



Processo e Gestão de Compras: Um Estudo Bibliométrico

Discente: Lizandra Gonçalves Faria (FACES/UFU)
Orientador: Prof. Dr. Alex Fernando Borges (FACES/UFU)

Resumo

Este trabalho possui o objetivo de apresentar uma revisão bibliométrica da literatura disponível sobre processo de compras e gestão de compras, a partir de um levantamento dos artigos publicados sobre o tema nas bases SciELO - *Scientific Electronic Library*, e SPELL, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, entre 2010 e 2019. Para tanto, foram empreendidas análises da literatura científica brasileira sobre os temas, abordando alguns padrões que possibilitam identificar o estágio atual desse tipo de produção. De modo específico, foram consideradas quantidade de artigos publicados em periódicos das áreas de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo, e da área de engenharia de produção; distribuição anual dessa produção; os principais temas de pesquisa investigados; e os métodos de pesquisa utilizados. Os resultados permitiram a identificação, classificação e categorização de um total de 62 artigos, demonstrando este ser um tema relevante, embora ainda com lacunas a serem exploradas pelos pesquisadores interessados pela temática. Com esse movimento, o presente artigo contribui no sentido de estabelecer um panorama geral dos estudos sobre esse tópico, de modo a orientar futuros pesquisadores interessados pela temática sobre os padrões e tendências da pesquisa, identificando os elementos de investigação mais explorados nas pesquisas sobre o tema.

Palavras-chave: Gestão de compras. Processo de compras. Revisão de Literatura.

1. Introdução

A preocupação e finalidade de toda e qualquer empresa, independentemente de seu ramo de atuação, é atender – direta ou indiretamente - às necessidades daqueles que são afetados pela sua existência: clientes, empregados e acionistas. Contudo, para que ela consiga fazê-lo e consequentemente, manter-se competitiva no mercado, é essencial que seus processos sejam constantemente melhorados, de forma que desperdícios (MARCHWINSKI; SHOOK; SCHROEDER, 2008) e variabilidades sejam reduzidos, atividades logísticas (BALLOU, 2006) e níveis de serviços otimizados (SLACK; CHAMBERS; JOHNSTON, 2009), dentre outros. Dessa maneira, a melhoria de processos – sejam eles quais forem – mostra-se essencial para que as empresas sobrevivam e até mesmo se destaquem perante a concorrência.

Uma das formas de se fazer isso é possuir uma política interna que vise atender às necessidades dos recursos humanos e deve ser baseada essencialmente em programas de crescimento e aprimoramento de resultados que satisfaçam as necessidades organizacionais (CAMPOS, 2012).

Uma política interna voltada para o controle de qualidade tende a melhorar o desempenho da empresa e garantir maiores níveis de satisfação dos colaboradores isso porque programas da Qualidade, por exemplo, podem ajudar a assegurar eficácia e eficiência na gestão das empresas, contribuindo para que tenham sucesso no alcance de seus objetivos (SOUTO, 2014). Ainda sobre os Programas de Qualidade, Idrogo e Taigy, (2015, p. 11) complementam que: “Programas da Qualidade integram cada vez mais as estratégias empresariais à busca da competitividade das organizações, visando assegurar a sobrevivência dessas na era da globalização da economia”. Programas de qualidade têm a função de quantificar os processos, definindo, mensurando e analisando os mesmos para propor soluções a possíveis problemas de desempenho, visando melhorar a qualidade de seus processos organizacionais (VIANNA, 2012; VILLELA, 2018).

Oliveira e Limongi-França (2005) em seus estudos sobre os fatores críticos de gestão, observaram os resultados do caso de uma empresa e ratificaram a necessidade de difusão de práticas de programas de qualidade para avaliação de resultados por meio de indicadores. Demonstraram que as ferramentas auxiliam os profissionais e gerenciam a qualidade dos programas desenvolvidos.

Segundo Pinto *et al.* (2006) fazendo uma análise comparativa e crítica da adoção e implementação dos programas de qualidade em empresas brasileiras, como o sistema de qualidade nas normas ISO 9000, o Seis Sigma e o Total Quality Management (TQM) encontraram as relações existentes entre eles, a complementaridade e as redundâncias. A análise concluiu que as empresas que implantaram o programa Seis Sigma são como de tradição em qualidade, ou seja, adotaram outros programas anteriormente; as organizações que mais investirem em qualidade, pela adoção de programas, obtiveram sucesso nos indicadores de desempenho; e como principais causas do sucesso dos programas de qualidade ISO 9000.

Fowler (2008) apresentou estudo sobre a qualidade dos serviços públicos prestados ao cidadão. E demonstrou que o uso de Programas de Qualidade independentes do tamanho da Instituição, do conhecimento prévio do tempo de atuação trazem a melhoria da imagem institucional; confiança e atendimento à sociedade; aprendizagem organizacional e agilização nas tomadas de decisão; consciência e valores éticos por parte dos servidores; obtenção de um modelo que facilite a avaliação institucional.

Dessa forma, este trabalho tem o objetivo mapear a literatura brasileira disponível sobre os modelos gestão de compras e processo de compras de 2010 à 2019, a partir de um levantamento de natureza bibliométrica. Para isso, busca-se identificar a quantidade de artigos publicados nas bases de dados SciELO - *Scientific Eletronic Library* e SPELL, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. Espera-se, com esse movimento, estabelecer um panorama geral dos estudos sobre esse tópico, de modo a orientar futuros pesquisadores interessados pela temática sobre os padrões e tendências da pesquisa, identificando os elementos de investigação mais explorados nas pesquisas sobre o tema.

2. Referencial Teórico

2.1. Gestão de Compras

Primeiramente aborda-se a questão da gestão de compras, a mesma ocorre por meio da gestão de processos, pois é importante para se garantir a qualidade dos serviços de uma empresa. Define-se gestão de compras como a estratégia que é utilizada com o intuito de diminuir os custos e aumentar a lucratividade e investimentos, para que em consequência tenha-se o desenvolvimento empresarial (ASELMO; SOUZA, 2021). Em suma, gerenciar o setor de compras é uma maneira de contribuir de forma significativa para a redução de custos.

De modo geral, o sistema social passou por constantes transformações, o que inclui modificações nos setores de comércio e serviços, visto que esses têm apresentado uma grande margem de crescimento, portanto, sabendo que a gestão de compras envolve as atividades que incluem a aquisição de bens e serviços e levando em consideração o aumento da demanda na aquisição dos mesmos, existe uma necessidade de capacitação humana para realizar as atividades financeiras, para que os serviços sejam feitos de maneira eficiente e de forma a contribuir com o crescimento das empresas. As principais atividades que envolvem a gestão de compras são: negociação de preços, homologação dos fornecedores, planejamento, organização, busca pela qualidade dos produtos ou serviços (TELLES; LEAL, 2019).

As atividades envolvem colaboradores, empregados, pessoal, trabalhadores, operários, recursos humanos, talentos humanos etc. Em suma, está relacionada com o controle das compras, ou seja, envolve garantir que os processos de todos os departamentos da instituição que envolva gerenciamento de serviços e aquisição de mercadorias estejam controlados (ASELMO; SOUZA, 2021).

A gestão de compras deve ser realizada de maneira estratégica, pois seu objetivo é adquirir produtos e serviços que vão satisfazer a necessidade de suprimento da empresa, tanto no quesito qualidade quanto preço, os dois aspectos são relevantes na gestão de compras, por isso, é necessário fazer uma análise dos fornecedores, optado por aquele que melhor atender a demanda empresarial. Deve-se traçar estratégias com metas bem definidas para gerar uma vantagem competitiva (BASTOS; SERVARE, 2021).

Torna-se importante destacar que em todo processo produtivo, faz-se necessário a participação conjunta de diversos parceiros, cada qual contribuindo com algum recurso. Os colaboradores com seus conhecimentos, capacidades, habilidades, tomam decisões e executam ações que dinamizam as organizações. Logo, as organizações como um todo, motivam, incentivam e contribuem de forma positiva para que seus colaboradores se sintam importantes para o desenvolvimento da mesma. Por isso é de suma importância que a empresa incentive a capacitação dos colaboradores (XAVIER, 2003).

Segundo Chiavenato (1999, p. 08), os processos precisam ser geridos para “[...] alcançar os objetivos da organização. Daí a necessidade de tornar as organizações mais conscientes e atentas a seus processos”. É a mesma a área mais complexa e importante para se gerir em uma organização, devido à complexidade em se lidar com pessoas.

Assim, os colaboradores representam o capital intelectual das organizações, por isso, as empresas para serem bem-sucedidas devem tratar seus colaboradores como parceiros do negócio e não apenas como empregados contratados, a fim de obter o sucesso e ganhar mais competitividade no mercado (SEBRAE, 2011). A capacitação do colaborador se configura como uma possibilidade de não só alavancar o desempenho da empresa, mas sim de aumentar a satisfação do colaborador na medida em que ele se vê valorizado dentro da empresa.

As características do mercado de consumo influenciam bastante os processos das organizações, pois quando o mercado se encontra em situação de oferta, ou seja, as oportunidades são maiores que a procura, cria-se um estado preocupante, pois as pessoas são fontes de riqueza para as organizações.

Portanto, a rapidez das mudanças tecnológicas, as crenças, os valores, a globalização da economia e o acirramento da competição entre empresas e países geram impactos significativos sobre a gestão das organizações, levando à necessidade de se repensar seus pressupostos e modelos, principalmente no que tange à gestão de compra, afinal, é necessário acompanhar as transformações no meio social para garantir que o negócio permaneça no mercado. Para que a organização mantenha a fidelização de seus clientes ela precisa investir em processos modernos e competitivos.

2.2. Processos de compras

O processo de compra estrutura-se de modo a “[...] efetuar os cálculos que permitem estabelecer os valores financeiros máximos que poderão ser gastos pelos compradores para manter as categorias de mercadorias pelas quais são responsáveis” (ANSOFF, 1990, p. 149), os mesmos nascem a partir de demandas que envolve o suprimento de alguma necessidade, portanto, cada departamento de uma determinada empresa planeja suas compras e elas são processadas pelo setor responsável por meio de uma estruturação que envolve planejamento e pesquisa, para que os produtos sejam adquiridos de forma a trazer vantagem, afinal, são realizados orçamentos que leva a tomada de decisão estratégica (SOARES, et. al. 2019).

Tais orçamentos servem de entrada de dados nos sistemas de previsão de fluxo de caixa, efetuando-se a defasagem dos valores a pagar com base nos prazos médios de pagamento negociados com os fornecedores da empresa, nesse sentido, o processo de compras é o que envolve uma análise para mensurar os possíveis resultados das compras dentro de instituições públicas ou privadas (ASELMO; SOUZA, 2021). Os planos de compras são baseados nos orçamentos de compra que envolve o plano de compras de mercadorias básicas, o mesmo se trata da programação da reposição dos itens básicos mantidos em venda (CERTO; PETER, 1993, p. 210). Os valores mensais definidos no orçamento de compras devem sempre estar sendo confrontados com os planos de compra gerados pelo sistema para que seja possível tomar medidas de revisão orçamentária ou revisão nos parâmetros de planejamento de estoques visando adaptá-los à dinâmica de suprimento *versus* demanda “Plano de compras de mercadorias podem ser planejadas utilizando algoritmos tradicionais de planejamento. Tendências de comportamento do consumidor variam, mas não impossibilitam, que se utilize técnicas estatísticas para projetar vendas” (CERTO; PETER, 1993, p. 210). É a perspicácia, conhecimento do mercado e alguma sorte que permite ao comprador tomar boas decisões sobre mercadorias de que ele deve comprar.

Além disso, durante o processo de compras existem algumas incertezas que precisam ser administradas, nesse contexto, deve ser realizada uma análise sobre o cenário da micro e macroeconomia para que a decisão seja assertiva, levando em consideração alguns fatores como preço, demanda do produto, comportamentos dos fornecedores, qual prazo vão levar para entregar, quanto de estoque a empresa possui, ao se ter ciência desses fatores é possível fazer um levantamento dos valores máximos que podem ser investidos para a demanda de serviço ou produtos e assim redireciona-los (SILVA; SUDRÉ, 2021).

Uma questão importante que deve ser considerada é a análise dos fornecedores, deve-se fazer uma pesquisa de mercado para entender qual oferece mais benefícios para a empresa. O intuito é destinar os recursos para as demandas certas, trabalhando com organização, o controle de custos deve ser efetivo o que é feito pelos processos que envolve as compras de mercadoria (TELLES; LEAL, 2019).

De modo geral, o planejamento das compras é um fator que precisa garantir a continuidade das operações, por isso o processo de compras deve ser visto como preventivos assim considera-se o teto máximo que a empresa pública ou privada pode investir em um determinado produto ou serviço para que a empresa opere de forma contínua e que não haja ausência e nem abundância de recursos e sim na medida certa (SOARES, et. al. 2019).

Portanto, para trabalhar com processos de compras numa empresa fazem-se necessárias várias ações percorrendo caminhos diferentes, mas sempre procurando os mesmos objetivos: levar à venda e, conseqüentemente, à utilização dos produtos ou serviços. No competitivo mercado de hoje, quem anuncia ganha maior visibilidade e, portanto, obtém as melhores chances de efetuar bons negócios com maior frequência. Assim, passou a ser comum considerar que as empresas primeiramente passaram basicamente por uma fase orientada para produto, depois para vendas e finalmente para marketing (ROCHA; ALVES, 2010).

3. Procedimentos metodológicos

A fim de atingir os objetivos propostos no presente estudo, o método escolhido foi a Revisão Bibliométrica, que é um procedimento de pesquisa que permite a busca, a avaliação crítica e a síntese das evidências disponíveis do tema investigado, sendo o seu produto final o estado atual do conhecimento do tema investigado, “bem como a identificação de lacunas que direcionam para o desenvolvimento de futuras pesquisas” (LACATOS; MARCONI, 2013, p. 45). Trata-se de uma abordagem que encoraja o desenvolvimento e/ou utilização de metodologias para mapear um determinado campo de estudos, “devido à quantidade e complexidade de informações hoje publicadas, [o que leva à] necessidade de produção de artigos de revisão de literatura” (MARTINS *et al.* 2014, p. 45).

Assim, apresenta-se os conceitos gerais e as etapas para a elaboração da revisão bibliométrica, bem como aspectos relevantes sobre a aplicabilidade deste método para pesquisa. Evidentemente, “[...] a elaboração de uma revisão de literatura, exige a adoção de um rigor metodológico para se alcançar um fim que é o encontro de evidências sobre determinado assunto” (MARTINS *et al.* 2014, p. 45).

Para se realizar a presente pesquisa, adotou-se os seguintes critérios de inclusão de artigos neste mapeamento bibliométrico: estudos que apresentam delineamento descritivo, quantitativo e qualitativo publicados entre os anos de 2010 a 2019, no idioma português, com resumos e textos completos disponíveis nas bases de dados eletrônica SciELO - *Scientific Eletronic Library* e SPELL, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração. A busca dos artigos foi realizada com base em estratégias que respeitaram as especificidades dos bancos de dados explorados no presente levantamento, utilizando os seguintes descritores: Gestão de Compras e Processos de Compras ano 2010 a 2019, artigos em português.

Como critérios de exclusão, optou-se por desconsiderar do levantamento outros formatos de produção que não fossem artigos científicos publicados em periódicos. Isto levou à exclusão de pesquisas e textos em forma de trabalho de conclusão de curso, dissertações e teses, relatórios de pesquisa, editoriais de periódicos, e outros documentos de natureza não-científica. Também foram excluídos resumos e artigos completos publicados em congressos científicos. Artigos que porventura se apresentassem de forma repetida nas duas bases de dados exploradas foram evidentemente considerados uma única vez.

O conjunto de artigos identificados foi, então, classificado, tomando como referência as seguintes categorias pré-estabelecidas no âmbito dos objetivos do presente mapeamento: quantidade de artigos publicados em periódicos das áreas de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo, e da área de engenharia de produção; distribuição anual dessa produção; os principais temas de pesquisa investigados; e os métodos de pesquisa utilizados. Com esse movimento, o presente artigo contribui no sentido de estabelecer, por meio do método de revisão bibliométrica, um panorama geral dos estudos sobre esse tópico, de modo a orientar futuros pesquisadores interessados pela temática sobre os padrões e tendências da pesquisa, identificando os elementos de investigação mais explorados nas pesquisas sobre o tema.

4. Resultados e Discussão

Neste tópico, é apresentado o mapeamento da pesquisa sobre gestão de compras e processo de compras nas bases de dados SciELO e SPELL. Primeiramente, é apresentado os resultados referente a gestão de compras nas duas bases de dados, em seguida processo de compras e para finalizar é realizada a junção de todos os resultados.

4.1. O campo de pesquisa sobre Gestão de Compras

Esta seção busca explorar os resultados encontrados em relação à temática Gestão de compras. Trata-se, de modo particular, de se lançar luzes sobre a distribuição anual dessa produção, sobre os principais periódicos com abertura a artigos desse assunto, os temas de pesquisas abordados nestes estudos, e os métodos de investigação empregados. Com isso, espera-se identificar um panorama geral da produção científica sobre o tema.

Inicialmente, cabe apresentar a quantidade de artigos encontrada no mapeamento junto às bases científicas estudadas, a partir de uma subdivisão entre periódicos da área de Administração e periódicos da área de Engenharia de Produção (TABELA 1):

Tabela 1 – Distribuição anual da produção sobre gestão de compras

Ano	Total de artigos		Administração		Engenharia de Produção	
	N	%	N	%	N	%
2010	1	3,3	1	3,3	0	0,0
2011	4	13,3	2	6,7	2	6,7
2012	1	3,3	1	3,3	0	0,0
2013	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2014	8	26,7	6	20,0	2	6,7
2015	5	16,7	3	10,0	2	6,7
2016	3	10,0	2	6,7	1	3,3
2017	1	3,3	1	3,3	0	0,0
2018	2	6,7	2	6,7	0	0,0
2019	5	16,7	4	13,3	1	3,3
Total	30	100,0	22	73,3	8	26,7

Fonte: Dados da pesquisa

Foram identificados 30 artigos sobre gestão de compras publicados em periódicos no Brasil entre 2010 e 2019. O ano que mais teve publicações foi o de 2014 com 8 artigos publicados (26,7%), seguido de 2019 e 2015 foram publicados 5 artigos (16,7%). Outro aspecto relevante a ser comentado refere-se à concentração dessa publicação em revistas da área de Administração (73,3%) em comparação à área de Engenharia de Produção (26,7%), o que revela uma interface relativamente maior entre a atividade de gestão de compras e a função de gestão da produção e operações. Neste sentido, não se verifica, pelo menos em uma primeira leitura, uma evolução consistente do interesse sobre o tema, uma vez que o volume de produção apresenta uma média de apenas 3 artigos publicados por ano. Logo, é passível de consideração o fato de que os pesquisadores da área precisam desenvolver estudos de maior qualidade e em contextos diversificados para buscar ampliar a participação do tema no conjunto de periódicos brasileiros de administração e engenharia de produção, uma vez que a gestão de compras pode ser tida como uma atividade de relevância não apenas gerencial como estratégica.

Complementarmente à essa discussão, torna-se igualmente relevante apresentar os periódicos que abrem espaço em suas linhas editoriais para a publicação de artigos da temática de gestão de compras (TABELA 2). Dentre os artigos encontrados, seis foram publicados na Revista Gestão & Produção (UFSCAR), e outros seis foram publicados na Revista Brasileira de Gestão de Negócios (RBGN). Logo, embora a área de Administração concentre a produção científica sobre o tema gestão de compras, quando se analisa apenas os principais periódicos que divulgam textos sobre a temática, nota-se um equilíbrio entre as duas áreas. Outro periódico

que se destacam são a Revista Produção, também da área de Engenharia de Produção, com três trabalhos publicados. O restante da produção mapeada encontra-se dispersado entre 12 periódicos, variando desde revistas da área de Administração de Empresas e de Administração Pública, e da área de Saúde. Esse achado revela o potencial que o tema assume para ser discutido em outros campos de estudos, considerando aplicações da atividade de gestão de compras em setores relevantes com funções públicas e privadas.

Tabela 2 – Periódicos com publicações sobre gestão de compras

Periódico	N	%
Gestão & Produção (UFSCAR)	6	20,0
Revista Brasileira de Gestão de Negócios (FUCAPE)	6	20,0
Revista Produção	3	10,0
Revista Eletrônica de Administração (UFRGS)	2	6,7
Revista de Administração (USP)	2	6,7
Revista de Nutrição	2	6,7
Cadernos de Saúde Pública	1	3,3
Revista Interações	1	3,3
Revista Radiologia Brasil	1	3,3
Revista de Administração Pública (FGV-RJ)	1	3,3
Revista Gestão.Org	1	3,3
Revista Saúde e Sociedade	1	3,3
Revista ConTexto	1	3,3
Revista de Gestão em Sistemas de Saúde	1	3,3
Revista de Ciências da Administração (UFSC)	1	3,3
Total	30	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

As categorias acima identificadas revelam a quantidade de artigos publicados sobre gestão de compras. Não obstante, torna-se necessário considerar as particularidades de natureza teórica e metodológica. Assim, a Tabela 3 aponta os temas de pesquisa abordados na produção científica sobre gestão de compras, considerando o período analisado neste levantamento:

Tabela 3 – Temas de pesquisa relacionados à gestão de compras

Tema	Artigos	%
Gestão de Sistemas de Compras	5	16,7
Logística	3	10,0
Cultura Organizacional	3	10,0
Economia	3	10,0
Custos e Contabilidade	2	6,7
Gestão Ambiental	2	6,7
Gestão da produção e estoques	2	6,7
Gestão Pública	2	6,7
Nutrição	2	6,7
Saúde	2	6,7

Alimentação	1	3,3
Gênero	1	3,3
Marketing	1	3,3
Planejamento	1	3,3
Total	30	100

Fonte: Dados da pesquisa

O tema de pesquisa que apresentou a maior quantidade de trabalhos publicados foi a gestão de sistemas de compras, com cinco artigos (16,7% do total). Trata-se de um conjunto de textos que discute a gestão de compras de uma forma mais genérica, aplicando essa concepção a contextos específicos. Outros temas relevantes foram a logística, a economia e a cultura organizacional (três trabalhos cada), a gestão da produção e estoques, custos e contabilidade, saúde pública e nutrição, gestão ambiental, gestão pública e compras públicas (com dois artigos cada). O mapeamento revela, neste sentido, que há uma multiplicidade de temas sendo explorados em relação ao tema gestão de compras, muito embora ainda não existam linhas de investigação claramente consolidadas. Esse achado abre espaço, de um lado, para iniciativas que visem o estabelecimento de agendas de estudo que procurem aprofundar a problematização e a produção de conhecimento acerca das temáticas aqui identificados, e de outro, da possibilidade de exploração de outras temáticas pouco trabalhadas ou até mesmo ainda inexploradas nessa área, com vistas a ampliar o conhecimento sobre o tema, o que por si só revela oportunidades e desafios para essa produção científica em particular.

Por fim, há também a necessidade de se explorar a questão metodológica, demonstrando os tipos de pesquisa que têm sido empregados pelos autores que desenvolveram trabalhos sobre gestão de compras no período analisado no presente mapeamento (TABELA 4):

Tabela 4 – Métodos de pesquisa utilizados nas pesquisas sobre gestão de compras

Ano	Qualitativa		Quantitativa		Multimétodo		Teórico		Revisão		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2010	1	3,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,3
2011	3	10,0	0	0,0	1	3,3	0	0,0	0	0,0	4	13,3
2012	1	3,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,3
2013	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2014	1	3,3	3	10,0	2	6,7	1	3,3	1	3,3	8	26,7
2015	2	6,7	2	6,7	0	0,0	0	0,0	1	3,3	5	16,7
2016	1	3,3	1	3,3	0	0,0	0	0,0	1	3,3	3	10,0
2017	1	3,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,3
2018	2	6,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,7
2019	3	10,0	2	6,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	16,7
Total	15	50,0	8	26,7	3	10,0	1	3,3	3	10,0	30	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Com relação ao método, nota-se que 15 trabalhos (50% do total) foram desenvolvidos a partir da abordagem qualitativa de investigação. Destes, nota-se a primazia do uso de estudos de caso e a realização de análises descritivas. Embora se tenha uma ideia de que pesquisas qualitativas são interessantes em campos de estudos novos, emergentes e em crescimento, há uma certa limitação em termos de alcance e replicabilidade do conhecimento gerado em outros contextos e para outros tipos de organização estudados. Logo, trabalhos de natureza quantitativa

(8 artigos, 26,7% do total) e de natureza multimétodo (3 artigos, 10% do total), possuiriam potencial para agregar conhecimentos mais aprofundados e de qualidade aos achados relacionados ao tema objeto do presente levantamento. Outro aspecto que merece destaque é a prática ausência de trabalhos de natureza teórica (1 artigo) e de revisão (3 artigos), resultado que aponta para a necessidade de estudos que busquem desenvolver conceitos, modelos e ferramentas a serem desenvolvidas e aplicadas aos diferentes tipos de organização e aos diferentes contextos em que a temática aqui analisada se insere enquanto prática de gestão.

4.2. O campo de pesquisa sobre processos de compras

A presente seção se relaciona com os resultados encontrados referente ao tema processo de compras, que contempla não necessariamente a questão da gestão em si, mas sim as ferramentas e metodologias associadas ao processo de compras desenvolvido no âmbito dos mais diferentes tipos de organização. Os dados levantados no presente mapeamento estão novamente subdivididos em torno da distribuição anual dessa produção, sobre os principais periódicos com abertura a artigos desse assunto, os temas de pesquisas abordados nestes estudos, e os métodos de investigação empregados.

Tabela 5 – Distribuição anual da produção sobre processo de compras

Ano	Total		Administração		Engenharia de Produção	
	N	%	N	%	N	%
2010	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2011	2	6,3	2	6,3	0	0,0
2012	3	9,4	3	9,4	0	0,0
2013	4	12,5	3	9,4	1	3,1
2014	2	6,3	2	6,3	0	0,0
2015	8	25,0	8	25,0	0	0,0
2016	2	6,3	2	6,3	0	0,0
2017	5	15,6	5	15,6	0	0,0
2018	3	9,4	3	9,4	0	0,0
2019	3	9,4	3	9,4	0	0,0
Total	32	100,0	31	96,9	1	3,1

Fonte: Dados da pesquisa

Foram encontrados 32 artigos publicados sobre o tema processo de compras durante o período analisado neste levantamento. Nota-se que praticamente todos os trabalhos relacionados a esta temática foram divulgados em periódicos da área de Administração (96,9% do total), ao passo que a área de Engenharia de Produção apresentou apenas um artigo (3,1%), publicado no ano de 2013. Trata-se, evidentemente, de uma concentração que revela que a área de administração, por estar mais relacionada a atividades de gestão da produção, de contabilidade, e de planejamento e controle de custos, oferece meios mais efetivos para a realização de estudos sobre os processos de compras desempenhados no âmbito dos mais diferentes tipos de organizações, sejam elas públicas ou privadas. Do ponto de vista da evolução dessa produção, verificou-se também de que não existe um padrão observável. O destaque fica para o ano de 2015, com oito trabalhos publicados. No entanto, quando se coloca em perspectiva todo o período analisado, não é possível afirmar que existe uma progressão da quantidade das publicações sobre o tema nos periódicos mapeados, fato que revela igualmente oportunidades

e desafios para pesquisadores interessados em desenvolver seus trabalhos e iniciativas de pesquisa no plano dessa temática.

Em seguida, torna-se necessário também demonstrar as principais revistas que servem como meios de divulgação científica para os artigos produzidos e publicados sobre o tema processo de compra, no intervalo temporal que é objeto do presente mapeamento (TABELA 6).

Tabela 6 – Periódicos com publicações sobre processo de compras

Periódico	N	%
Revista Eletrônica de Administração (UFRGS)	5	15,6
Revista de Administração Pública (FGV-RJ)	2	6,3
Revista Desenvolvimento em Questão	2	6,3
Revista Consinte	1	3,1
Revista de Administração Contemporânea (ANPAD)	1	3,1
Revista Cogitare Enfermagem	1	3,1
Revista Innovar	1	3,1
Cadernos de Saúde Pública	1	3,1
Revista Gestão e Contabilidade	1	3,1
Revista Psicologia: Teoria e Pesquisa	1	3,1
Revista Produção	1	3,1
Revista Brasileira de Epidemiologia	1	3,1
Revista de Economia e Sociologia Rural (SOBER)	1	3,1
Revista RENE	1	3,1
Revista de Administração Mackenzie	1	3,1
Revista Educação e Pesquisa	1	3,1
Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão	1	3,1
Revista NAVUS	1	3,1
Revista Capital Científico Eletrônica	1	3,1
Revista Gestão & Tecnologia	1	3,1
Revista Inovação, Projetos e Tecnologias	1	3,1
Revista Ciência e Administração	1	3,1
Revista da UMA	1	3,1
Revista de Administração IMED	1	3,1
Revista de Administração, Sociedade e Inovação	1	3,1
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios	1	3,1
Total	32	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Os resultados identificados no levantamento indicam que a Revista Eletrônica de Administração (UFRGS) é o periódico com o maior número de artigos publicados sobre processo de compra (5 trabalhos, 15,6% do total). Em seguida, os meios de divulgação Revista de Administração Pública (FGV-RJ) e Revista Desenvolvimento em Questão, apresentam dois trabalhos sobre o tema no período analisado (6,3% do total, cada). O restante dos artigos identificados está distribuído entre 23 diferentes periódicos, o que revela uma grande dispersão

de meios para divulgação científica da temática explorada no presente mapeamento. Um aspecto interessante a ser destacado é o de que se encontram revistas da área de administração, engenharia de produção, saúde pública, educação, enfermagem, psicologia e contabilidade. Esse achado reforça o comentário anterior sobre o potencial que a temática apresenta para discussão em outras áreas (para além da Administração e da Engenharia de Produção), desde que se tratem de artigos e resultados de pesquisa que discutam o desenvolvimento de processos de compras em setores na administração pública e em atividades empresariais.

Em seguida, torna-se relevante explorar, considerando os aspectos teóricos da produção científica sobre processos de compra, aqueles que podem ser categorizados como os principais temas de pesquisa relacionados ao assunto aqui abordado (TABELA 7):

Tabela 7 – Temas de pesquisa relacionados a processos de compra

Tema	Artigos	%
Gestão Pública	9	28,1
Economia	7	21,9
Saúde	4	12,5
Contabilidade	2	6,3
Gestão do Processo de Compras	2	6,3
Marketing	2	6,3
Sustentabilidade	2	6,3
Direito	1	3,1
Estoque	1	3,1
Estratégia	1	3,1
Gestão Ambiental	1	3,1
Total	32	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao tema processo de compra, o tópico de gestão pública apresentou a maior concentração de artigos publicados (9 artigos, 28,1% do total). Esse achado é consistente com o tipo de produção que é desenvolvido naquela área específica, uma vez que a gestão pública envolve discussões centradas, dentre outros aspectos, nos processos e procedimentos adotados no âmbito do gerenciamento de suas atividades, considerando os princípios norteadores da Administração Pública. A segunda temática mais explorada no âmbito do tema processo de compra refere-se à economia (eficiência, produtividade, etc.), com sete artigos publicados (21,9% do total). Em seguida, aparecem: saúde (saúde pública, gestão hospitalar, etc.), com quatro artigos (12,5% do total); e contabilidade, gestão do processo de compras, marketing e sustentabilidade, com dois artigos cada (6,3% do total). Conforme observado na temática anteriormente analisada, também há uma variedade de tópicos de investigação sendo explorados no contexto do tema processo de compra. No entanto, pode-se afirmar que a noção de gestão pública e os textos relacionados à economia concentram essa produção em particular e o interesse dos pesquisadores da área, revelando-se como padrões e linhas de investigação relativamente mais consolidadas, em comparação aos outros assuntos observados. Há, neste sentido, oportunidades para o aprofundamento do conhecimento já existente sobre esses quesitos, uma vez que as evidências constatadas em estudos anteriores podem ser utilizadas para embasar teoricamente e empiricamente a realização de estudos adicionais envolvendo os objetos de discussão observados naquele conjunto de trabalhos. Além disso, há a oportunidade de se explorar perspectivas emergentes em outras áreas que não estão sendo adequadamente e

suficientemente exploradas em relação ao tópico de processos de compra, tais como a sustentabilidade e a gestão ambiental, incluindo elementos de discussão social e ambiental e ampliando a agenda de estudos para além de abordagens meramente econômicas.

Por fim, cumpre efetuar a consideração dos aspectos metodológicos da produção científica sobre processos de compra, evidenciando as escolhas dos pesquisadores interessados no tema para o desenvolvimento de estudos e pesquisas relacionados à temática abordada no âmbito do recorte temporal analisado (TABELA 8):

Tabela 8 – Métodos de pesquisa utilizados nas pesquisas sobre processos de compra

Ano	Qualitativa		Quantitativa		Multimétodo		Teórico		Revisão		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2010	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2011	1	3,1	1	3,1	0	0,0	1	3,1	0	0,0	3	9,4
2012	2	6,3	0	0,0	1	3,1	0	0,0	0	0,0	3	9,4
2013	2	6,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,1	3	9,4
2014	1	3,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,1
2015	3	9,4	2	6,3	2	6,3	0	0,0	0	0,0	7	21,9
2016	0	0,0	0	0,0	1	3,1	1	3,1	2	6,3	4	12,5
2017	1	3,1	1	3,1	2	6,3	1	3,1	0	0,0	5	15,6
2018	0	0,0	2	6,3	1	3,1	0	0,0	0	0,0	3	9,4
2019	1	3,1	2	6,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	9,4
Total	11	34,4	8	25,0	7	21,9	3	9,4	3	9,4	32	100,0

Fonte: Dados da pesquisa

Considerando o método de pesquisa empregado, observa-se um maior equilíbrio entre o recurso a abordagens de natureza qualitativa (11 artigos, 34,4% do total), quantitativa (8 trabalhos, 25% do total) e multimétodo (7 textos, 21,9% do total). Neste sentido, há, pelo menos em uma primeira leitura, uma riqueza metodológica maior nos estudos sobre processo de compra comparativamente ao tema que fora analisado anteriormente. No entanto, a limitação referente à relativa ausência de estudos de natureza teórica (9,4% do total) permanece relevante no mapeamento especificamente relacionado ao tópico de investigação sobre processos de compra. Sendo assim, verifica-se a mesma necessidade de se incentivar o desenvolvimento de conceitos, modelos e ferramentas teóricas e aplicadas ao estudo de diferentes processos de compra observados em diferentes tipos de organizações públicas e privadas.

5. Considerações finais

O objetivo de apresentar uma revisão bibliométrica da literatura disponível sobre processo de compras e gestão de compras, a partir de um levantamento dos artigos publicados sobre o tema nas bases SciELO - *Scientific Eletronic Library*, e SPELL, da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, entre 2010 e 2019. Para tanto, foram empreendidas análises da literatura científica brasileira sobre os temas, abordando alguns padrões que possibilitam identificar o estágio atual desse tipo de produção. De modo específico, foram consideradas quantidade de artigos publicados em periódicos das áreas de administração pública e de empresas, ciências contábeis e turismo, e da área de engenharia de produção; distribuição anual dessa produção; os principais temas de pesquisa investigados; e os métodos de pesquisa utilizados.

Os resultados permitiram a identificação, classificação e categorização de um total de 62 artigos, demonstrando este ser um tema relevante, embora ainda com lacunas a serem exploradas pelos pesquisadores interessados pela temática. Considerando o tópico gestão de compras, observou-se uma quantidade de artigos relativamente limitada e com evolução temporal estagnada, sem apresentar avanços importantes do ponto de vista teórico e metodológico, haja vista a amplitude de temas abordados e o recurso a métodos de pesquisa qualitativos que não possibilitam a disseminação dos achados e conclusões para outros estudos sobre o tema e para outras realidades e contextos a serem explorados pelos pesquisadores. Por sua vez, considerando o tópico processo de compra, também foi observada uma quantidade de artigos reduzida, com evolução temporal estagnada, sem apresentar tendências de crescimento e consolidação. No entanto, existe uma concentração dos estudos sobre esse tema relacionado à gestão pública e à economia, o que pode sugerir uma linha de investigação mais consolidada quando se coloca em perspectiva as possibilidades de aplicação de quadros teóricos, modelos analíticos e ferramentas de gestão associados aos processos de compra. Há também uma maior diversidade metodológica dos estudos sobre o tema, indicando diferentes alternativas para a apreensão das especificidades observadas em processos de compra em organizações públicas e privadas. Por fim, cumpre destacar que faltam esforços dos pesquisadores em desenvolver conceitos, arcabouços teóricos, modelos de análise e ferramentas de aplicação e intervenção prática que possibilitem desenvolver e avançar o estoque de conhecimento disponível sobre os temas que foram objeto do mapeamento aqui realizado.

Portanto, com o desenvolvimento da presente revisão bibliométrica da literatura sobre gestão e processos de compra, foi possível observar certos padrões, tendências e lacunas de uma temática que, apesar de ainda pouco explorada, revela potencial para o desenvolvimento de novos estudos por parte de pesquisadores interessados em compreender e explicar as práticas de gestão relacionadas à estratégia de compras desenvolvida por organizações públicas e privadas, gerando uma contribuição teórica e sobretudo aplicada ao funcionamento e à competitividade desses empreendimentos. Por fim, espera-se que o presente artigo possa contribuir no sentido de demonstrar o panorama geral dos estudos sobre esse tópico, servindo como orientação futuros pesquisadores interessados pela temática.

6. Referências

- ANSOFF, H. Igor. Do planejamento estratégico à administração estratégica. São Paulo : Atlas, 1990.
- ASELMO, A.; SOUZA, M. C. A. Gestão de Compras: estratégias usadas como forma reduzir custos. **Interface Tecnológica** -v. 18 n. 1, 2021. <https://doi.org/10.31510/inf.v18i1.1093>
- BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**/Logística Empresarial (5ª. Ed.). Porto Alegre: Bookman Editora, 2006.
- BASTOS, L. M. F.; SERVARE, M. W. J. Gestão Estratégica Para compras: Uma Revisão Bibliográfica da Literatura Nacional. **Gestão e Desenvolvimento em Revista**. V. 7, N. 1, 2021. <https://doi.org/10.48075/gdemrevista.v7i1.27533>
- CERTO, S. S.; PETER, J. P. **Administração Estratégica**: Planejamento e implantação de estratégia. São Paulo. 2010.
- CAMPOS, V. F. **TQC**: Controle de Qualidade Total (no estilo Japonês). 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**: O novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio De Janeiro: Campus, 1999.
- FOWLER, E. D. M. **Investigação sobre a utilização de programas de qualidade (GESPÚBLICA) nas Universidades Federais de Ensino Superior**. 2008. 162 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Itajubá, Itajubá, 2008.

Disponível em: <https://repositorio.unifei.edu.br/xmlui/handle/123456789/1686>. Acesso em 27 de jun. 2022.

IDROGO, A. A. A.; ACUÑA, A.; TAIGY, A. A. C. C. Qualidade e inovação tecnológica: o caso da construção civil - subsetor de edificações em João Pessoa. **Seminário de Engenharia Civil**, 2015, Recife. Anais... Recife, 1990. p. 205-215.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração análise e interpretação de dados. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 277 p.

MARCHWINSKI, C., SHOOK, J., SCHROEDER, A. (2008). **Lean lexicon**: a graphical glossary for Lean thinkers (4th ed.). Lean Enterprise Institute: Cambridge.

MARTINS, R. A.; MELLO, C. H. P.; TURRIONI, J. B. **Guia para elaboração de monografia e TCC em Engenharia de Produção**. São Paulo: Atlas, 2014. 211 p.

OLIVEIRA, P. M.; LIMONGI-FRANÇA, A. C. Avaliação da gestão de programas de qualidade de vida no trabalho. **RAE-eletrônica**, v. 4, n. 1, Art. 9, jan./jul. 2005. Acesso em: <https://www.scielo.br/j/raeel/a/J6DM5tV4fJ9fvTD8zbs86JF/?lang=pt> Acesso em 27 de jun. 2022. <https://doi.org/10.1590/S1676-56482005000100005>

PINTO, S. H. B.; CARVALHO, M. M.; HO, L. L. Implementação de programas de qualidade: um survey em empresas de grande porte no Brasil. **Gestão & Produção**, v. 13, n.2, p. 191-203, mai.-ago. 2006. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2006000200003>

ROCHA, E.; ALVES, L.M. **O poder das mídias e redes sociais**. Fragmentos de Cultura. Goiânia. v. 20. n. 3/4, p. 221-230, 2010.

SEBRAE. Disponível em: www.sebrae.org.br Acesso em 10 de ago. 2022.

SILVA, A. A. D; SUDRÉ, C. A. G. W. Gestão de Compras em Indústrias de Confeção na Cidade de Maringá-PR. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, 2021. <https://doi.org/10.51359/1679-1827.2022.242604>

SILVA, M. J.; MENEGASSI, C. H. M.; TATTO, L. Ciclos de Gestão do Conhecimento: Um Estudo Aplicado ao Setor de Compras de uma Empresa de Moda e Vestuário . **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 52, p. 95-108, 2018. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2018V20n52p95>

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SOARES, A. R.; CORREIA-NETO, J. S.; RIBEIRO, E. S.; FERREIRA, L. M. O Processo de Compras e o Desafio da Etapa do Planejamento: O Caso da Universidade Federal Rural de Pernambuco. **NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 9, n. 4, p. 264-273, 2019. <https://doi.org/10.22279/navus.2019.v9n4.p264-273.958>

SOUTO, Maria M. do Socorro S. Márcia M. LopesL.. **O Uso da Normalização Técnica na Construção Civil - subsetor de Edificações na Paraíba**. Anais do XIV ENEGEP. João Pessoa -PB. 2014.

TELLES, L. S; LEAL, R. A Gestão de Compras em uma empresa do Setor de Comércio e Serviços: Utilizando o Método do Custo Padrão na Homologação de Fornecedores. **ConTexto**, Porto Alegre, v.19, n.41, 2019.

XAVIER, J. N. **Manutenção – Tipos e Tendências**. Disponível em: www.manter.com. Acesso em 10 de ago. 2022.

VIANNA, H. R. G. **PCM – Planejamento e controle da manutenção**. Rio de Janeiro. Qualitymark, 2012.

VILLELA, C. S. S. **Mapeamento de Processos como Ferramenta de Reestruturação e Aprendizado Organizacional**. Dissertação de M. Sc. PPEP/UFSC, Florianópolis, SC, Brasil, 2020.

Disponível em: http://www.portaldeconhecimentos.org.br/index.../processos_e_mapeamento.pdf. Acesso em 09 de jun. 2022.

