

Relato técnico

Seleção de Fornecedores: uma análise multicritério do processo de escolha de fornecedores em um jogo de empresas

Supplier Selection: a multicriteria analysis of the supplier selection process in a business game

Ana Clara de Oliveira Costa ^a, Arthur Nunes Lopes ^b

^{a,b} Administração, Universidade Federal Fluminense, Volta Redonda, RJ, Brasil, clara_costa@id.uff.br, arthurlopes@id.uff.br

DOI: <http://doi.org/10.2040116/lagos.14.1.392>

informação do artigo

Histórico do artigo

Recebido 03 Dezembro de 2021

Aceito 14 Março de 2023

Disponível online 20 Maio de 2023

Palavras-chaves:

Jogo de empresas

Simulação

Seleção de fornecedores

r e s u m o

Esse estudo tem como objetivo analisar os critérios de decisão mais influentes para a escolha de fornecedores por parte de empresas simuladas, dentro do ambiente do Jogo de Empresas. A pesquisa utilizou-se do método proposto por Kahraman, Cabeci e Ulukan (2003) que consideram 4 tipos de critérios a serem avaliados: critérios relativos aos fornecedores, critérios acerca dos produtos, critérios acerca dos serviços e critérios de custos; também foram avaliados os critérios acerca do relacionamento entre as empresas. A pesquisa se caracteriza como descritiva e apresenta abordagem quantitativa. Como método, foi adotado o levantamento de dados (survey), tendo como público-alvo os representantes dos atacados fictícios participantes do Jogo de Empresas promovido pela disciplina Laboratório de Gestão Simulada da Universidade Federal Fluminense. Verificou-se, a partir dos resultados obtidos, que os critérios relativos aos fornecedores, custos e relacionamento das empresas são aqueles que apresentam maior influência sobre o processo decisório.

© 2023 RevistaLAGOS. Todos os direitos reservados.

article info

Article history:

Received December 3 2021

Accepted March 14 2023

Available online May 20 2023

Keywords:

Business gaming

Simulation

Supplier selection

a b s t r a c t

This study aims to analyze the most influential decision criteria regarding the choice of suppliers for wholesale companies in a simulated environment within a Business Game. The research uses the method proposed by Kahraman, Cabeci & Ulukan (2003), which considers 4 types of criteria to be evaluated: criteria related to suppliers, criteria about products, criteria about services, and cost criteria. Criteria about the relationship between companies were also evaluated. The research is characterized as descriptive and presents a quantitative approach. The adopted method was the data survey. Its target audience was based on the representatives of the fictitious wholesale companies participating in a Business Game promoted by the Simulated Management Laboratory class provided by Federal Fluminense University. Based on the obtained results, the criteria related to suppliers, costs, and companies' relationships are the most influential criteria in the decision-making process toward the choice of suppliers.

© 2023 LAGOS Journal. All rights reserved.

1. Introdução

O processo de escolha de fornecedores é intrínseco ao ambiente empresarial. Segundo Bastos (2016), partindo do ponto de que nenhuma empresa é autossuficiente, as relações de terceirizações e/ou parcerias sempre farão parte da rotina empresarial.

Para Claro (2004), os relacionamentos entre fornecedores e compradores sofreram mudanças significativas. Relacionar-se levando em consideração pontos como ações colaborativas, parcerias e alianças estratégicas vem se tornando cada vez mais comum.

De acordo com Bastos (2016), pequenas empresas selecionam seus fornecedores a partir do menor custo, porém, empresas maiores precisam de mais cautela nessa seleção levando em conta também os

planos de longo prazo.

Nesse sentido, a escolha de fornecedores passa a englobar fatores que antes não eram tão preponderantes na tomada de decisão, porém, segundo Viana e Alencar (2012), incorporar diversos critérios ao processo aumenta consideravelmente sua complexidade.

A partir do momento em que diversos fatores passaram a ser levados em conta no processo de tomada de decisão, deu-se início à criação de métodos de apoio à decisão denominados *Multicriteria Decision Making methods* ou métodos MCDM.

A partir desse contexto, é possível afirmar que o processo de escolha de fornecedores incorporado ao ambiente simulado, em jogos de empresa, apresenta similar relevância. Para Babb, Leslie e Van Slyke (1966), a definição de jogos de empresas faz referência à exercícios de tomada de decisões gerenciadas sequenciais, as quais geralmente as decisões tomadas afetam os resultados de outras equipes satisfazendo assim determinados objetivos em um ambiente de negócios e de mercado definido pelo administrador do jogo.

A presente pesquisa toma como base as escolhas das empresas participantes do jogo de empresa promovido pela disciplina Laboratório de Gestão Simulada do curso de graduação da Universidade Federal Fluminense, onde atuam indústrias (fornecedores) e atacados (clientes). Nesse contexto, admitindo-se a alta competitividade vivenciada no jogo que será objeto desse estudo, é possível afirmar que as decisões quanto aos fornecedores no ambiente simulado - bem como as relações entre fornecedor e empresa estabelecidas nesse ambiente - apresentam grande impacto nos resultados, sendo, no entanto, desconhecido os fatores mais influentes nas tomadas de decisão com relação aos fornecedores.

O presente estudo se justifica a partir da importância do entendimento dos fatores que prevalecem quanto a esta tomada de decisão. Tal entendimento engloba a compreensão das estratégias seguidas pelas empresas (indústrias) no ambiente simulado, bem como o conhecimento dos critérios aos quais os fornecedores podem se atentar para ganhar vantagem competitiva. Tais informações são, então, capazes de gerar aprendizado, visto a aplicação didática dos jogos, e esse aprendizado poderá ser expandido às situações empresariais reais dentro da atuação profissional futura dos participantes.

Perante o exposto, tem-se o seguinte problema de pesquisa: quais os critérios mais influentes no processo de escolha de fornecedores dentro de um jogo de empresa em um ambiente simulado?

À vista do descrito problema, o objetivo principal deste estudo consiste em analisar os critérios de tomada de decisão quanto aos fornecedores de empresas no contexto do ambiente simulado e a respectiva relevância de cada fator dentro do referido cenário.

2. Fundamentação Teórica

2.1. A estratégia relacionada aos fornecedores

Perucia, Balestrin e Verschoore (2011) definem que as organizações possuem dois caminhos estratégicos: produzir internamente ou realizar compras no mercado. Os mesmos autores definem que na escolha desse caminho o fator decisivo é o custo econômico da decisão, que pode envolver: custos de negociação, custos com contratos, custos de obtenção e manutenção de clientes e também os custos de acompanhamento de valores a receber.

Para Brasil (1993), a crença de que uma empresa pode ser responsável por tudo que envolve sua atividade econômica é praticamente utópica, é necessário aceitar a existência de componentes terceiros que possam criar caos às decisões organizacionais. Nesse sentido, para o mesmo autor, o processo de terceirização não é exceção à regra, ter fornecedores implica em vantagens e desvantagens.

Rezende (1997) afirma que terceirizar, em termos amplos, é uma possibilidade de decisão muito mais adequada para diversas situações que possam ser apresentadas ao cotidiano empresarial. O

mesmo autor também afirma que imaginar que essa relação de parceria/aliança seja imune de conflitos é uma atitude ingênua, porém, mesmo com conflitos é possível estabelecer relações muito bem sucedidas ao longo do tempo.

Sendo assim, é possível afirmar que ter fornecedores faz parte do ecossistema empresarial e que os mesmos são de suma importância para o sucesso ou insucesso de uma empresa.

Para Che e Wang (2008) o fornecedor tem influência direta na qualidade do produto final, nos custos e também pode afetar o rendimento da cadeia produtiva. Corroborando com os autores anteriores, Christopher (2000) afirma que a agilidade de um fornecedor pode também limitar um fabricante em sua atividade produtiva de forma que o mesmo não consiga corresponder às exigências do mercado. Vanalle (2011) também destaca que as relações de cliente-fornecedor é um tema de importância estratégica pois essa relação influencia no preço e na qualidade do produto final. Nesse sentido, torna-se imprescindível o processo de escolha de bons fornecedores.

2.2. O contexto da seleção de fornecedores

Para Viana e Alencar (2012), os métodos de seleção de fornecedores podem passar por reformulações a partir da necessidade de firmar contratos com fornecedores qualificados e que deem suporte às estratégias organizacionais, sendo assim, nem sempre seguindo um modelo estático de seleção.

Em contrapartida, Kahraman, Cebeci e Ulukan (2003), sugerem que os critérios de seleção de fornecedores podem ser divididos da seguinte forma:

Critérios relativos aos fornecedores: entendimento da adaptabilidade do fornecedor e de suas tecnologias em congruência com a organização compradora.

Critérios acerca dos produtos: avalia as características importantes do que será entregue e verifica a usabilidade dos mesmos.

Critérios acerca dos serviços: avalia os benefícios oferecidos pelos fornecedores.

Critérios de custos: avalia fatores como preço de compra, custo com tarifas, transportes, entre outros gastos. Segundo os mesmos autores, este fator costuma ser predominante no processo de tomada de decisão.

Para Beamon (1999), os critérios usados na seleção de fornecedores devem ter premissas, sendo elas: serem consistentes com as metas e objetivos da organização; serem precisos e possuírem nomes específicos; serem calculados a partir de todos os atributos pertinentes; serem universais e comparáveis a partir de várias condições de operações.

Logo, é possível perceber que, segundo os autores citados anteriormente, ainda que seja possível definir métodos e critérios para a seleção de fornecedores, nem sempre há concordância entre quais métodos e critérios devem ser aplicados, sendo assim, o mesmo também é compartilhado pelas organizações que individualmente acabam por criar métodos únicos e específicos para suas próprias seleções.

2.3. Parcerias entre empresas e fornecedores

Atualmente, a parceria entre empresas (clientes) e fornecedores é considerada uma estratégia efetiva quando se objetiva adquirir vantagem competitiva. Segundo Gontijo et al. (2012) é possível definir parceria como uma relação baseada, primordialmente, em interesses mútuos na busca de um determinado objetivo, e que se fundamenta na máxima cooperação através da troca de informações e da confiabilidade entre as partes.

Para Martins e Alt (2009) trata-se, então, de um clima de confiança mútua a ser desenvolvido entre ambas as partes e do qual ambas se beneficiam: é uma relação de "ganha-ganha", que se dá a

longo prazo, onde a função do fornecedor não se limita mais apenas à venda do produto, mas também engloba a sua participação no desenvolvimento do projeto, nas melhorias em relação ao processo produtivo e na garantia da qualidade.

Também para Marins e Pasqual (2012), uma boa parceria está sujeita a determinadas condições, como a apresentação de objetivos bem delineados, a responsabilidade entre as partes e a permuta de informações.

Ainda para Martins e Campos (2003), a relação entre cliente-fornecedor passa por diferentes estágios, sendo denominada *comakership* a parceria que atinge o máximo grau de desenvolvimento com relação à confiança entre ambas as partes, a garantia da qualidade e a participação.

Dentro do ambiente simulado em que ocorrem os jogos de empresa, a parceria entre os participantes é considerada fator importante para se destacar frente a ampla concorrência, influenciando direta e veementemente os resultados do jogo. Conforme anteriormente descrito, as parcerias podem se desenvolver em diferentes graus, sendo formalizadas a partir de contratos oficiais ou envolvendo o desenvolvimento em conjunto das estratégias.

2.4. Jogos de Empresa

Os jogos de empresa se apresentam como uma importante ferramenta de ensino utilizada no meio acadêmico e empresarial. Para Schafranski (2002), "os jogos de empresas são jogos simulados com a particularidade de retratar situações específicas da área empresarial, como marketing, produção, finanças ou associação entre funções."

Conforme apresenta Martinelli (1988), a função primordial dos jogos de empresa se baseia em conceber um ambiente empresarial fictício aos participantes, que serão capazes de exercitar funções e desenvolver habilidades essenciais para a sua atividade profissional em empresas do mundo real; além disso, os jogos são capazes de suprimir bloqueios psicológicos que os participantes possam apresentar, de treiná-los no processamento de informações e de estimular novas ideias.

Alguns benefícios da aplicação dos jogos de empresa como método de ensino também são destacados por Schafranski (2002), listadas a seguir:

Os jogos de empresa proporcionam um aprendizado construtivo, que se dá em um cenário dinâmico, porém menos complexo do que o cenário empresarial real;

A partir dos jogos de empresa é possível explorar novas descobertas e cometer erros dentro do ambiente simulado sem que tais ações incorram em custos reais e ao mesmo tempo gerem aprendizado;

De forma similar às situações reais, os participantes devem tomar decisões em meio a limitações e restrições com relação aos recursos, aos riscos e ao tempo disponíveis;

O tempo dentro do ambiente simulado ocorre de maneira mais curta com relação ao tempo real, possibilitando visualizar os resultados e compreender as consequências das tomadas de decisões de maneira quase imediata.

Nesse sentido, os jogos de empresa reforçam toda a teoria das organizações aos participantes e se apresentam como grande incentivo (PRETTO ET AL., 2008).

A aplicação didática dos jogos de empresa depende, então, de alguns elementos básicos. Primeiramente, tem-se o professor ou instrutor, que realizará suas obrigações didáticas e irá coordenar o jogo, além de exercer outras funções, como a administração da instituição financeira disponível aos participantes e do próprio governo estabelecido pelo ambiente simulado; além disso, são necessários os participantes que formarão as equipes responsáveis pela gestão das empresas hipotéticas (MARTINELLI, 1988).

3. Metodologia

Quanto aos seus objetivos, o presente estudo caracteriza-se por sua finalidade descritiva e abordagem quantitativa. Conforme classifica Gil (2008, p. 28), a pesquisa descritiva apresenta como propósito principal a descrição das características do objeto de estudo - seja este uma população ou fenômeno.

O estudo foi realizado a partir de dados provenientes das decisões tomadas em um jogo de empresas realizado pela disciplina denominada Laboratório de Gestão Simulada em uma turma de graduação da Universidade Federal Fluminense no ano de 2021.

Na dinâmica dos jogos de empresa, os alunos da disciplina assumem o papel de gestores em empresas fictícias que compõem o ambiente simulado proposto. Tais empresas podem atuar no ramo atacadista ou industrial e fazem parte da mesma cadeia produtiva. Dessa forma, as decisões dos gestores devem considerar as inúmeras variáveis que permeiam o jogo, tendo como foco principal a alocação de recursos de maneira eficiente e o alcance de melhores resultados frente aos concorrentes. Dentro dessas variáveis destacam-se os fatores relacionados à escolha dos fornecedores por parte das empresas atacadistas.

Visando, dessa forma, o entendimento da tomada de decisão quanto aos fornecedores por parte dos atacadistas que compõem o jogo de empresas, será adotado como método o levantamento de campo (*survey*). Segundo Gil (2008, p. 55), o levantamento caracteriza-se pela interrogação direta dos indivíduos que exercem o comportamento que se pretende conhecer e estudar. As informações são solicitadas aos grupos de pessoas que serão avaliados acerca do problema - no presente estudo, os alunos responsáveis pela gestão dos atacados e tomadas de decisões quanto aos fornecedores - e, a partir dos dados coletados, conclusões podem ser elaboradas (GIL, 2008). Dessa forma, serão público-alvo do levantamento os atacados fictícios que fazem parte do jogo de empresa e que apresentam como fornecedores as indústrias que compõem a cadeia produtiva do ambiente simulado.

O levantamento de dados e estruturação do *survey* tomarão como base os critérios propostos por Kahraman, Cabeci e Ulukan (2003): critérios relativos aos fornecedores, critérios acerca dos produtos, critérios acerca dos serviços e critérios de custos e por último será acrescentado também um critério acerca do relacionamento entre as empresas.

4. Análise Descritiva

Partindo do pressuposto de que o jogo disponível no laboratório de gestão simulada é caracterizado pela formação de um oligopólio, há uma enorme concorrência entre as empresas, logo, o papel da seleção de fornecedores é de extrema relevância para o andamento do jogo, tanto por parte dos atacados como por parte das indústrias.

Sendo assim, a pesquisa elaborada no desenvolvimento deste artigo abordou os pontos que podem estar ligados diretamente com o processo de seleção fornecedores levantando então cinco temáticas de critérios, sendo eles: critérios relativos aos fornecedores, critérios relativos aos produtos, critérios relativos aos serviços, critérios relativos aos custos e por último critérios relativos ao relacionamento das empresas.

A tabela 01 apresenta o resultado referente às respostas quanto ao critério relativo aos fornecedores.

Tabela 01

Critérios Relativos aos Fornecedores

Critérios Relativos aos Fornecedores	Capacidade Produtiva	Diversidade de Produtos
Atacado 1	8	7
Atacado 2	8	7
Atacado 3	8	9
Atacado 4	9	9
Média	8,25	8

Fonte: Dados gerados pela pesquisa

Podemos também concluir que a média dos critérios relativos aos fornecedores é de 8,125, naturalmente, um critério que exerceu grande influência no processo decisório.

A tabela 2 apresenta o resultado referente às respostas quanto ao critério relativo aos produtos.

Tabela 2

Critérios Relativos aos Produtos

Critérios Relativos aos Produtos	Qualidade dos Produtos
Atacado 1	6
Atacado 2	7
Atacado 3	8
Atacado 4	6
Média	6,75

Fonte: Dados gerados pela pesquisa

É possível concluir que o critério relativo aos produtos, no jogo de empresas exerceu um impacto moderado visto sua média de 6,75.

A tabela 03 apresenta o resultado referente às respostas quanto ao critério relativo aos serviços.

Tabela 03

Critérios Relativos aos Serviços

Critérios Relativos aos Serviços	Prazo de Entrega
Atacado 1	6
Atacado 2	7
Atacado 3	8
Atacado 4	6
Média	6,75

Fonte: Dados gerados pela pesquisa

É possível concluir que o critério relativo aos serviços, no jogo de empresas, também exerceu um impacto moderado visto sua média de 6,75.

A tabela 04 apresenta o resultado referente às respostas quanto ao critério relativo aos custos.

Tabela 04

Critérios Relativos aos Custos

Critérios Relativos aos Custos	Preço dos Produtos	Prazo de Pagamento
Atacado 1	7	9
Atacado 2	9	9
Atacado 3	10	10
Atacado 4	10	8
Média	9	9

Fonte: Dados gerados pela pesquisa

Podemos também concluir que a média dos critérios relativos aos custos é de 9, portanto, um critério que influenciou fortemente no processo de decisão.

A tabela 05 apresenta o resultado referente às respostas quanto

ao critério relativo ao relacionamento entre as empresas.

Tabela 05

Critérios Relativos ao Relacionamento Entre as Empresas

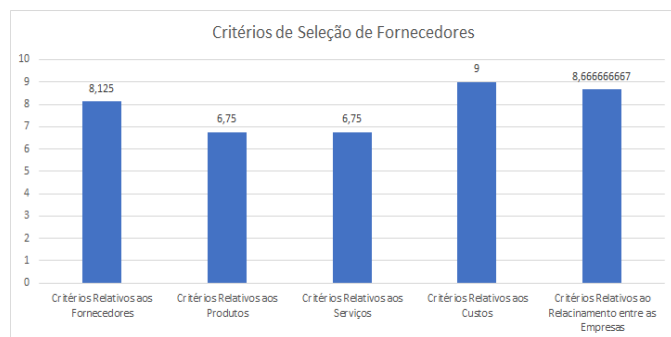
Critérios Relativos ao Relacionamento entre as Empresas	Confiabilidade de	Parceria	Facilidade na Comunicação
Atacado 1	8	10	9
Atacado 2	8	10	9
Atacado 3	9	8	9
Atacado 4	9	7	8
Média	8,5	8,75	8,75

Fonte: Dados gerados pela pesquisa

A média dos critérios relativos ao relacionamento entre as empresas é de aproximadamente 8,67, logo, um critério que também exerceu grande influência sobre o processo de decisão de fornecedores.

5. Discussão dos resultados

A partir da pesquisa realizada foi possível constatar que os critérios que mais exercem influência sob o processo de decisão de fornecedores no jogo de empresas da disciplina de Laboratório de Gestão Simulada são: critérios relativos aos fornecedores, critérios relativos ao relacionamento entre as empresa e critérios relativos aos custos como apresenta a figura 1 a seguir:

**Figura 01.** Média da Avaliação dos Critérios de Seleção de Fornecedores**Fonte:** Elaborado pelos autores

Também é possível concluir que possivelmente os critérios relativos aos produtos e os critérios relativos aos serviços não exercem grande influência devido às regras dispostas pelo jogo que não consideram a qualidade dos produtos e nem o prazo de entrega.

O critério relativo aos custos demonstrou ser o mais relevante, possivelmente, devido à alta competitividade do jogo em relação ao preço tanto de venda para os atacadistas por parte das indústrias quanto de venda para os usuários finais por parte dos atacadistas.

6. Conclusão

O estudo teve como problema de pesquisa o entendimento dos critérios de seleção de fornecedores dentro do jogo de empresas da disciplina de Laboratório de Gestão Simulada da Universidade Federal Fluminense. A pesquisa elaborada para compreender esse problema tomou como base cinco principais critérios: critérios relativos aos fornecedores, critérios relativos aos produtos, critérios relativos aos serviços, critérios relativos aos custos e por último critérios relativos ao relacionamento das empresas.

Após a aplicação da pesquisa junto aos atacadistas foi possível concluir que os critérios relativos aos fornecedores, custos e relacionamento das empresas exercem grande influência no processo decisório e que os critérios relativos aos produtos e ao serviço exercem moderada influência.

Nesse sentido, conclui-se que o estudo foi bem-sucedido em determinar pontos chave dos critérios de seleção de fornecedores na disciplina supracitada, porém, é necessário considerar as limitações propostas pelo jogo ao aplicar o estudo externamente visto que é a possível que os fatores sofram inversão.

Portanto, propõe-se para novos estudos um ambiente que considere também mais variáveis semelhantes à realidade quanto qualidade dos

produtos e a qualidade dos serviços para por fim poder determinar em uma escala quais são os principais fatores determinantes na escolha dos fornecedores auxiliando não somente os atacadistas em seu processo mas também os possíveis fornecedores a preparar suas estratégias para manter-se bem relacionado entre as possíveis escolhas desenvolvendo então vantagens competitivas.

Referências

Bastos, R. D. O. (2016). Proposta de aprimoramento do processo de avaliação e seleção de fornecedores: uma aplicação ao caso do Instituto Federal do Tocantins.

Claro, D. P., & Claro, P. B. D. O. (2004). Gerenciando relacionamentos colaborativos com fornecedores. *Revista de Administração de Empresas*, 44(4), 68-79.

Viana, J. C., & Alencar, L. H. (2012). Metodologias para seleção de fornecedores: uma revisão da literatura. *Production*, 22(4), 625-636.

Babb, E. M., Leslie, M. A., & Van Slyke, M. D. (1966). The potential of business-gaming methods in research. *The Journal of Business*, 39(4), 465-472.

Perucia, A., Balestrin, A., & Verschoore, J. (2011). Coordenação das atividades produtivas na indústria brasileira de jogos eletrônicos: hierarquia, mercado ou aliança?. *Production*, 21(1), 0-0.

Brasil, H. G. (1993). A empresa e a estratégia da terceirização. *Revista de Administração de Empresas*, 33(2), 6-11.

Rezende, W. (1997). Terceirização: a integração acabou?. *Revista de Administração de Empresas*, 37(4), 6-15.

Che, Z. H., & Wang, H. S. (2008). Supplier selection and supply quantity allocation of common and non-common parts with multiple criteria under multiple products. *Computers & Industrial Engineering*, 55(1), 110-133.

Christopher, M. (2000). The agile supply chain: competing in volatile markets. *Industrial marketing management*, 29(1), 37-44.

Vanalle, R. M., & Salles, J. A. A. (2011). Relação entre montadoras e fornecedores: modelos teóricos e estudos de caso na indústria automobilística brasileira. *Gestão & Produção*, 18(2), 237-250.

Kahraman, C., Cebeci, U., & Ulukan, Z. (2003). Multi-criteria supplier selection using fuzzy AHP. *Logistics information management*.

Beamon, B. M. (1999). Measuring supply chain performance. *International journal of operations & production management*.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas SA.

GONTIJO, F. E. K., de Paula Dias, A. M., da Silva Dias, J., & Araújo, T. S. (2010). Estratégia de fornecimento na indústria de duas rodas: um estudo de caso de comakership. VI Congresso Nacional de Excelência em Gestão.

Martins, P. G., & Alt, P. R. C. (2009). *Administração de materiais e recursos patrimoniais*. São Paulo: Saraiva.

Marins, M., & Pasqual, C. (2012). Comakership: um escopo inovador no conceito de alianças estratégicas logísticas. *Revista Teoria E Evidência Econômica*, 18(39).

Schafrenski, L. E. (2002). *Jogos de gestão da produção: desenvolvimento e validação*.

Martinelli, D. P. (1988). A utilização dos jogos de empresas no ensino de administração. *Revista de Administração*, 23(3), 24-37.

Pretto, F., Filardi, F., & de Pretto, C. (2010). Jogos de empresas: uma estratégia de motivação no processo de ensino e aprendizagem na teoria das organizações. *Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios*, 3(1), 191-218.

Apêndice

Processo de Seleção de Fornecedores - RTC Lagos II

O questionário a seguir visa compreender a metodologia de seleção de fornecedores por parte dos atacados dentro do jogo de empresas realizado na disciplina de Laboratório de Gestão Simulada da Universidade Federal Fluminense.

Qual o nome do seu atacado?

Sua resposta _____

Classifique de 0 a 10 os fatores que serão apresentados de acordo com a sua relevância no processo utilizado por sua empresa para a seleção de fornecedores (sendo 0 = sem relevância e 10 = muito relevante)

Processo de Seleção de Fornecedores - RTC Lagos II

Critérios relativos aos fornecedores

Capacidade produtiva

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Diversidade de produtos

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Processo de Seleção de Fornecedores - RTC Lagos II

Critérios relativos aos produtos

Qualidade dos produtos

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Processo de Seleção de Fornecedores - RTC Lagos II

Critérios relativos aos serviços

Prazo de entrega

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Processo de Seleção de Fornecedores - RTC Lagos II

Critérios relativos aos custos

Preço dos produtos

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Prazo de pagamento

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Processo de Seleção de Fornecedores - RTC Lagos II

Critérios relativos à relação

Confiabilidade

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Parceria

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante

Facilidade na Comunicação

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sem relevância Muito relevante