.

Diante disso, o setor de compras terá uma boa qualidade em relação as compras futuras. Pois com uma análise minuciosa não terá um percentual de erro elevado ao realizar uma determinada compra. A fim de sempre proporcionar para a organização um volume de compras ideal e não deixando de lado a qualidade nas compras, que é o principal foco.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho tinha o intuito de desenvolver uma metodologia para a gestão do setor de compras de um Home Center Capixaba. O mesmo visava garantir a qualidade nas compras, o levantamento do volume de compras, priorizando os materiais de acordo com a curva ABC, realização de análises de KPI'S (*Key Performance Indicators*) e DASHBOARD'S (*Visual Panel*), além da determinação de uma norma de compras a ser seguida sempre que necessário realizar a aquisição de um material.

Com a realização dos objetivos específicos, foi possível utilizar os resultados dos mesmos, integrando-os de modo a alcançar de forma bem-sucedida o objetivo geral, que possibilitará ao Setor de Compras um melhor controle de suas compras de produtos, otimizando o processo com a redução de volumes desnecessários.

Tínhamos um problema crítico no processo de compras, que era a alta aquisição de mercadorias desnecessárias, pois não tinham um fluxo ideal de análise antes que efetuassem a compra. Isso resultava em um valor gasto em compras sem necessidades e geravam um estoque elevado e sem giro. No decorrer da pesquisa foi possível estudar e evidenciar melhorias com o uso das ferramentas da qualidade, a fim de apontarem tais resultados como a redução de estoques elevados, melhorias no fluxo de compras, análises de giro e curva ABC. E em decorrência de todos estes resultados uma melhor qualidade no processo de compras.

Após todo estudo, tivemos a percepção de que poderíamos sugerir, a elaboração de um fluxo de compras ideal para o aperfeiçoamento do método desenvolvido, gerando assim uma fonte de insumo com o menor índice de erro possível.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que contribuíram para a realização do meu TCC de Engenharia de Produção. Agradeço aos meus orientadores, professores e colegas de curso pelo apoio e pela troca de conhecimentos ao longo dessa jornada. Também sou grato à minha família e amigos pelo incentivo e suporte emocional durante esse período. Por fim, agradeço a todos os participantes da pesquisa e às empresas que colaboraram, pois sem a ajuda de vocês, esse trabalho não seria possível. Muito obrigado a todos!

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, B. B. B.; MOREIRA, R. R., **Gestão da cadeia de suprimentos: Análise de uma empresa brasileira de saneamento básico e abastecimento de água**. Ponta Grossa: ADM, 2020.
- CAMPANA, A. C. D.; AZEVEDO, A. M. S., **Análise estratégica da gestão de compras: um estudo de caso em uma empresa no ramo de distribuição para franquias**. DSpace Doctum, 2019.
- CAMPOS, Vicente Falconi. **Controle da Qualidade Total (no estilo Japonês)**. Belo Horizonte: Fundação Christiano Ottoni, 1992.
- CUSTODIO, M. F. (2015). **Gestão da qualidade e produtividade**. São Paulo: Pearson.
- DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GODOY, A. L. de. **Ferramentas da Qualidade**. Cedet.com, 2009.
- JUNIOR, E.L.C., **Gestão em processos produtivos**, Curitiba: Ibpex, 2008.
- LONGO, M. T. Et Al, **Aplicação do ciclo PDCA e ferramentas da qualidade em uma empresa produtora e empacotadora de alimentos**. Enegep, 2016.
- LUCINDA, M. A. **Qualidade: fundamentos e práticas para curso de graduação**. 3 ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2010.
- PALADINI, Edson Pacheco; **Gestão da qualidade: teoria e prática**, 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2004;
- PLENTZ, Marcelo Plentz; **Estudo de Caso para melhoria de eficiência produtiva de linha de produção em uma indústria de alimentos**. UNIVATES: Lajeado, 2013.
- REZENDE, D.A., **Engenharia de software e sistemas de informação**, 3ª Ed., Rio de Janeiro: Brasport, 2005.
- SELEME, R; STADLER, H. (2012). **Controle da qualidade: As ferramentas essenciais**. Curitiba: Intersaberes.
- SILVA, C. O. Et Al, **A utilização do método PDCA para melhoria dos processos: um estudo de caso no carregamento de navios**. Revista ESPACIOS, 2017.
- SILVA, S. M., **O método PDCA como ferramenta para melhoria da qualidade na gestão de processos**. Aparecida de Goiânia, 2014.
- VIANA, João José. **Administração de materiais: um enfoque prático**. São Paulo: Atlas, 2002.