

Modelo Integrado de Avaliação de Desempenho para a área de Compras: Uma Abordagem Estratégica Baseada em Valor Organizacional

DANIEL WENZEL MENDES

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

FELIPE MACHADO BARBOSA

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

MÔNICA GEORGINO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS (UFSCAR)

Agradecimento à órgão de fomento:

Este estudo foi financiado parcialmente pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasil.

Introdução

O objetivo deste artigo é propor um modelo teórico-conceitual para avaliação do desempenho da área de Compras em médias e grandes organizações. O modelo busca integrar abordagens complementares de avaliação organizacional, maturidade e relacionamento interorganizacional, alinhando a função Compras à estratégia corporativa e à criação de valor em rede.

Problema de Pesquisa e Objetivo

A literatura acadêmica e os modelos de gestão ainda não oferecem, de forma consolidada, instrumentos abrangentes para avaliar o desempenho da função Compras sob uma perspectiva integrada. Este artigo tem como objetivo propor um modelo teórico-conceitual de avaliação de desempenho da área de Compras, que tem a base conceitual articulada em: (i) modelos globais de avaliação; (ii) a abordagem relacional do SRM (Lambert & Schwieterman, 2012); e (iii) o modelo de maturidade (Schiele, 2007).

Fundamentação Teórica

A metodologia utilizada foi qualitativa, baseada em revisão bibliográfica estruturada e análise comparativa de modelos consagrados, incluindo o O MADE-O (Corrêa, 1987), o Balanced Scorecard (Kaplan & Norton, 1996), o Modelo de Excelência da Gestão (FNQ, 2024) e o modelo SIGMA ESG (The Sigma Project, 2003), o modelo de maturidade em Compras (Schiele, 2007) e o SRM (Lambert e Schwieterman, 2012). A partir dessa base, foi desenvolvido um modelo inédito que articula níveis de maturidade, macroprocessos internos e relacionais, dimensões de desempenho e indicadores-chave.

Discussão

Os principais resultados incluem a formulação de um modelo integrado, que permite avaliar a evolução funcional da área de Compras, seu alinhamento com os objetivos estratégicos da organização e sua capacidade de atuação como orquestradora da cadeia de suprimentos.

Conclusão

A abordagem integrada permite uma compreensão mais profunda do papel de Compras na geração de valor organizacional (como financeiro, clientes, processos, pessoas, inovação e sustentabilidade), ou seja, transcendendo a visão tradicional focada apenas em custos. Embora os modelos que o compõem tenham sido investigados individualmente, o modelo requer validação empírica.

Contribuição / Impacto

A principal contribuição teórica deste estudo reside na integração inédita de modelos de desempenho organizacional consolidados com modelos específicos da área de Compras. O modelo proposto também oferece uma estrutura de aplicação prática para diagnóstico, planejamento e desenvolvimento da área de Compras. Estudos futuros devem validar o modelo empiricamente e adaptá-lo a diferentes contextos setoriais e organizacionais.

Referências Bibliográficas

- Adebayo, V. I., Paul, P. O., & Eyo-Udo, N. L. (2024). The role of data analysis and reporting in modern procurement: Enhancing decision-making and supplier management. *GSC Advanced Research and Reviews*, 20(1), 088-097.
- Amaratunga, D., Baldry, D., & Sarshar, M. (2001). Process improvement through performance measurement: the balanced scorecard methodology. *Work study*, 50(5), 179-189.
- Anaba, D. C., Kess-Momoh, A. J., & Ayodeji, S. A. (2024). Sustainable procurement in the oil and gas industry: Challenges, innovations, and future directions. *International Journal of Management & Entrepreneurship*