



**INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR FUCAPI – CEF
ADMINISTRAÇÃO EM GESTÃO DE SERVIÇOS**

RELATÓRIO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO II

MAIO - 2006

MANAUS – AM

**INSTITUTO DE ENSINO SUPERIOR FUCAPI – CESF
ADMINISTRAÇÃO EM GESTÃO DE SERVIÇOS**

ROSEANE NASCIMENTO DA ROCHA

Relatório apresentado como requisito de nota final na disciplina de estágio supervisionado II, coordenado pela prof.^a Maria Emilia Melo orientado pelo prof.^o Adeildo Pereira Martins Júnior.

MAIO - 2006

MANAUS – AM

SÚMARIO

1. INTRODUÇÃO.....	05
1.1. Identificação do Campo de Estágio.....	05
1.2. Motivos de escolha do Estágio.....	05
2. HISTÓRICO DA EMPRESA.....	07
2.1. Razão Social.....	07
2.2. Localização.....	07
2.3. Área de Atuação.....	07
2.4. Caracterização da Entidade.....	09
2.5. Natureza da Empresa.....	10
2.6. Estrutura Organizacional.....	11
2.7. Fluxo Decisório.....	11
2.8. Sistema de Informação.....	13
2.9. Missão.....	16
2.10. Visão e Objetivos Organizacionais.....	16
2.11. Objetivos.....	17
2.12. Valores da FUCAPI.....	17
2.13. Política da Qualidade.....	18
2.14. Ramos de Atividades.....	18
2.15. Principais Produtos e Parcerias.....	19
2.15.1. Descrição dos Produtos.....	20
3. ATIVIDADES DE ESTÁGIO.....	21
3.1. Administração de Materiais.....	21
3.2. Conceito de Compras.....	22
3.3. Função das Compras.....	22
3.4. Importação de Compras.....	24
3.5. Organização de Compras.....	24
3.6. Solicitação de Compras.....	26

	4
3.7. Procedimentos.....	27
3.7. Objetivos de Compras.....	28
3.8. Coleta de Preços.....	29
3.9. Pedido de Compras.....	30
3.10.Acompanhamento de Compras.....	31
4. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO.....	32
5. DETALHAMENTO DAS ATIVIDADES DE ESTÁGIO.....	34
6. CONCLUSÕES.....	41
7. RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES.....	42
BIBLIOGRAFIA.....	43
ANEXOS	

1. INTRODUÇÃO

A necessidade de se ter qualificação profissional nas empresas, principalmente os que atuam na constituição, dinamização e ampliação de novos serviços, apresenta-se como um vasto campo de trabalho para o profissional de Administração em Gestão de Serviços, devido a diversificação do setor de serviços na economia mundial. Com o objetivo de vivenciar essa atuação, desenvolveu-se estágio curricular na área de Materiais e Serviços da FUCAPI.

O curso de Administração em Gestão de Serviços tem por principais objetivos formar profissionais com um perfil empreendedor, capacitados a planejar e supervisionar todas as fases de constituição de um empreendimento nesse segmento e que estejam aptos a aplicar os seus conhecimentos na busca de soluções de problemas no âmbito da gestão de serviços.

Neste relatório de estágio, estão descritas as atividades realizadas, bem como, as experiências vivenciadas ao longo desses **3 meses** de atuação na área, promovendo a busca da qualidade e profissionalismo no segmento de serviços. Algumas mudanças precisam ser realizadas para a melhoria da atividade, visando maior eficiência na atuação Administrativa.

1.1 IDENTIFICAÇÃO DO CAMPO DE ESTÁGIO

Escolhi o estágio por me identificar na área de Materiais e Serviços, aprender e passar meus conhecimentos no curso de Administração de Serviços. Fui liberada de cumprir as horas de estágio de acordo com o artigo 30 no Regimento de Estágio para os cursos de Administração do CESF.

Este relatório foi elaborado em Materiais e Serviços, área que atua no setor de compras de materiais e serviços da FUCAPI e as ferramentas utilizadas para dar andamento foram:

- Computador;
- Impressora;
- Telefone; e
- Fax.

1.2 MOTIVO DA ESCOLHA DO ESTÁGIO

Ao estagiar na área de Materiais e Serviços da FUCAPI, fui lotada na área relacionada à Administração de Serviços. Com o decorrer do tempo, fui adquirindo experiência necessária nesse setor. Em decorrência desses fatos, surgiu a necessidade de absorver conhecimentos ao longo do tempo. A escolha do curso de administração veio trazer qualificação para administrar a área de serviços da FUCAPI.

Por desenvolver com responsabilidade minhas atividades, consegui atingir o objetivo em atender o cliente interno e externo dentro de sua especificação solicitada. E por ser uma área que me identifico, trabalhando com apenas esse setor, tentando atender a quantidade certa de prazo determinado e interagindo com as pessoas que necessitam da área de Materiais e Serviços, pude consolidar minha qualificação profissional agregando valor das atividades desenvolvidas dentro da empresa.

Através da busca contínua em aprender a ser eficiente e eficaz, procuro desenvolver meus conhecimentos, aprendendo com as reformulações e mudanças que ocorreu dentro da área de Materiais e Serviços, no campo interno e externo à organização.

2. HISTÓRICO DA FUCAPI

2.1. RAZÃO SOCIAL

FUCAPI - Fundação Centro de Análise, Pesquisa e Inovação Tecnológica.

2.2. LOCALIZAÇÃO

Avenida Gov. Danilo de Matos Areosa, 381, Distrito Industrial, CEP 69075-351, Manaus – Amazonas. Desde sua criação, a FUCAPI tem se pautado pelo pioneirismo, destacando-se também em nível nacional. Foi destacada, na primeira Lei de Informática, como a principal instituição tecnológica da Região Norte, por sua atuação voltada para o apoio técnico às empresas instaladas em Manaus.

Implantou um laboratório de testes em brinquedos que é o único instalado fora dos grandes centros. Credenciado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO), o laboratório recebe solicitações de vários Estados.

Criou a primeira escola técnica em informática do País, o Centro de Ensino Profissionalizante em Informática - CEPI, iniciando sua atuação na área da Educação. Implementou pioneiramente uma programação regular de cursos de especialização em nível de pós-graduação "lato sensu".

Realizado foi de Eletrônica Digital, em parceria com a COPPE /Universidade do Rio de Janeiro - UFRJ. Desde então, promoveu outros cursos, nas áreas de Engenharia de Produção, Automação Industrial, Qualidade e Produtividade, Desenvolvimento de Recursos Humanos e Marketing.

Tornou-se a primeira instituição da Região a introduzir o Design Industrial como ferramenta de inovação e competitividade, com a criação do Núcleo de Design. Criou o centro de Informação Tecnológica, que oferece às empresas e inventores amazonenses serviços de busca e registro de marcas, patentes, desenho industrial e software.

Implantou o Centro Educacional FUCAPI - CEEF, pioneiro no país, oferecendo o primeiro curso de nível médio do País na inédita área de Tecnologias Industriais Básicas – TIB. Desenvolveu o primeiro projeto educacional em multimídia idealizado e realizado inteiramente na região, o CD-ROM "O Amazonas em sua Literatura".

Implantou o Centro de Ensino Superior FUCAPI - CESF, hoje Instituto de Ensino Superior FUCAPI. Atualmente, a FUCAPI desenvolve pesquisa e presta serviços em suas áreas de atuação. O investimento na qualificação de seu corpo técnico vem sendo intensificado através de parcerias com as principais instituições de ensino do País, dentre as quais se destacam: COPPE /Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Pontifícia Universidade Católica – PUC / RJ, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Universidade de Campinas - Unicamp e Universidades do Japão. Criou o primeiro curso no Brasil de graduação em Administração com ênfase em Gestão da Inovação. Primeira Faculdade do país a alcançar certificação da série ISO 9001.

2.3. ÁREA DE ATUAÇÃO

Atuando em Tecnologia e Educação, nas áreas de Telecomunicações, Informática, Meio-ambiente, Tecnologia Industrial Básica e Gestão do Conhecimento, a FUCAPI vem se consolidando a cada ano como instituição de apoio à melhoria da competitividade das empresas e ao desenvolvimento da região.

A FUCAPI é certificada pelas normas da qualidade ISO 9001:2000 em todas as suas áreas de atuação.

- Instituto de Ensino Superior FUCAPI - CESF
- Centro Educacional FUCAPI- CEEF
- Propriedade Intelectual
- Design
- Design Tropical
- Tecnologia da Informação
- Laboratórios de Testes e ensaios
 - Isqueiros Descartáveis
 - Brinquedos
 - Laboratório de Compatibilidade de sistema
 - Laboratório de Homologação de Hardware
 - Laboratórios de Metrologia
- Estudos técnicos

- Estudos e pesquisas sócios-econômicas
 - Laudo e pareceres técnico
- Centro Tecnológico Ambiental da FUCAPI

2.4. CARACTERIZAÇÃO DA ENTIDADE

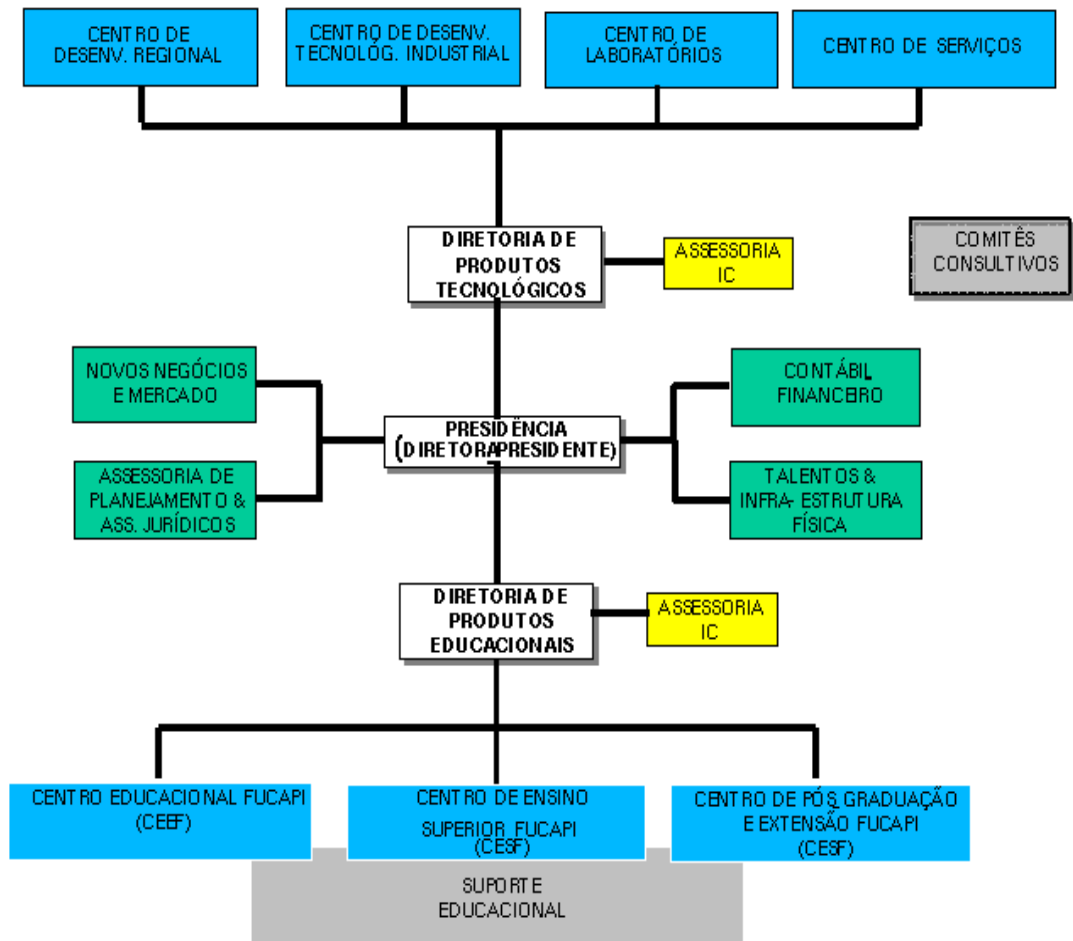
Fundação com personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, auto-sustentável. Uma instituição pioneira voltada para o desenvolvimento da Amazônia Ocidental. Esta sediada em Manaus, capital do Estado do Amazonas, cidade no meio da floresta amazônica. A FUCAPI iniciou suas atividades no dia 26 de fevereiro de 1982.

Idealizada pela Superintendência da Zona Franca de Manaus - SUFRAMA, a FUCAPI foi criada por iniciativa da Federação das Indústrias do Estado do Amazonas - FIEAM, pelo Centro da Indústria do Estado do Amazonas - CIEAM, e pelo Grupo Executivo Interministerial de Componentes e Materiais - GEICOM, tendo assumido um papel desafiador, investindo na capacitação do homem da região e dedicando-se ao desenvolvimento tecnológico e empresarial através da prestação de serviços técnicos especializados que possam promover uma maior competitividade às empresas.

2.5. NATUREZA DO NEGÓCIO

Agregar valor através da oferta de produtos e serviços nas áreas da educação, desenvolvimento tecnológico, informática, qualidade e estudos sócio-econômicos.

2.6. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL DA FUCAPI



2.7. FLUXO DECISÓRIO

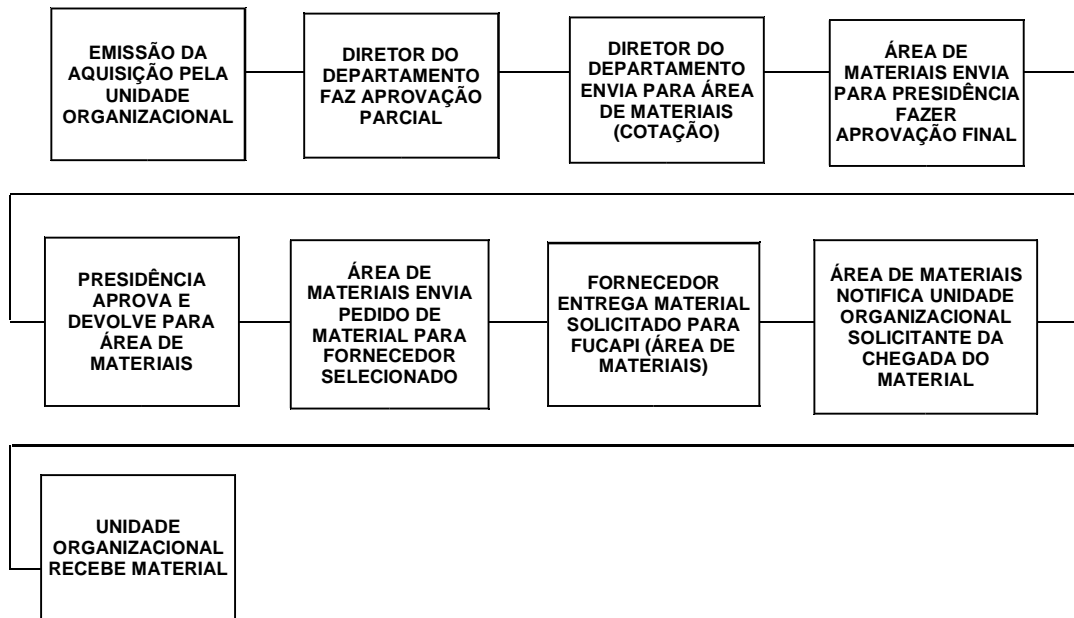
Neste fluxo, será apresentado a obtenção de material de expediente, tendo como exemplo um furador de papel. A Unidade Organizacional solicitante emite a aquisição de material de expediente, que será enviada para o Diretor da área para fazer aprovação parcial. Em seguida, quando o diretor aprova e automaticamente a aquisição é encaminhada para área de materiais para realizar a cotação, com no mínimo 3 fornecedores.

Feita a cotação, é preenchido no sistema um arquivo chamado "Mapa Demonstrativo", constando os nomes dos 3 fornecedores com preço, prazo de entrega, o qual é identificada a aquisição enviada pela Unidade Organizacional solicitante, para envio à Presidência para aprovação final da Diretora Presidente.

Após ser aprovado pela Diretora Presidente, sendo feitas as análises, com menor preço, melhor prazo de entrega e produto de alta qualidade, a Aquisição retorna à área de materiais para concluir a compra do material solicitado pela Unidade Organizacional. Para isso, é emitidas uma Ordem de Compra, com todas as informações referente ao material solicitado, no qual é assinado pelo responsável da área de Materiais -CTIE e pela Diretora Presidente para que o material seja enviado pelo fornecedor selecionado à FUCAPI.

Quando recebemos o material, a Área de Materiais confere com a Nota Fiscal, verificando o estado do material e quantidade solicitada, se estão conforme o solicitado.

Realizada a conferência e estando tudo dentro do pré-estabelecido, a Área de Materiais notifica a Unidade Organizacional Solicitante via sistema, onde a referida unidade terá o prazo de 24 (vinte e quatro) horas para retirada do material, via senha eletrônica.



Fluxo divisório das atividades desenvolvidas por área

2.8. SISTEMA DE INFORMAÇÃO

A FUCAPI analisou e utilizou diversas maneiras de enriquecer o seu Sistema de Informação com estudo totalmente voltado para esse cenário que é mostrar o que a FUCAPI tem de melhor, conforme abaixo:

Atividades:

a) Divulgação Institucional – 1. Mídia: Eletrônica (televisão, rádio e painel eletrônico) e imprensa.

b) Assessoria de Comunicação terceirizada

Objetivo: Divulgar a imagem institucional da Fundação.

c) Internet

Objetivo: Permitir a comunicação interativa com o público interno e externo, utilizando a home page para auxiliar na divulgação a imagem institucional.

d) Pesquisa de Mercado

Objetivos: Aferir o nível de satisfação dos clientes e avaliar os concorrentes, para

auxílio na tomada de decisão e Identificar oportunidades de negócios.

e) Telemarketing

Objetivos: Reforçar o serviço de atendimento ao consumidor – SAC e Atualizar banco de dados.

f) Rastreamento de serviços

Objetivos: Aferir a Qualidade dos serviços prestados aos clientes.

g) Visita Técnica

Objetivos: Visitar periodicamente os clientes para ofertar serviços e identificar suas necessidades.

h) Visita de cortesia

Objetivos: Visitar periodicamente os clientes para aferição das necessidades dos clientes.

i) Banco de dados

Objetivos: Manter, melhorar e ampliar banco de dados associados aos principais negócios e atividades e utilizar-se do auxílio do CPD e do Sistema do Fluxo de Informação ora em desenvolvimento.

j) Informativo In FUCAPI

Objetivo: Transmitir ao leitor, particularmente ao externo, as últimas novidades da Fundação, além de promover a integração dos empregados.

l) Eventos: Workshop e feiras

m) Objetivos: Promover os serviços da Fundação.

n) Pesquisa de Mercado

Objetivos: Aferir o nível de satisfação dos clientes e avaliar os concorrentes, para auxílio na tomada de decisão e Identificar oportunidades de negócios.

p) Telemarketing

Objetivos: Reforçar o serviço de atendimento ao consumidor – SAC e Atualizar banco de dados.

q) Rastreamento de serviços

Objetivos: Aferir a Qualidade dos serviços prestados aos clientes.

r) Visita Técnica

Objetivos: Visitar periodicamente os clientes para ofertar serviços e identificar suas necessidades .

s) Visita de cortesia

Objetivos: Visitar periodicamente os clientes para aferição das necessidades dos clientes.

t) Banco de dados

Objetivos: Manter, melhorar e ampliar banco de dados associados aos principais negócios e atividades e utilizar-se do auxílio do CPD e do Sistema do Fluxo de Informação ora em desenvolvimento.

u) Informativo In FUCAPI

Objetivo: Transmitir ao leitor, particularmente ao externo, as últimas novidades da Fundação, além de promover a integração dos empregados.

v) Eventos: Workshop e ferias

w) Objetivos: Promover os serviços da Fundação.

2 - Publicidade: Outdoor

3 - Impressos: catálogo de serviços, folder e mala direta.

Objetivos: Através da divulgação, reforçar e ampliar a imagem institucional da FUCAPI e alavancar negócios.

2.9. MISSÃO

O compromisso primeiro da FUCAPI é com o desenvolvimento da região. Sua contribuição potencial configura-se, de modo particular, através das dimensões tecnológica e educacional desse desenvolvimento.

Prestação de serviços tecnológicos especializados; implantação e gestão de projetos tecnológicos; adaptação, desenvolvimento e difusão de tecnologias e formação e treinamento de recursos humanos são os principais meios pelos quais exercita suas capacidades.

Procura desenvolver competências e habilidades nas seguintes áreas:

- tecnologias da informação (informática e telecomunicações);
- tecnologias industriais básicas;
- meio-ambiente;
- gestão do conhecimento.

No intuito de realizar esta missão em sua plenitude, articula parcerias com instituições, empresas e agências de governo para o fortalecimento dos sistemas local e regional de Ciência, Tecnologia e Inovação.

2.10. VISÃO

A FUCAPI pretende ser uma instituição nacionalmente reconhecida pelo comprometimento com o desenvolvimento regional, tendo seu nome associado a questões no âmbito da tecnologia e da inovação.

No plano local, deseja fortalecer-se, para a sociedade, como um instituto tecnológico e de ensino de referência, pela capacitação de seus profissionais e excelência no desempenho de suas atividades.

No exercício de 2000, houve o estreitamento de laços e a formação de novas parcerias caracterizou a atuação da FUCAPI neste ano, tanto com instituições nacionais quanto com internacionais, como por exemplo: Órgão das Nações Unidas para o desenvolvimento Industrial – UNIDO, Centro de Desenvolvimento Tecnológico e Industrial-CDTI, da Espanha, Regency Foundation, Financiadora de Estudos e Projetos – FINEP, Banco da Amazônia S. A. - BASA e Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa Tecnológica-ABIPIT, com quem integra projetos como: Design Tropical Amazônico, Rede Metropolitana de Alata Velocidade – REMAV e Pólo de Software de Manaus – AMAZONSOFT.

2.11. OBJETIVOS

A FUCAPI tem por objetivos, todos sem fins lucrativos, prestar serviços nas áreas de desenvolvimento tecnológico, informática e automação, desenvolvimento de recursos humanos, qualidade e produtividade, entre outros, oferecendo soluções que busquem o desenvolvimento sustentável da região e ampliem a competitividade de seus clientes.

2.12. VALORES DA FUCAPI:

- Valorizar o ser humano;
- Aprimorar continuamente os nossos Recursos Humanos;
- Prestar serviços com qualidade e rapidez, visando a satisfação dos clientes;
- Acompanhar a evolução tecnológica nas áreas de atuação;
- Buscar parcerias com instituições que tenham como missão o desenvolvimento regional;
- Trabalhar sob princípios éticos;
- Preservar o meio ambiente;

2.13. POLÍTICA DA QUALIDADE

Atender às necessidades e expectativas de seus clientes, através da busca da melhoria contínua da qualidade na prestação de seus serviços técnicos especializados.

2.14. RAMOS DE ATIVIDADES

ÁREA	ATIVIDADE	PRINCIPAIS SERVIÇOS
Educação	Instituto de Ensino Superior CESF	Cursos de Graduação e Cursos de Extensão
Educação	Centro Educacional FUCAPI - CEEF	Educação Profissional e Ensino Médio
Desenvolvimento	Lei de Informática N.8.387, Laboratório de Ensaaios e de Calibração, Laudos e Pareceres Técnicos, Design, Informação Tecnológica, Automação Industrial e Estudos Sócio-Econômicos	Todas as linhas cobertas pela Lei de Informática, Brinquedo, eletroeletrônico, mecânica e isqueiros, Em todas as áreas de conhecimento da FUCAPI, Design gráfico, Design de produtos, Design Multimídia e Web Design, Normas Técnicas, Propriedade industrial e Serviço de Informação Tecnológica, Automação de processo industrial, e em todas as áreas de conhecimento da FUCAPI
Qualidade e produtividade	Consultoria e auditoria	Implantação de sistemas e Programas da Qualidade e auditoria de Sistema da Qualidade
Informática e automação	Serviços de Informática em geral	Consultoria em informática; Elaboração de Projetos e implantação de redes de microcomputadores; Desenvolvimento e implantação de sistemas aplicativos específicos; Suporte técnico para a instalação e manutenção de software e hardware; Desenvolvimento de homepages (estáticas e dinâmicas) e Implantação de provedores INTERNET e INTRANET nas empresas.

2.15. PRODUTOS E PARCERIAS

A FUCAPI vem diversificando o portfólio de seus negócios, firmando novas parcerias com empresas com base na Lei de Informática, ofertando serviços de auditoria e implantação de Sistemas de Qualidade dando continuidade à oferta de seus antigos serviços. No ano de 2000, o Instituto de Ensino Superior – CESF, implantou três novos cursos e no ano de 2001 implantou mais dois cursos, dentro da linha de pioneirismo que a FUCAPI apresenta, principalmente, em atenção às necessidades do mercado e acerca de sua atuação nas áreas de tecnologia, gestão e engenharia.

Além disso, vários outros projetos foram implementados, entre eles, através da parceria afirmada com os fabricantes de isqueiros instalados em Manaus – Swedish Match da Amazônia S/A e Tecnocério S/A, foi impossível implantar, a partir de março de 2001, o primeiro e único laboratório de isqueiros do Brasil e da América Latina credenciado para prestar serviços nesta área.

No âmbito interno, investiu em projetos de modernização e desenvolvimento organizacional, como o Programa 5s e o Projeto de Automação do Sistema de Qualidade – PASQ, este último visando integrar e informatizar o seu Sistema de Qualidade. Além disso, determinou a funcionalidade do seu Sistema de Informações Gerenciais e Gestão Eletrônica de Documentos – SISGED, que objetiva reunir e integrar as principais informações necessárias à tomada de decisão.

Elaborou o Programa de Desenvolvimento de Políticas e Gestão de Recursos Humanos, tendo implantado o Plano de Cargos, Carreiras e salários – PCCS. Aprovou o

Sistema de Avaliação de Desempenho e incentivou a participação de seus colaboradores em cursos de pós-graduação, em áreas de interesse para a Fundação, como gestão, ciência da computação e telecomunicações.

2.15.1. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS

A FUCAPI deu ainda continuidade aos projetos especiais, definidos como aqueles de maior impacto em suas receitas, além de ter intensificado a prestação de serviços em todas as suas demais áreas de atuação.

- Desenvolvimento de Sistemas de automação e controle;
- Desenvolvimento de Sistemas de Informação ;
- Administração e projetos de redes locais e bancos de dados;
- Calibração e ensaios;
- Desenvolvimento de pesquisas sócio-econômicas;
- Implantação e auditoria de Sistema da Qualidade;
- Educação em nível médio, profissional (pós-médio), superior, pós-graduação e extensão.

3. PRINCIPAIS TEORIAS ESTUDADAS

3.1. ADMINISTRAÇÃO DE MATERIAIS

Petrônio Garcia e Paulo Renato Campos (2005, pg.5) a **Administração de Recursos Materiais** engloba a sequência de operações que tem seu início na identificação do fornecedor, na compra do bem, em seu recebimento e transporte interno, em seu transporte durante o processo produtivo, em sua armazenagem como produto acabado e, finalmente, em sua distribuição ao consumidor final.

PERCEPÇÃO EMPRESARIAL	SITUAÇÃO INICIAL	PROCESSO DE EVOLUÇÃO	ESTÁGIO AVANÇADO	SITUAÇÃO ATUAL
O Administrador de Materiais.	Pessoa de recados.	Funcionário a serviço da produção.	Executivo conhecedor do mercado de abastecimento.	Executivo que administra 60% dos custos e das despesas.
Perfil do profissional.	Pessoa bem considerada.	Burocrata eficiente.	Conhecedor de administração comercial e de mercados.	Executivo com preparo técnico, econômico e legal.
Progresso do profissional.	Sem possibilidades.	Comprador	Planejamento do negócio.	Diretor executivo.
Atividades da Administração de Materiais.	Faz despesas	Evita faltas e desmobiliza estoques excedentes.	Planejamento estratégico.	Concentração em uma visão de melhoria do resultado da empresa.

Segundo **Idalberto Chiavenato** (1991, pg. 35) a **Administração de Materiais** envolve a totalidade dos fluxos de materiais da empresa, desde a programação de materiais, compras, recepção, armazenamento no almoxarifado, movimentação de materiais e transporte interno. A **Administração de materiais** se refere a totalidade das funções relacionadas com os materiais, seja com sua programação, aquisição, estocagem, distribuição etc., desde sua chegada a empresa até sua saída com direção aos clientes. A focalização desse conceito reside na atividade dirigida aos materiais. A **Administração de Materiais** é a preocupação principal, enquanto a produção é apenas um usuário do sistema. O órgão de AM não costuma

se subordinar a produção.

3.2. CONCEITO DE COMPRAS

Segundo **Idalberto Chiavenato** (1991, pg. 100) o conceito de compras envolve todo o processo de localização de fornecedores de suprimento, aquisição de materiais através de negociações de preço e condições de pagamento, bem como o acompanhamento do processo junto ao fornecedor escolhido e o a recebimento do material para controlar e garantir o fornecimento dentro das especificações solicitadas.

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 259) compras é uma operação da área de materiais, muito importante entre as que compõem o processo de suprimento. Qualquer atividade industrial necessita de matérias-primas, componentes, equipamentos e serviços que possa operar.

3.3. FUNÇÃO COMPRAS

Segundo **Idalberto Chiavenato** (1991, pg. 100) na função compras tem por finalidade a aquisição de materiais, componentes e serviços para suprir às necessidades da empresa nas quantidades certas e nas datas aprazadas. Para atingir tal finalidade, o órgão de compras precisa desenvolver e manter fontes de suprimentos adequadas.

Segundo **Petrônio Garcia e Paulo Renato Campos** (2005, pg.64) hoje, a função compras é vista como parte integrante da cadeia de suprimentos. Por isso, muitas empresas passaram a usar a denominação gerenciamento da cadeia de suprimentos, um conceito voltado para o processo, em vez do tradicional compras e voltado para as transações em si.

O chamado **Procurement** envolve, além do relacionamento puramente comercial com os fornecedores, também, a pesquisa e o desenvolvimento dos mesmos, sua qualificação e o suporte técnico durante o relacionamento entre as partes, e que leva à necessidade de um aperfeiçoamento dos sistemas de informação. Hoje, há uma integração total entre todos os setores internos da empresa, clientes e fornecedores.

Além de tudo o que já foi visto, o departamento de compras também pode assumir vários outros papéis. Um deles está relacionado com a negociação de preços com os fornecedores. Essa negociação determinará o preço final dos produtos e, portanto, a competitividade da empresa. Mas ela pode ir mais longe, já que o comportamento do comprador pode mexer com vários aspectos da economia, como nível de preços, o poder de compra do consumidor e o relacionamento entre os setores.

A área de compras deve assumir o papel de controlador de preços e autorizador de aumentos. Toda empresa na consecução de seus objetivos necessita de grande interação entre todos os seus departamentos ou processos, no caso de estar organizada. Ela interage intensamente com todas as outras, recebendo e processando informações, como também alimentando outros departamentos de informações úteis às suas tomadas de decisão.

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 259), a função compras é um segmento essencial do Departamento de Materiais ou suprimentos, que tem por finalidade suprir as necessidades de materiais ou serviços, planejá-las quantitativamente e satisfazê-las no momento certo com as quantidades corretas, verificar se recebeu efetivamente o que foi comprado e providenciar armazenamento.

3.4. IMPORTÂNCIA DE COMPRAS

Segundo **Idalberto Chiavenato** (1991, pg. 101) o órgão de compras é hoje considerado um centro de lucro e não simplesmente um centro de custo, porque, quando bem-administrado, pode trazer consideráveis economias e lucros para a empresa. É um órgão muito importante, não apenas porque assegura o abastecimento normal das necessidades de insumos e materiais da empresa, garantindo o seu funcionamento regular, mas principalmente pelo fato de trazer benefícios adicionais, como economia e lucratividade.

Segundo **Petrônio Martins e Paulo Renato Alt** (2005, pg.94), O conhecedor que era da importância das compras na formação dos custos e na obtenção do lucro, só recentemente abriu mão de tais funções, delegando-se a compradores profissionais.

3.5. ORGANIZAÇÃO DE COMPRAS

Segundo **Idalberto Chiavenato** (1991, pg. 101) cada empresa organiza o seu órgão de compras de acordo com as suas necessidades de materiais. Na realidade, as empresas industriais, as grandes lojas e supermercados, as empresas de serviços organizam as compras conforme materiais a serem comprados, o processo produtivo, o mercado fornecedor e outros fatores.

Segundo **Petrônio Garcia e Paulo Renato Campos** (2005, pg.94), organização da área de compras na empresa estão ligadas diretamente à participação no custo do produto ou serviço vendido.

Hoje em dia é tendência manifestar na empresa a organização voltada por processos, em detrimento da organização voltada para as tarefas. Toda atenção deve ser às atividades que agregam valor ao produto.

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg.260), independente do porte da empresa, os princípios básicos da organização de compras constituem-se de normas fundamentais assim consideradas:

- Autoridade para compra;
- Registro de compras;
- Registro de preços;
- Registro de fornecedores;
- Arquivo e especificações;
- Arquivo de catálogos.

Podemos incluir como atividades típicas da seção de Compras:

A) Pesquisa de Fornecedores

- Estudo do mercado;
- Estudo de materiais;
- Análise dos custos;
- Investigação das fontes de fornecimento;
- Desenvolvimento de fontes de fornecimento;
- Desenvolvimento de fontes de materiais alternativos.

B) Aquisição

- Conferência de requisições;
- Análise das cotações;
- Decidir comprar por meios de contratos ou no mercado aberto;
- Entrevistar vendedores;
- Negociar contratos;
- Efetuar as encomendas de compras;
- Acompanhar o recebimento de materiais.

C) Administração

- Transferências de materiais;
- Padronizar o que for possível.

D) Diversos

- Fazer estimativa de custo;
- Dispor de materiais desnecessários, obsoletos ou excedentes;
- Cuidar das relações comerciais recíprocas.

3.6. SOLICITAÇÃO DE COMPRAS

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 269) a solicitação de Compras é um documento que dá a autorização para o comprador executar uma compra. Seja para materiais produtivos ou improdutivos, ela é solicitada para um programa de produção, para um projeto que se está desenvolvendo ou ainda para abastecimento geral da empresa. É o documento que deve informar o que se deve comprar, a quantidade, o prazo de entrega, local da entrega e, em

alguns casos especiais, os prováveis fornecedores.

Segundo **Petrônio Martins e Paulo Renato Alt** (2005, pg. 96) por meio da solicitação de compras ou requisição de compras qualquer unidade organizacional ou mesmo um colaborador qualquer, manifesta a sua necessidade de comprar um item para uso em benefício da empresa.

A solicitação de compras é enviada à área de compras que providenciará, seguindo procedimentos estabelecidos, a compra do material.

3.7. PROCEDIMENTOS

Segundo **Petrônio Martins e Paulo Renato Alt** (2005, pg. 103) primeiramente, a unidade organizacional que necessita o material envia ao setor ou departamento de compras um documento interno solicitando a compra, este recebe o nome de solicitação de compras.

O setor de compras analisa a solicitação de compras quanto aos limites de autoridade do solicitante. Normalmente a empresa estabelece o limite do valor da compra.

O setor de compras efetua as cotações com pelo menos três fornecedores é a prática visual, mas, quando necessário devido à frequência ou ao alto valor de compra, podem ser feitas mais cotações. O setor de compras, então, recebe as propostas, analisa-as, julga qual(is) melhor(es) e negocia com um fornecedor preços e condições de pagamento.

Passadas todas estas etapas, ele emite o pedido de compras. O departamento de compras também é responsável por inspecionar e receber a mercadoria e, por fim, solicitar o

pagamento do fornecedor.

Quando a cotação é feita por telefone, ou mesmo por outro meio escrito, recomenda-se a utilização do formulário que a empresa possui, que permite um registro adequado das propostas apresentadas pelos possíveis vendedores.

3.8. OBJETIVOS DE COMPRAS

Segundo **Petrônio Martins e Paulo Renato Alt** (2005, pg. 67), os objetivos de compras devem estar alinhados aos objetivos estratégicos da empresa como um todo, visando o melhor atendimento ao cliente interno e externo. Essa preocupação tem tornado a função compras extremamente dinâmica, utilizando-se de tecnologias cada vez mais sofisticadas e atuais como a Internet e cartões de crédito.

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 67), os principais objetivos:

- Compras materiais e insumos aos menores preços, obedecendo padrões de quantidade e qualidade definidos;
- Procurar sempre dentro de uma negociação justa e honesta as melhores condições para empresa, principalmente em condições de pagamento.

Segundo **Ronald Ballou** (1993, pg. 61), o objetivo da administração de materiais deve ser prover o material certo, no local de operação certo, no instante correto e em condição utilizável ao custo mínimo.

3.9. COLETA DE PREÇOS

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 272) cotação é o registro do preço obtido da oferta de diversos fornecedores em relação ao material cuja compra foi solicitada. Não deve ter rasuras e deverá conter preço, quantidade e data do recebimento na Seção de Compras; deverá ainda estar sempre ao alcance de qualquer consulta e análise de Auditoria quando for solicitada.

É um documento que precisa ser manuseado com atenção; os elementos aí contidos devem fornecer não somente ao comprador, mas também a qualquer outro os informes completos do que se está pretendendo comprar, para que a cotação dada corresponda exatamente ao preço do produto requerido e não surjam dúvidas futuras por insuficiência de dados ou das características exigidas.

Para melhor análise desses dados, eles podem ser transcritos em um mapa que é a cópia fiel das cotações recebidas, a fim de que se tenha uma melhor visualização, conforme modelo apresentado a seguir. Existem casos em que a empresa utiliza a própria solicitação de compras para registro da coleta de preços.

Ao se fazer uma cotação de preços para determinado equipamento ou produto, os fornecedores em potencial enviam propostas de fornecimento, que informam preço, prazo, reajustes e uma série de condições gerais que estabelecem. A empresa por intermédio do comprador fixa também diversas condições para o fornecedor.

3.10. PEDIDO DE COMPRA

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 275) o pedido de Compra é um contrato formal entre a empresa e o fornecedor, devendo representar fielmente todas as condições e características da compra aí estabelecidas, razão pela qual o fornecedor deve estar ciente de todas as cláusulas e pré-requisitos constantes do impresso, dos procedimentos que regem o recebimento das peças ou produtos, dos controles e das exigências de qualidade, para que o pedido possa legalmente ser considerado em vigor. As alterações das condições iniciais também devem ser objeto de discussões e entendimentos, para que não surjam dúvidas e venha a empresa a ser prejudicada com uma contestação pelos fornecedores envolvidos.

O Pedido de Compra tem força de contrato e a sua aceitação pelo fornecedor implica o atendimento de todas as condições aí estipuladas, tais como: quantidade, qualidade, frequência de entregas, prazos, preços e local de entrega. Deve-se alertar o fornecedor para propriedade dos desenhos e marcas exclusivas da compradora e para as implicações legais daí decorrentes.

Cuidados especiais devem ser tomados na negociação que envolva a encomenda e a compra de uma ferramenta específica, evitando-se que a mesma não venha a ser fornecida a terceiros. Os Pedidos de Compra devem sempre ser remetidos ao fornecedor por intermédio de um protocolo para o qual se farão registros e controles.

São bastante normais atrasos nos prazos de entrega dos fornecedores, porém esta situação deve, na medida do possível, ser evitada; o comprador deverá manter um acompanhamento constante desses prazos, comunicando ao fornecedor quando os atrasos passam a ser significativos.

3.11. ACOMPANHAMENTO DE COMPRAS

Segundo **Marco Aurélio Dias** (1993, pg. 281) um comprador eficaz deve manter um arquivo onde deve registrar a vida do produto, controlando todas as fases do processo de compra, as variações de preço, as modificações das quantidades solicitadas, a indicação de uma nova condição de pagamento e as entradas de mercadorias correspondentes ao pedido colocado. Qualquer falha nesses registros ou insuficiência de dados pode acarretar uma má performance das atividades de Compras.

Segundo **Idalberto Chiavenato** (1991, pg. 109) feito o pedido de compra, o órgão de compra precisa se assegurar de que a entrega do material será feita dentro dos prazos estabelecidos e na quantidade e qualidade negociadas. Para tanto, deve haver um acompanhamento ou seguimento do pedido, através de constantes contatos pessoais ou telefônicos com o fornecedor, para saber se está sendo providenciada a produção do material requisitado. Isto significa que o órgão de compras não abandona o fornecedor após efetuado o pedido de compra. O seguimento ou acompanhamento representa uma constante monitoração do pedido e uma cobrança permanente de resultados. Quando o volume de pedidos de compra é muito grande, algumas empresas realizam o acompanhamento em datas e prazos previamente agendados.

O acompanhamento de compras permite localizar antecipadamente problemas e evitar surpresas desagradáveis, pois através dele o órgão de compras pode urgenciar o pedido, cobrar a entrega nos prazos estabelecidos ou tentar complementar o atraso com outros fornecedores.

MATERIAL: _____

C CÓD.MATERIAL: _____

PC N°: _____				ENTRADAS		
QUANT.: _____	DATA	NF	QUANT	RECEBIDO	DEVOLUÇÃO	SALDO

Ficha de acompanhamento de compras.

4. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

A FUCAPI adota um Sistema de Avaliação de Desempenho que objetiva avaliar e acompanhar o nível de atuação dos seus colaboradores, visando contribuir para o seu crescimento individual e profissional, como parte integrante de uma equipe, estimulando sua participação para a consecução dos resultados de sua área e da Instituição como um todo.

Considerando que cada colaborador é avaliado anualmente quanto ao nível de aceitação de seu trabalho na FUCAPI, o Sistema de Avaliação de Desempenho permite um acompanhamento constante do nível de adaptação do colaborador ao serviço que realiza, de suas deficiências para realização de determinadas atividades e, portanto, o planejamento de sua carreira na Instituição.

Especificação de serviço

Atividade: Aplicar a metodologia de avaliação por Escala Gráfica com 2 avaliações.

Objetivo: Avaliar o desempenho do colaborador não se restringindo apenas a um avaliador.

Atividade: Definir avaliadores

Objetivo: A fim de realizar avaliação

Atividade: Informar avaliadores

Objetivos: Dar ciência sobre a participação no processo

Atividade: Proceder adequações

Objetivos: Atender à disponibilidade dos avaliadores

Atividade: Acompanhar o processo

Objetivos: Cumprir prazo e procedimento

Atividade: Acompanhar os planos de desenvolvimentos individual

Objetivos: Chegar as propostas no período de avaliação

Atividade: Compor o comitê de avaliação

Objetivo: Verificar as distorções ocorridas

Atividade: Reavaliar o sistema de avaliação de desempenho

Objetivo: Proceder melhorias no processo

Especificação da Prestação de serviço

Responsável: Analista de nível superior

Local: CTIE

Prazo: Imediato

Responsável: Analista de Nível superior

Local: CTIE

Prazo: 1 dia após a definição da data de avaliação

Responsável: Analista de nível superior

Local: CTIE

Prazo: 1 dia após a definição dos avaliadores

Responsável: Analista de nível superior

Local: CTIE

Prazo: Imediato

5. DETALHAMENTO DAS ATIVIDADES DE ESTÁGIO

As atividades que vou abordar são executadas através do computador, fax e telefone, com dois sistemas o Lótus e RM onde é realizado todo o processo de Compra da FUCAPI.

Esta área é composta por 5(cinco) pessoas, que exerce as seguintes funções:

- 01 (um) Coordenador;
- 02(dois) Compradores;
- 01 (um) Motorista; e
- 01 (um) Estagiário.

Os sistemas utilizados para realização das atividades da Área de Materiais e Serviços, são:

- 1) Lótus Notes;
- 2) RM Nucleus.

LOTUS NOTES

Ano	Mês	C.C.	UO	Num	Situação	Dt. Solic.	Sit. Compra	Sit. Entrega
2004	Dez	4.00.00	CESF	0511/04 68	Em Aprovação Final	10/12/2004		
4.01.00	CESF	0505/04 68			Em Aprovação Final	07/12/2004		
4.01.00	CESF	0508/04 68			Em Aprovação Final	10/12/2004		
4.01.00	CESF	0509/04 68			Em Aprovação Final	10/12/2004		
4.02.00	CESF	0506/04 68			Em Aprovação Final	07/12/2004		
4.03.06	CESF	0515/04			Em Cotação	16/12/2004		
4.2.1.02	CEEF	0517/04			Em Cotação	22/12/2004		
5.00.00	DETEC	0512/04 68			Em Aprovação Final	14/12/2004		
5.00.00	SUAUF	0514/04			Em Cotação	14/12/2004		
5.01.03	DIENG	0498/04 68			Em Aprovação Final	01/12/2004		
6.00.00	DEINE	0516/04			Em Cotação	20/12/2004		

FIGURA I – Aquisições do Sistema de Compras (Tela de abertura)

Lótus Notes é um sistema cliente-servidor de trabalho colaborativo e-mail, concebido pela Lótus Software, do grupo IBM Software Group.

É um correio eletrônico, calendário, agendamento em grupo, acesso à Internet e gerenciamento de informações. É um ambiente integrado de mensagens e colaboração como a Web, que oferece aos usuários um acesso mais rápido e melhor gerenciamento de muitos tipos de informações, incluindo correio eletrônico, compromissos, contatos, lista de tarefas e

páginas da Web, Grupos de Notícias e aplicações intranet. O Notes agrupa todas essas informações em um único ambiente.

Esta ferramenta facilita o fluxo de documentos entre os setores, que envolve ciclos de aprovação. São eles:

- 1) Aviso de chegada de Aquisição de Materiais e Serviços em cotação e aprovadas;
- 2) Aquisição de Material de Expediente;
- 3) Cadastro de Material de Expediente;
- 4) Relatório de Materiais de Expediente por setor;
- 5) Aquisição de Materiais Permanente, Consumo e Técnico;
- 6) Lista de Materiais em cotação;
- 7) Aquisição de Serviços;
- 8) Inclusão de informações do status da solicitação, nos itens listados de chegada do material;
- 9) Envio, via sistema, para a área solicitante, do aviso de chegada do material;
- 10) Recebimento do material pela área solicitante, através de senha eletrônica.

RM NUCLEUS

Ano	Mês	C.C.	UO	Num	Situação	Dt. Solic.	Sit. Compra	Sit. Entrega
2004	Dez	4.00.00	CESF	0511/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		4.01.00	CESF	0505/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		4.01.00	CESF	0508/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		4.01.00	CESF	0509/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		4.02.00	CESF	0506/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		4.03.06	CESF	0515/04		Em Cotação		
		4.2.1.02	CEEF	0517/04		Em Cotação		
		5.00.00	DETEC	0512/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		5.00.00	SUAUF	0514/04		Em Cotação		
		5.01.03	DIENG	0498/04	60	Em Cotação		
						Aprovação Final		
		6.00.00	DEINF	0516/04		Em Cotação		

FIGURA II – Sistema de Compras da Fucapi (Tela de abertura)

Esta ferramenta possibilita o controle do cadastro de processo, que envolve todas as atividades de compras. É um sistema de controle de cadastro de processo que envolve atividades de compras.

1. Relação de materiais codificados:

01 – Expediente

02 – Consumo

03 – Informática

04 – Permanente

05 – Manutenção

2. Cadastro de Fornecedores;

3. Coleta de Preço;

4. Ordem de Compra;

5. Contabilização de Notas Fiscais;

6. Relatório de envio de Notas Fiscais para a COCF (Coordenadoria de Contabilidade e Finanças);

7. Relatório das últimas compras;

8. Relatório de materiais de expediente por centro de custo.

Dentro da Área de Materiais e Serviços da FUCAPI foram executadas a seguintes atividades:

- Cadastro de fornecedores;
- Recebimento, via sistema, das aquisições de materiais e serviços pelas Unidades Organizacionais;
- Cotação de preços;
- Análise das propostas recebidas dos fornecedores;
- Negociação das propostas recebidas via telefone ou fax;
- Enviar, via Sistema, Mapa Comparativo com todas as informações;
- Ordem de compra para aquisição dos materiais;
- Acompanhamento das compras dos materiais junto aos fornecedores;
- Controle de Fundo Fixo, para compra de materiais de pequeno valor;
- Recebimento e entrega do material ao usuário;

O cadastro de fornecedores compete à área de compras elaborar, manter e atualizar o cadastro único de fornecedores. Deve ser solicitado de cada novo fornecedor, dentro do seu estado, cópia dos documentos indicados.

O recebimento via sistema, das AMS (Aquisição de Material de Serviço) através do sistema Notes, verificar o controle de cadastro de processo que envolve todas as atividades de compras (material de expediente, consumo, materiais de informática e permanente e manutenção). Existe uma diferença entre o material de expediente e o de consumo é que o de expediente já está com as informações consolidadas, com os preços e fornecedores respectivos, conforme agente que emite o plano de compra. O material técnico permanente ele precisa separar seus fornecedores para sua cotação e inserir as informações no sistema.

A cotação de preços, são feitas várias ligações para os fornecedores listados pelo compras pedindo que cada um mande sua cotação com seus preços, de preferência o mais rápido possível para devidas providências.

A análise das propostas recebidas por fornecedores, recebidas as propostas as mesmas serão analisadas pelos próprios compradores, tirando suas dúvidas e procurando a melhor forma de comprar seu material.

A negociação das cotações / propostas recebidas por telefone, que exige as condições de pagamento, preço, prazo de entrega, garantia etc. Após serem escolhidas as três cotações, as mesmas serão passadas para o diretor responsável, no qual o mesmo irá escolher a proposta confiável, melhor produto e menor preço.

Enviar via sistema Mapa Comparativo com as informações consolidadas para aprovação junto a Diretoria, é um documento que é colocado o preço das propostas no sistema dentro do próprio formulário do Mapa Demonstrativo, possuem o nome do fornecedor, condições de pagamento, preço, prazo de entrega, garantia.

Ordem de Compra para aquisição dos materiais, é um documento que é emitido pelo setor de compras e que finaliza a compra do material solicitado pela Unidade Organizacional.

O acompanhamento das Aquisições de Materiais e Serviços enviadas pelas áreas da FUCAPI, para posterior cotação junto aos fornecedores, sendo visualizada a aquisição no sistema, independente de que material for é feita cotação por telefone pelo menos para cinco fornecedores, que muitas das vezes passam por fax sua proposta para análise dos superiores da empresa.

O controle do Fundo Fixo para aquisição de materiais de pequeno valor, o valor do Fundo Fixo é R\$1.000,00, que atende o bloco da Presidência e cada setor pode reservar R\$ 100,00 e quando faz a compra, tem que trazer o recibo e a nota fiscal no nome da FUCAPI para poder prestar conta e também com número do centro de custo do seu setor para poder saber o que foi gasto pela Unidade Organizacional.

O recebimento e aviso de entrega do material solicitado, o setor de compras liga para cada setor para o recebimento do seu material e na hora que recebe a uma conferência do mesmo, para saber se está certo o material solicitado e para receber cada setor possui uma senha eletrônica e feito isso o sistema dá baixa.

Arquivamento de Ordens de Compras com suas respectivas cópias de notas fiscais e documentos diversos, guardarem nas pastas separadas as Ordens de Compras e suas Notas Fiscais, pois são os últimos documentos que finalizam as compras. Depois arquivar Cotação de Preço, Relatório de Materiais de Expediente e Mapa demonstrativos de Preços.

6. CONCLUSÃO

O setor de Compras todo esse tempo me trouxe experiência na Área de Materiais e Serviços da FUCAPI, também trouxe conhecimentos e mudanças ao 3 meses estagiando na área.

Quando fui estagiar no Compras para exercer o papel de assistente administrativo, aprendi muito por que não tinha experiência na área, me esforcei ao máximo para me desempenhar e desenvolver todas as atividades a ser executadas e iniciei meu estágio fazendo 5 S para poder dar andamento nos documentos pendentes e desorganizados.

Conheci muitas pessoas e comecei me interagir com elas , buscando entre elas experiências que pudesse me ajudar nas minhas atividades estabelecidas pelo minha supervisora.

7. RECOMENDAÇÕES E SUGESTÕES

Organizar todos os documentos que fica em cima da mesa, para evitar a perda de algum e até mesmo quando procurar encontrar com facilidade.

Ampliar o espaço da área de Compras, pois o mesmo é muito pequeno e não dá para guardar os materiais no espaço que tem, é preciso na verdade de um estoque que atenda todas as necessidades dos setores de preferência dos materiais que são utilizados no dia a dia.

Contratar mais pessoas, pois a quantidade de atividades são muitas e devido às exigências e para melhor atender a FUCAPI, precisamos de mais colaboradores para satisfação de nossas atividades.

8. BIBLIOGRAFIA

BALLOU, R. **Logística Empresarial (Transportes Administração de Materiais Distribuição Física)** - São Paulo / SP: Editora Atlas, 1993.

CHIAVENATO, I. **Iniciação à Administração de Materiais** – São Paulo, Editora Mcgraw-Hill e Makron, ,1991.

DIAS, M. A. **Administração de um Materiais (Uma Abordagem Logística)** – São Paulo / SP: Editora Atlas 4 Edição, 2005.

MARTINS, Petrônio Garcia e ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais** – São Paulo / SP: Editora Saraiva, 2005.