

RELEVÂNCIA DOS RELACIONAMENTOS COM FORNECEDORES PARA O SUCESSO ORGANIZACIONAL

Darliane da Silva Costa¹

Geisa Karla Alves da Silva Diógenes²

José Ilan Brito Ribeiro³

Maria Clara Amaral Castro de Andrade⁴

Pedro Luis Sousa Chaves⁵

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo identificar a importância do relacionamento com fornecedores para o resultado organizacional. A metodologia utilizada foi a qualitativa, realizada por meio de um questionário subjetivo aplicado com o gestor de uma empresa na cidade de Limoeiro do Norte - CE. A análise teve o intuito de evidenciar relevância do relacionamento com fornecedores com base nos principais teóricos desse campo de pesquisa. Como resultado foi possível observar que existem diversas vantagens nas parcerias estratégicas, como qualidade, melhores prazos, disponibilidade, maiores condições comerciais, entre outros. Esses benefícios proporcionam um aumento no desempenho organizacional gerando uma maior competitividade para a empresa.

PALAVRAS-CHAVE: Relacionamento com fornecedores; Competitividade organizacional; Parcerias estratégicas; Desempenho organizacional.

INTRODUÇÃO

No contexto atual, em meio a um cenário competitivo de mercado, as empresas passam por inúmeros desafios para obterem um diferencial na sua área de atuação, desse modo, é imprescindível que as organizações planejem estratégias com o intuito de se estabelecer como referência no mercado e atender as necessidades de seu cliente. Nessa perspectiva, um dos pontos essenciais que vão influenciar na qualidade associada à sua organização é a escolha de um fornecedor adequado para o alcance dos seus objetivos, os fornecedores irão proporcionar

¹FACULDADE VIDAL: e-mail: darlianesilv16@gmail.com

²FACULDADE VIDAL: e-mail: geisa.karla7@gmail.com

³FACULDADE VIDAL: e-mail: ilanribeiro53@gmail.com

⁴FACULDADE VIDAL: e-mail: mariaclaracastro1357@gmail.com

⁵FACULDADE VIDAL: e-mail: pedroluissouza24@gmail.com

materiais que vão compor os itens oferecidos para o público interno ou externo, sendo responsável também pela imagem que a empresa passa para a sociedade.

Marinho et al., (2014), enfatiza que a gestão estratégica da cadeia de fornecedores/suprimentos é dimensão-chave na formulação de estratégias competitivas e que dentro de um novo relacionamento entre empresas, o fornecedor passa a ser considerado um dos primeiros e mais críticos elos na corrente que liga uma organização ao seu cliente, e as empresas de classe mundial reconhecem que a qualidade de seus produtos e serviços está diretamente relacionada a qualidade de seus fornecedores e respectivos produtos e serviços. Diante dessa importância da escolha de um bom fornecedor, é necessário também manter um bom relacionamento com o mesmo, visando a busca de melhores condições para atender o seu público alvo e promover o avanço da empresa. A análise de pontos como qualidade, benefícios, prazos e exclusividade podem ser negociados entre clientes e fornecedores com o intuito de atender às necessidades de ambos, bem como promover um bom relacionamento por meio da negociação.

Visto isso, esse estudo tem o intuito de identificar os benefícios do relacionamento com fornecedores para o sucesso organizacional, buscando analisar a perspectiva de um ponto comercial localizado na cidade de Limoeiro do Norte – CE, avaliando pontos como a escolha de seus fornecedores, a influência do bom relacionamento entre empresa e fornecedor, bem como todas as características que compõem essa escolha e fazem com que um fornecedor seja definido.

METODOLOGIA

Este estudo é classificado como uma pesquisa qualitativa, de natureza descritiva, desenvolvida por meio de um estudo de caso. A abordagem qualitativa foi adotada por permitir uma compreensão mais aprofundada da realidade organizacional, valorizando a interpretação das experiências e percepções do participante da pesquisa, bem como os significados atribuídos aos relacionamentos com fornecedores e ao contexto em que esses vínculos se desenvolvem (MINAYO, 2014; TRIVIÑOS, 2017). A pesquisa descritiva, por sua vez, busca observar, registrar e analisar as características de um fenômeno sem a interferência do pesquisador, com o objetivo de descrever com precisão os elementos que compõem o relacionamento organizacional com os fornecedores (GIL, 2019). Já o estudo de caso foi adotado como estratégia metodológica por possibilitar uma investigação empírica aprofundada de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real (YIN, 2015). Dessa forma, a escolha por essa abordagem se justifica pela sua adequação à análise detalhada de uma organização

específica, permitindo compreender com profundidade as particularidades e dinâmicas dos relacionamentos com fornecedores.

A coleta de dados foi realizada mediante a aplicação de um questionário com perguntas abertas, direcionado ao gestor da empresa do setor varejista. O instrumento foi elaborado com base nos objetivos centrais da pesquisa, assegurando a coerência e profundidade das informações obtidas. A aplicação do questionário foi precedida da explicação dos propósitos do estudo, garantindo a espontaneidade e autenticidade das respostas e o cumprimento dos princípios éticos da pesquisa científica.

A análise dos dados coletados teve como foco a identificação da relevância estratégica dos relacionamentos com fornecedores para a organização, tomando como base os principais referenciais teóricos da área. Foram utilizados os estudos de Almeida, Marins e Tramarico (2012), que demonstram a importância da integração fornecedor-empresa para o desempenho da cadeia de suprimentos; Garcia, Silva e Pereira (2015), que enfatizam a gestão relacional como ponto de conexão entre logística e produção; e os trabalhos voltados ao contexto brasileiro, como o caso do Vale da Eletrônica e do setor de autopeças (MURAD; LIMA; SACOMANO NETO, 2015; ROMANO, 2012). Além disso, considerou-se a perspectiva de Oliveira e Dolci (2020) sobre governança relacional como um fator que contribui para a redução de riscos e o fortalecimento da confiança entre os atores da cadeia.

Dessa forma, a análise buscou compreender de que forma o relacionamento com fornecedores contribui para o desempenho e competitividade organizacional, destacando os elementos percebidos como mais relevantes pelo gestor à luz do referencial teórico.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com os dados obtidos por meio do questionário aplicado ao gestor de uma empresa do setor varejista localizada na cidade de Limoeiro do Norte – CE, verificou-se que a organização mantém um relacionamento com seus principais fornecedores baseado em credibilidade, confiança e continuidade. Entre os principais benefícios destacados estão o acesso a uma ampla variedade de produtos, condições comerciais vantajosas (como melhores preços e prazos de pagamento) e agilidade no atendimento de demandas emergenciais. Tais fatores contribuem diretamente para a competitividade da empresa, ao permitir a oferta de preços mais atrativos aos clientes e maior flexibilidade operacional, essas afirmações corroboram o que afirmam Almeida, Marins e Tramarico (2012), ao ressaltarem que a integração entre empresas e fornecedores é fundamental para a eficiência da cadeia de suprimentos, reduzindo custos e elevando o nível de serviço. O gestor, por exemplo, relatou

uma situação crítica resolvida por meio da pronta resposta de um fornecedor, o que demonstra na prática os benefícios de um vínculo colaborativo.

Além disso, observou-se que o gestor reconhece a influência direta do relacionamento com fornecedores nos resultados da empresa, especialmente pela possibilidade de negociações comerciais mais vantajosas, o que está em consonância com Garcia, Silva e Pereira (2015), que destacam a relevância da integração entre logística e produção como um diferencial competitivo derivado de uma gestão eficiente dos fornecedores.

Entre as práticas adotadas para fortalecer esse vínculo, a empresa utiliza contratos de longo prazo, realiza ações promocionais conjuntas com os fornecedores e recebe brindes para promoção dos produtos. A manutenção de compras regulares e o cuidado com prazos de vencimento também são apontados como estratégias fundamentais para preservar a qualidade do relacionamento. Tais práticas estão em sintonia com os princípios da governança relacional, que, segundo Oliveira e Dolci (2020), contribuem para reduzir riscos, aumentar a confiança e fortalecer os laços comerciais dentro da cadeia de suprimentos.

Quanto aos critérios adotados na seleção de fornecedores, o gestor destacou a preferência por aqueles que oferecem uma grade ampla de produtos, melhores prazos de pagamento e marcas reconhecidas no mercado. Essas escolhas estão alinhadas com os resultados apresentados por Romano (2012), que demonstram que tais critérios têm impacto direto no desempenho da cadeia de suprimentos, especialmente em setores como o de autopeças.

O gestor afirmou não enfrentar desafios significativos na comunicação com os fornecedores, o que evidencia a solidez e estabilidade da parceria comercial estabelecida. A confiança e a transparência foram ressaltadas como elementos fundamentais, pois não apenas fortalecem a relação atual, mas também facilitam futuras negociações e viabilizam novas parcerias. Dessa forma, os dados analisados demonstram que o relacionamento com fornecedores é percebido como estratégico e vantajoso para a empresa, apresentando consistência com os referenciais teóricos adotados neste estudo. As práticas relatadas indicam que uma gestão eficaz desses relacionamentos pode representar um diferencial competitivo real, contribuindo para o desempenho organizacional de forma ampla e sustentável.

CONCLUSÃO

Após a realização da pesquisa e a análise dos dados obtidos, verificou-se que a organização reconhece os benefícios diretos decorrentes de um relacionamento eficaz com seus fornecedores. Tal relacionamento contribui significativamente para a obtenção de resultados positivos, evidenciando aspectos como confiabilidade, parceria, transparência e melhores

condições comerciais. Constatou-se, ainda, que a solidez dessas relações permite à empresa reduzir custos operacionais e elevar o nível dos serviços prestados, além de favorecer a preferência por marcas de referência no mercado. Esses fatores impactam diretamente o desempenho e a competitividade organizacional.

Dessa forma, conclui-se que o relacionamento com fornecedores é percebido como uma estratégia essencial e vantajosa para o sucesso da empresa, manter esses relacionamentos pode ser um diferencial para as empresas em meio a concorrência, dessa forma, é uma área que não pode ser negligenciada.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. M. K. de; MARINS, F. A. S.; TRAMARICO, C. L. **O gerenciamento do relacionamento com fornecedores na integração da cadeia de suprimentos: um estudo de caso na indústria eletro-mecânica.** Revista Gestão Industrial, v. 8, n. 3, p. 1–20, 2012. Disponível em: https://periodicos.utfpr.edu.br/revistagi/article/view/1247?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 11 maio 2025.

GARCIA, F. da S.; DA SILVA, A. L.; PEREIRA, C. R. **Gestão de relacionamento com os fornecedores: uma revisão com enfoque na integração entre logística e produção.** Revista Gestão da Produção, Operações e Sistemas, v. 10, n. 4, p. 1–20, 2015. Disponível em: https://revista.feb.unesp.br/gepros/article/view/1266?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 11 maio 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MARINHO, Bernadete de L.; AMATO, Lucas F.; NETO, João A.; et al. **Gestão estratégica de fornecedores e contratos - uma visão integrada - 1ª Edição.** Rio de Janeiro: Saraiva, 2014. E-book. p.[Inserir número da página]. ISBN 9788502220638. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502220638/>. Acesso em: 12 mai. 2025.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MURAD, R. B.; LIMA, R. S.; SACOMANO NETO, M. **Gestão de relacionamento com fornecedores em arranjos produtivos locais: o caso do Vale da Eletrônica.** Production, v. 25, n. 1, p. 1–12, 2015. Disponível em: https://prod.org.br/article/doi/10.1590/S0103-65132014005000018?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 11 maio 2025.

OLIVEIRA, J. F. de; DOLCI, D. B. **Antecedentes e consequências da governança relacional na cadeia de suprimentos do agronegócio.** Revista Eletrônica de Administração, v. 30, n. 3, 2024. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/read/article/view/139641?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 11 maio 2025.

ROMANO, P. **Gestão de relacionamento com fornecedores: relação entre práticas adotadas e o desempenho na cadeia de suprimentos de autopeças.** Revista Produção Online, v. 12, n. 3, p. 745–770, 2012. Disponível em: https://repositorio.fei.edu.br/items/4bf4c8c9-4568-4024-9399-a15b5bd16888?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 11 maio 2025.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** 21. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.