



A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE COMPRAS NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Ana Maria de Resende¹
Robson do Rosário Santos²
Kelly Aparecida Torres³

RESUMO

As micros e pequenas empresas do ramo supermercadista necessitam de uma boa gestão de compras, pois, se realizada com efetividade, envolve todos os departamentos da empresa, tendo como responsabilidades principais a localização de suprimentos, negociação de preços e verificar se os pedidos cheguem conforme as notas fiscais. O estudo tem como objetivos analisar o planejamento no setor de compras supermercadista no município de São João del-Rei, identificar o processo de compras, a gestão de estoque e estudar as prioridades de seleção dos fornecedores potenciais, envolvendo preços, prazos de entregas e condições de pagamento. Essa é uma pesquisa quantitativa sobre o conhecimento da área supermercadista, tendo como auxílio a busca de dados o método de “estudo de caso”, visando alcançar os objetivos através de aplicações de questionários. Onde esses questionários foram aplicados a oito gestores do ramo supermercadista, tendo como intuito obter dados mais precisos e verificar a importância da gestão de compras afim de uma melhor efetividade organizacional. Diante das análises, conclui-se que a função comprar é o “cérebro” da empresa supermercadista, pois os compradores são responsáveis por negociar com fornecedores, garantir as compras corretas de produtos, equilibrar o estoque e a estabilização financeira da empresa, ou seja, a gestão de compras é a inter-relação de diversos setores dentro da organização.

Palavras-chaves: Gestão de compras; micro empresas; gestores.

¹ Graduando em Administração pelo Centro Universitário Presidente Tancredo Neves(UNIPTAN)

² Graduando em Administração pelo Centro Universitário Presidente Tancredo Neves(UNIPTAN)

³ Mestre em Administração e Professora no UNIPTAN

INTRODUÇÃO

O ramo supermercadista vem crescendo juntamente com a concorrência acirrada, tendo em vista que uma empresa necessita de uma boa gestão de compras, pois o setor tem responsabilidade principal de localizar fontes adequadas de suprimentos, de negociar preços e verificar se os pedidos cheguem pontualmente e de forma correta conforme as notas fiscais.

Desde a década de 60, o setor de compras é considerado como parte operacional da empresa, com o passar do tempo tornou-se uma estratégia necessária, e se realizada com efetividade, envolve todos os departamentos da empresa. Obter o material exato, nas quantidades certas, com qualidade correta e no preço adequado são as principais funções de compra que se faz importante para a organização.

Com isso, busca-se compreender como o processo de compras pode gerar vantagens competitivas para a empresa.

O setor de compras possibilita à capacidade da empresa ganhar destaque e confiança dos clientes. No momento da decisão de seleção dos produtos e fornecedores é necessário focar em qualidade, preço e tendências direcionadas a revenda.

Este artigo se justifica, pois, a área de gestão de compras é um setor que desempenha um papel fundamental na realização dos objetivos da empresa, pois este engloba uma série de departamento que integram afim da obtenção de resultados.

Essa pesquisa tem como objetivo analisar o planejamento no setor de compras supermercadista no município de São João del-Rei e como objetivos específicos têm-se, a identificação do processo de compras, da gestão de estoque e estudar as prioridades de seleção dos fornecedores potenciais, envolvendo preços, prazos de entregas e condições de pagamento.

O setor de compras quando bem estruturado interage com o financeiro, produção, contabilidade, logística, administração geral entre outros, assim gerando resultados, mantendo-se competitivo no mercado e atuando de forma efetiva.

Essa é uma pesquisa qualitativa, tendo como método auxiliar “estudo de caso” e os gestores responderam a um questionário sobre o dia a dia na gestão de compras de um supermercado.

Os capítulos que fazem parte do referencial teórico são: a gestão de compras, apresentando a função e atividades de compras, a identificação e seleção de fornecedores; a identificação da gestão de estoque, demonstrando funções e objetivos de estoque, armazenagem e o princípio da curva ABC; e a importância da informatização do estoque, codificação de itens, cadastramento de materiais, e algumas técnicas desse cadastramento.

1- GESTÃO DE COMPRAS

Desde a década de 60 a gestão de compras, vem sendo tratada com ênfase estratégica, afim de suprir as demandas do mercado.

Segundo Dias (1993), a função compras é importante, pois identifica o momento correto de efetuar a compra, em quantidades exatas, com recebimento efetivo e armazenagem. Comprar é, portanto, uma operação muito importante entre as que compõem o processo de suprimento.

Já para Viana (2002), a atividade de compras tem por finalidade suprir as necessidades da empresa mediante a aquisição de materiais ou serviços, com finalidade de identificar as melhores condições comerciais e técnicas.

Dentre as atividades de compras têm-se a previsão das necessidades de suprimentos, que de acordo com Dias (1993), é definida como um parâmetro importante para o bom funcionamento de seção de compras. Insistir na informação dessas quantidades, das qualidades e prazo que são necessários para o mercado operar. São estas informações que fornecem os meios eficientes para o comprador executar o seu trabalho, devendo compras e produção dispor de tempo necessário para negociar, fabricar e entregar os produtos solicitados.

Com os preços de vendas acirrados pelo mercado, a empresa poderá buscar resultados através da produtividade, da gestão de materiais e de compras mais econômicas (DIAS, 2005).

Outro ponto importante para análise de compras é quando se refere a seleção de fornecedores.

Para Arnold (1999, p 210),

é necessário identificar e selecionar fornecedores, para itens rotineiros ou para aqueles que nunca foram comprados antes, deve-se manter uma lista de fornecedores aprovados. Se o item não foi comprado antes ou se não houve um fornecedor aceitável em arquivo, deve-se fazer uma pesquisa. Se o pedido é de pequeno valor ou para itens padronizados, um fornecedor provavelmente poderá ser encontrado num catálogo, num jornal especializado ou numa lista telefônica.

Já para Dias (2005), a análise de fornecedores é definida como um fornecedor ativo, com potencial, analisando as instalações do fornecedor, avaliando seu desempenho e análise das condições financeiras.

Conforme Viana (2002) a análise de fornecedores é responsável pela qualificação, avaliação e desempenho de fornecedores, portanto necessita acompanhar o mercado, e é de extrema importância efetuar a manutenção dos dados cadastrais.

Após a escolha do fornecedor, é feito a emissão de ordem de compras que segundo Arnold (1999), caracteriza-se como uma oferta legal após aceitação de fornecedor, que apresenta termos e condições no contrato de compras. Vários departamentos receberão uma cópia do pedido, entre eles, o departamento de compras, contabilidade, requisição, recepção, além do próprio fornecedor.

No decorrer do processo da gestão de compras, tem-se a etapa do acompanhamento e recebimento dos itens. Para Dias (2005), acompanhar, documentar e fiscalizar as encomendas, dentro do prazo de entregas, é responsabilidade do acompanhador de compras, também denominado -follow-up-.

De acordo com Viana (2002),

a realidade do mercado fornecedor brasileiro obriga o setor de compras a se prevenir de eventuais desvios por meio da implantação do diligenciamento, atividade que objetiva garantir o cumprimento das cláusulas contratuais, com especial atenção para o prazo de entrega acordado, acompanhado, documentado e fiscalizado as encomendas pendente em observância aos interesses da empresa.

Portanto, ao final de cada etapa para realização da compra, tem-se por consequente a aprovação da fatura do fornecedor para pagamentos.

Conforme Arnold (1999), há três informações que se deve verificar: o pedido de compra, o relatório de recebimento e a fatura. Todos os itens e quantidades devem ser compatíveis em todos os documentos, contendo também junto ao pedido original o acompanhamento da fatura. É função do departamento de compras verificar seus

aspectos e resolver quaisquer diferenças. Quando todos os parâmetros são aprovados, a fatura é enviada ao departamento de contas a pagar.

Segundo Dias (1993), o objetivo de uma boa compra é conseguir as melhores condições de pagamento, assim os funcionários do setor devem dispor de habilidades na tentativa de conseguir maiores e melhores prazos.

2- GESTÃO DE ESTOQUE

2.1- Funções e objetivo de estoque

O capítulo que se apresenta fará considerações sobre a função e objetivo de estoque, demonstrando que as organizações devem preocupar-se com o controle de estoque, visto que desempenham e afetam de maneira bem definida os resultados da empresa, no entanto, é de extrema importância conhecer e estruturar bem suas funções e objetivos.

Segundo Pozo (2004), a função de estoque é maximizar o uso dos recursos envolvidos na área de logística da empresa, e com grande efeito dentro dos estoques, o administrador deverá gerenciar as quantidades estocadas para atender as demandas de mercado, bem como suas variações, servindo o estoque como um pulmão.

Já para Dias (1993), o estoque é algo caro e aumenta continuamente, porém é impossível uma empresa trabalhar sem ele, porque funciona como um amortecedor entre os estágios de produção até a venda final do produto. Quanto maior o estoque e quando se faz de extrema importância, as responsabilidades de cada departamento também aumentam. Já para gerência financeira, o melhor é a minimização desses estoques. O objetivo, portanto, é a otimização dos investimentos dos estoques, efetivando da melhor maneira possível, afim de minimizar as necessidades de capital investido.

De acordo com Viana (2002), os estoques possuem valor econômico, que serve como investimento destinado a incrementar o mercado e atender os clientes. Porém, a formação do estoque consome capital de giro, e pode ser que seja necessário para manter outros seguimentos da empresa, por isso deve ser planejado adequadamente, objetivando manter o equilíbrio entre estoque e consumo.

2.2- Armazenagem

Como já apresentado, a função de planejar estoque é primordial nas empresas, pois desprende gastos que podem ser minimizados, assim como o armazenamento que absorve custo de 10% a 40% das despesas de uma firma (POZO, 2004, p 83).

Segundo Pozo (2004) a armazenagem ainda se faz necessária, pois é difícil especificar a demanda com exatidão de forma que não acarrete problemas na empresa, prejudicando o cliente. Pode-se, porém, minimizar esse espaço para que o estoque seja o menor possível, reduzindo custos com movimentação, equipamentos e pessoas.

Já para Viana (2002) o objetivo principal do armazenamento é utilizado da melhor maneira possível dentro das 3 dimensões devendo dispor de movimentações rápidas e fácil dos materiais desde o recebimento no recinto até a expedição, atentando-se para alguns cuidados como determinação do local (coberto ou não), *layout*, políticas de preservação, ordem, limpeza, segurança contra furtos e incêndio, que obterá como resultado máxima utilização do espaço, acesso a todos os itens, proteção dos itens estocados, satisfação da necessidade dos clientes.

2.3- Princípio da Curva ABC:

O princípio da curva ABC foi elaborado, inicialmente por Vilfredo Pareto, na Itália, com um estudo voltado para a população, analisando a concentração de renda total em uma determinada região, o que posteriormente foi difundido para outras atividades e passou a ser uma ferramenta muito útil para os administradores (POZO, 2004).

Pozo (2004), define que é um método que pode ser utilizado para qualquer atividade. Na metodologia apresenta-se que o item A, sendo pequeno com apenas 8% dos itens do estoque, corresponde a de maior valor no estoque ou seja 75%; o item B representa 25% no estoque e 20% no valor do estoque; o item C 67% dos itens e com 5% do valor, ou seja os itens mais importante são de pequenos itens e maior valor, sendo controlados com atenção.

Para Dias (1993) a curva ABC é importante pois permite identificar a atenção e tratamento adequado quanto a administração dos itens. A curva ABC é criada através da ordenação dos itens de relativa importância.

Segundo Ching (2006):

“tanto os capitais empatados nos estoques operacionais podem ser diminuídos, se entendermos que nem todos os itens estocados merecem a mesma atenção pela administração ou precisam manter a mesma disponibilidade para satisfazer aos clientes”.

2.4- Inventário físico

As empresas necessariamente possuem uma administração de materiais com políticas e procedimentos claramente definidos, tendo como função buscar a precisão nos registros de estoque, onde cada movimentação do estoque deve ser registrada pelos documentos adequados (DIAS, 1993).

O inventário físico é para garantir que os registros de estoque representem o valor do estoque, e esses inventários podem ser periódico ou diários.

Segundo Arnold (1999), inventário físico periódico representa uma oportunidade de corrigir quaisquer imprecisões nos registros. Porém apresenta vários problemas, o trabalho é feito com pressa e muitas das vezes de forma inadequada.

Para Dias (1993), o inventário periódico é efetuado ao final do exercício, são operações prolongadas, que inclui quantidades elevadas, impossibilitando as reconciliações, análises das causas divergências e ajuste na profundidade.

De acordo com Arnold (1999), o inventário físico diário é um sistema de contagem contínua, de modo que cada item seja contado segundo uma programação predeterminada. Podendo ter uma detecção e correção de problemas a tempo e redução ou eliminação da perda de produção.

Já para Dias (1993), o inventário diário possibilita uma melhor condição de análise das causas, visando o melhor controle, pois concentra menor quantidade de itens, abrangendo assim a contagem programada de todas as categorias de estoque.

3- INFORMATIZAÇÃO DO ESTOQUE

De acordo com O'Brien (2004 *apud* Gonçalves e Moura 2012 p.6) "os sistemas de informações são conjuntos organizados de pessoas, hardware, software, rede de comunicação e recursos de dados que coleta, transforma e dissemina informações em uma organização".

Dentro das diversas funções dos gestores, o controle de estoque é uma função de extrema importância para o sucesso dos negócios. Este controle é fundamental para garantir que na medida do possível se obtenha mercadorias para os consumidores, impedindo faltas, desvios, atendendo a demanda de forma eficiente e eficaz do SI (sistema de informação), sendo de fundamental importância para apoiar as decisões.

"Um sistema de controle de estoque é um conjunto de regras e procedimentos que permitem responder as perguntas de grande importância, e tomar decisões sobre os estoques" (MOREIRA, 2004 *apud* CHAGAS, SOUZA E SIMÃO, 2007, p 3).

Já para Chagas, Souza e Simão (2007) o controle de estoque é responsável por manter a organização do material e agilizar o acesso, pois o armazenamento de forma inadequada dos materiais pode ocasionar desperdícios e perdas de vendas, desta forma quando informatizamos os processos obtemos melhores resultados.

As principais questões que a gestão do estoque procura responder referem-se a: qual o volume adequado de estoque, qual o giro apropriado, quanto comprar e com que frequência, de quais fornecedores e condições (PARENTE, 2000 *apud* MOREIRA, TAKEO, 2006).

Sendo assim, Bertaglia (2006 *apud* Chagas, Souza e Simão, 2007), cita que:

o sistema de informação tem a função de diminuir os gastos com estoque e evitar faltas de produtos, o que dificilmente será obtido com a gestão manual pela complexidade das atividades. Portanto, atualmente, para alcançar esses objetivos existem diversos sistemas informatizados, como por exemplo, código de barras, troca eletrônicas de dados e impressão de etiquetas.

Com o passar dos tempos, o estoque manual vem caindo em larga escala, adotando frequentemente o estoque automatizado, que trouxe consigo pelo menos 5 grandes vantagens: fácil adaptação aos computadores, agilização de faturamento e

cobranças, redução do capital investido em estoque, melhoria no nível de serviço e elaboração de relatórios mais aperfeiçoados (BALLOU, 1993).

3.1- Cadastro de Material

O cadastro de material registra todos os produtos com características necessárias, como: dimensão, unidades de medida e de venda, classificação fiscal entre outras informações de um item, buscando levar para o cliente uma busca mais eficiente à sua necessidade.

É de suma importância o cadastro de matérias, pois nele estão contidas as principais informações dos produtos, sendo base para o bom funcionamento do estoque informatizado (COSTA, 2002 p 40).

Para a criação de um eficiente cadastro de materiais é necessário haver alguns critérios, como por exemplo, criação de grupos, subgrupos e descrições, de forma que possibilitam o fácil acesso a todos, além da elaboração de relatórios precisos (COSTA, 2002).

3.2- Codificação de itens

A codificação de itens consiste na atribuição de um código representativo, visando simbolizar a identidade do produto, facilitando as operações na empresa.

O objetivo da codificação é estabelecer formas de representação das diversas características dos produtos, tornando-os passíveis de controle e operacionalização (COSTA, *apud* SILVA, 2010, p 2).

Segundo Dias (2010 *apud* Silva, 2010, pág2)

existem diversos sistemas de codificação: no Sistema Alfabético, os materiais são codificados de acordo com as letras do alfabeto; no Alfanumérico, a possibilidade de combinar letras e números, possibilita uma maior flexibilidade nos dados; já o sistema numérico, possui enorme amplitude, tendo inclusive variações importantes, dentre as quais se destaca o Sistema Americano Federal (SUPPLY CLASSIFICATION).

De acordo com Groover & Zimmers (1984 *apud* Godinho e Fernandes 2003), a codificação relacionada à tecnologia de grupo, são estruturas como: estrutura

hierárquica, onde interpreta cada código devido ao valor do código anterior; estrutura em cadeia, na qual a interpretação de cada símbolo na sequência é fixa e não depende do valor dos dígitos precedentes; e a Estrutura híbrida, que é uma combinação das duas estruturas mostradas anteriormente.

4 – METODOLOGIA

A escolha deste projeto se deve a necessidade de uma boa gestão dentro de uma organização. O estudo trata de uma pesquisa qualitativa sobre a área supermercadista.

Segundo Malhotra (2001 *apud* Vieira e Tibola, 2005), a definição da pesquisa qualitativa é uma técnica de pesquisa não estrutural, exploratória. Se dá através de uma melhor compreensão dos significados, dos valores e das opiniões de atores especialistas que já possui várias situações e vivências pessoais.

Para Godoy (1995 *apud* Lima, 2000), a pesquisa qualitativa possui o ambiente natural como fonte direta e o pesquisador busca captar as perspectivas dos entrevistados, mas não apenas dados essenciais, mas também bases interpretadas.

Como instrumento de coleta de dados e para o auxílio, a realização da pesquisa qualitativa utilizou o método de “estudo de caso”.

Conforme Gil (2002, p.54) o estudo de caso “proporciona evidências inseridas em diferentes contextos, concorrendo para a elaboração de uma pesquisa de melhor qualidade.”

Yin (2001 *apud* Braga Junior, Costa e Merlo, 2006), também destaca o estudo de caso o método mais adequado para resolver problemas com indagações “como” e “por que”, é verificado um dos métodos de estudo mais utilizados para a pesquisa no campo da logística.

Para alcançar os resultados esperados, os pesquisadores envolvidos nesse estudo, optaram pela aplicação de um questionário à alguns gestores do setor supermercadista.

O questionário é um instrumento de coleta de dados, que se realiza por uma série de perguntas, onde devem ser respondidas por escrito (MARCONI e LACATOS, 2006).

Já para Gil (2002, p.116), o questionário pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”.

No primeiro semestre de 2018 foi aplicado os questionários a oito gerentes nas empresas supermercadista, tendo o intuito, que depois de tabular, os resultados serão analisados.

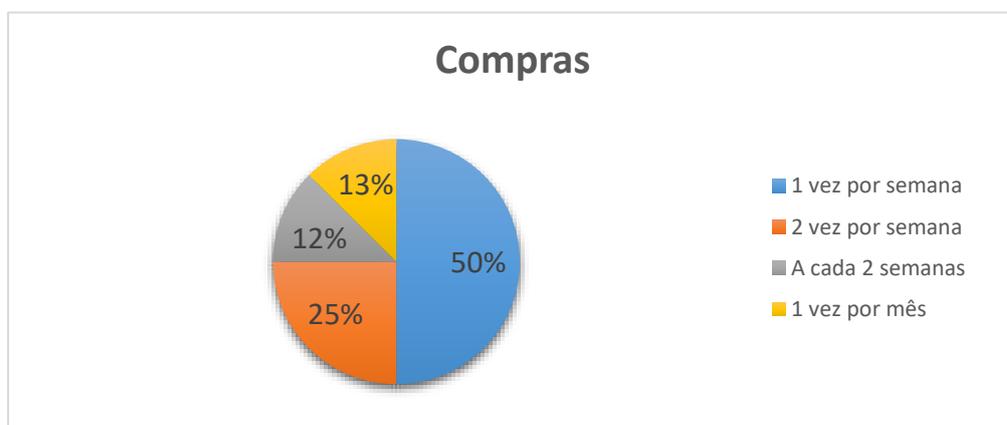
5- ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A análise e discussão dos resultados obtidos referem-se aos questionários aplicados a oito gestores de empresas supermercadistas distintas, a qual foi feita a pesquisa. Tendo como objetivo verificar a importância da gestão de compras, afim de uma melhor efetividade organizacional.

Para uma melhor avaliação dos dados obtidos, foi realizada uma análise, demonstrando em valores percentuais, através de gráficos e descrição dos resultados.

Na figura 1, é apresentado o resultado sobre a questão que verifica a frequência das compras nas empresas supermercadistas.

Figura 1 - Frequência das compras



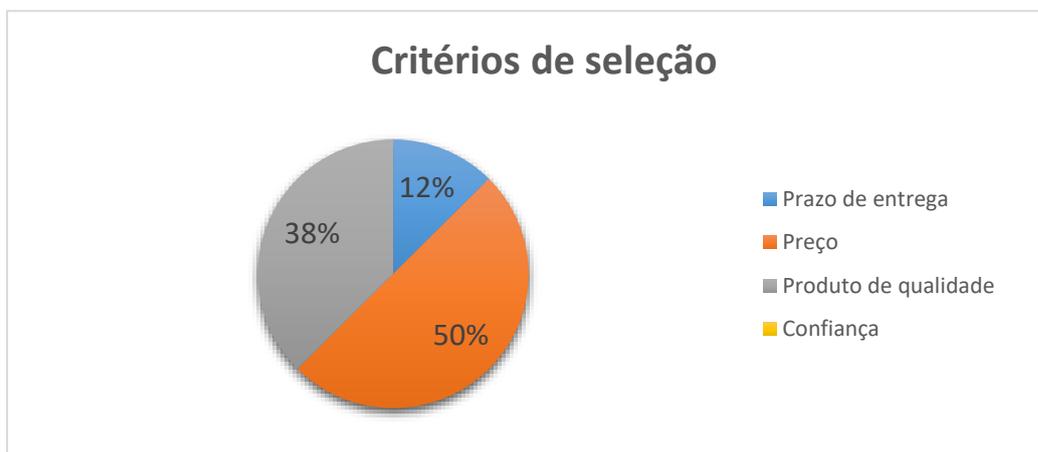
Fonte: Dados da pesquisa

Conforme Viana (2002), evitar o acúmulo de estoque se faz necessário para que reduza os números de itens, evitar perdas e gastos elevados, e investimento indevidos.

Observa-se que os estoques são pequenos, as compras são de produtos de giro rápido, evitando, portanto, a obsolescência e os demais riscos de se manter estoques onerosos, assim o capital fica à disposição de outros investimentos, permitindo um crescimento e desenvolvimento dos demais setores.

Já na Figura 2, têm-se o resultado que demonstra o critério de seleção dos fornecedores para realização das compras, onde observa-se que é um ponto primordial para suprir as necessidades e satisfação dos clientes.

Figura 2 - Critérios de seleção dos fornecedores



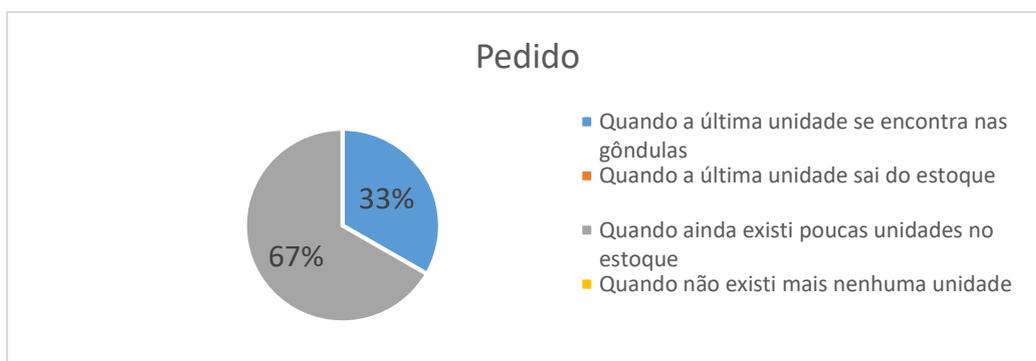
Fonte: Dado da pesquisa

De acordo com Dias (2005), os fornecedores devem ser fontes seguras, que disponha de um conjunto adequado, possibilitando o melhor preço, prazo, com materiais disponíveis em quantidade ideal e condições de pagamento, além de frequência ininterrupta, garantindo a confiabilidade.

Portanto, a afirmação do autor é verdadeira, reflete como destaque diante dos concorrentes, pois uma seleção de fornecedores demasiada nos itens acima, garante uma vantagem competitiva. Assim quando se obtém os produtos na quantidade correta, com preço ideal, de qualidade, traz como consequência a confiabilidade de ambas as partes, fidelizando os clientes e gerando as vendas, e subsequentes as novas compras, que necessitam da seleção de fornecedores.

A Figura 3, demonstra o resultado de qual é o momento do pedido dos produtos mais utilizados pelos gestores.

Figura 3 - Momento do pedido dos produtos



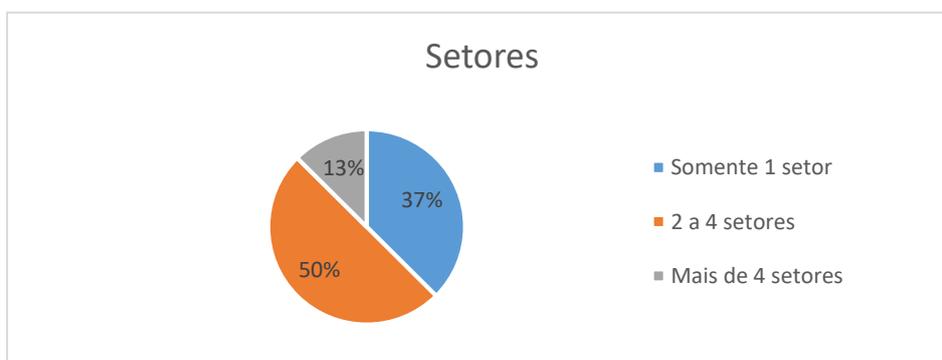
Fonte: Dados da pesquisa

Um pedido deve ser emitido quando ainda há estoque disponível suficiente para satisfazer à demanda no momento em que o pedido é emitido até que o novo estoque chegue (período chamado de *lead time*) (ARNOLD, 1999, p 319).

Verificou-se que a maior parte das micro e pequenas empresas optam por fazer um pedido quando existe poucas unidades no estoque, para não possuírem acúmulo abusivos. Tendo isto em vista, os gestores fazem suas análises da demanda que o produto possui para buscar minimizar a falta do mesmo na organização. Pois, se o estoque não é repostado de acordo, necessariamente há um esvaziamento e perda potencial no atendimento e satisfação do cliente.

A Figura 4 a seguir, apresenta o resultado sobre a quantidade de setores que solicitam as compras na organização.

Figura 4 - Número de setores que solicitam a compra



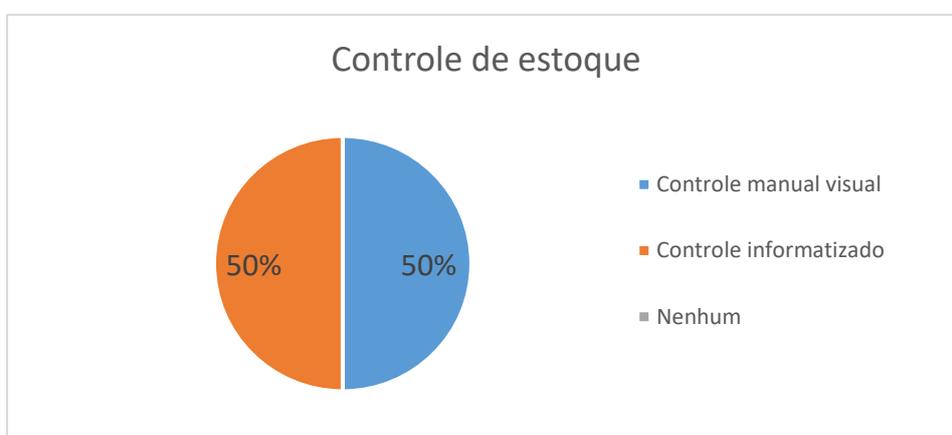
Fonte: Dados da pesquisa

Para Dias (2005, p 248), “a solicitação de compras é um documento que dá a autorização para o comprador executar uma compra”.

Pode-se observar que os setores responsáveis pela realização das compras, são na maioria das vezes representado por mais de um setor, que proporciona a disseminação das responsabilidades, evitando a falta de produtos e sempre em observação constante, buscando maior efetividade para que a empresa consiga se distinguir no mercado de uma forma diferenciada.

A Figura 5 mostra o resultado da principal forma que as empresas utilizam para controla o estoque.

Figura 5- Principal forma de controlar o estoque



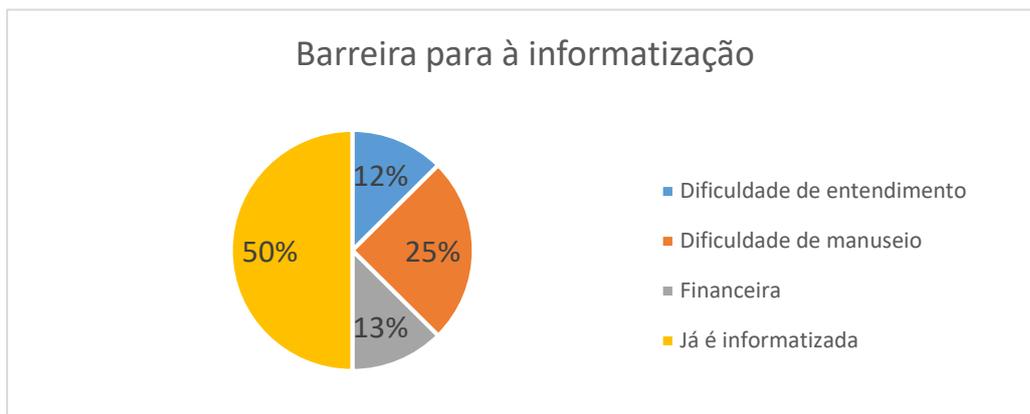
Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com Pozo (2004), as contagens físicas dos estoques são necessárias para comparar com os registros contábeis, afim de evitar discrepâncias do que realmente existe nos estoques com o que existe escrito nos livros contábeis.

É perceptível que na grande maioria das micros e pequenas empresas, as quais foram aplicados os questionários, ainda sim a principal forma de controle de seus pedidos é feita manualmente, sem a utilização de software que poderia facilitar o controle dos produtos, economizando tempo e evitando principalmente as possíveis falhas de contagem. Assim, como diz o autor citado acima, poderá haver uma discrepância do que realmente existe com o que deveria ter, encontrados nos livros contábeis.

Já a Figura 6 a seguir, demonstra o resultado que verifica quais as principais barreiras que as empresas enfrentam para á informatização.

Figura 6- Barreiras na empresa para à informatização



Fonte: Dados da pesquisa

Para Viana (2002), a informatização é uma forma rápida que dispõem informações, que deixa de lado os entraves burocráticos para processamentos de qualquer expediente.

Observa-se que no questionário aplicado, a parte referente a implantação da informatização, que na maioria das micro e pequenas empresas não se torna um ponto necessário, pelo fato de acarretarem em um desembolso, o que contraditoriamente poderia agilizar nos processos de compras, controles, averiguações e até mesmo base de dados para compras futuras, além da redução de tempo despendido em um inventário físico diário.

Na Figura 7, têm-se o resultado que analisa se todos os itens comprados são rastreados pelo comprador desde a compra até o recebimento.

Figura 7- Rastreados dos itens comprados desde a compra até a entrega



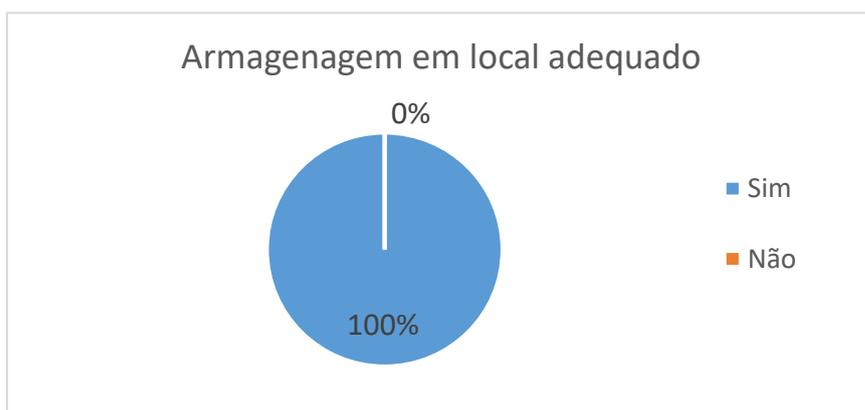
Fonte: Dados da pesquisa

Segundo Viana (2002, p 411), “o acompanhamento e controle de compras da empresa visa à agilização da atividade e à correspondente atualização de informações em tempo real”.

Desta forma permite o gestor obter um acompanhamento preciso sobre suas compras, eliminando quaisquer imprevistos relativos a prazo de entrega, localização e valores a pagar. Assim, sendo tanto o gestor quanto o ambiente, ficam informados sobre o recebimento de suas mercadorias, facilitando o preparo para as alocações, evitando excesso de manuseio, o que economiza tempo e danificações de matérias frágeis.

A Figura 8, apresenta o resultado que refere ao armazenamento dos produtos, se é local adequado para a movimentação e preservação do mesmo.

Figura 8- Local adequado para à armazenagem dos produtos



Fonte: Dados da pesquisa

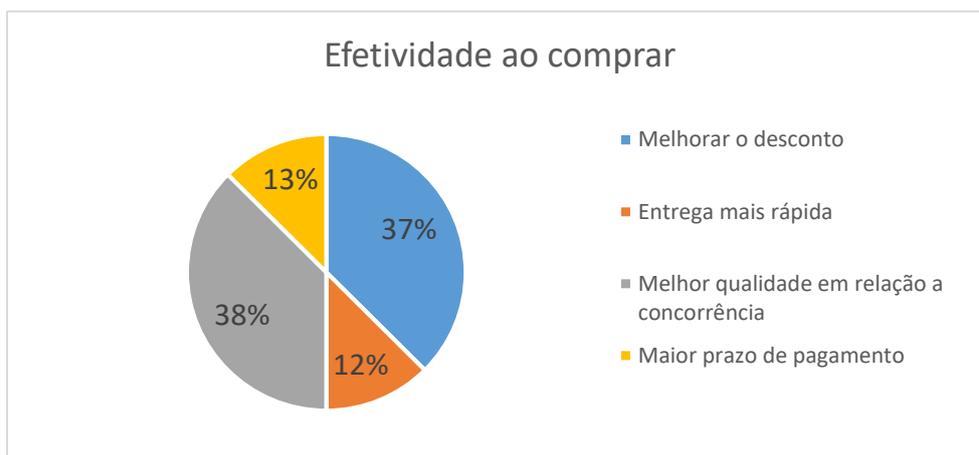
Pozo (2004), define que a armazenagem é um departamento que gera os maiores custos, pois envolve elevadas porcentagens nos custos totais, absorvendo em média de 10 a 40% das despesas, e mesmo assim se justifica sua existência, entre elas temos que serve de fonte para redução dos custos de transportes e também auxilia o marketing e o atendimento ao cliente.

Muitas empresas utilizam do estoque para assegurar as eventuais intempéries que possam ocorrer, porém esta atitude gera alguns cuidados, pois estoques que não há bons cuidados, pode ocasionar perdas dos produtos perecíveis e fazer com que estes cuidados associados, seja ainda maior. A empresa precisa manter um controle dos itens de modo que possam ser encontrados facilmente, sendo dividido em alguns

sistemas para reduzir o esforço total necessário para receber, armazenar e retirar os produtos.

Já a Figura 9, demonstra o resultado sobre a questão sobre o que é efetividade ao comprar nas empresas supermercadistas.

Figura 9- Efetividade para empresa ao comprar



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com Dias (2005), a efetividade da compra está em: suprir corretamente as necessidades de materiais, dentro de alguns parâmetros como quantidade, momento correto, preço e conferência do recebimento, dentro da solicitação e providência do armazenamento.

No entanto, para haver efetividade nas compras, o gestor deverá analisar se este conjunto de critérios é suficiente para atender a demanda, tornando um mercado competitivo, afim de gerar lucros satisfatórios, sem deixar de lado a minimização dos custos.

Portanto, comprar bem é preciso manter-se bem relacionado com o mercado fornecedor, atendendo as demandas, antevendo na medida dos possíveis eventuais problemas sem prejudicar a gestão de estoques ou o capital investido nos mesmos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No mercado altamente competitivo, as empresas precisam se destacar de forma positiva, dispondo de produtos que supri as necessidades e satisfação dos clientes. Para essa pesquisa, relembra-se aos leitores que o objetivo desde estudo foi analisar

o planejamento do setor de compras supermercadista no município de São João del-Rei.

Diante das análises, pode-se verificar que a função comprar é o “cérebro” da empresa supermercadista, pois são os compradores os responsáveis por negociarem com os fornecedores, de garantir as compras corretas de produtos, equilibrar o estoque, e a estabilização financeira do supermercado.

A gestão de compras é uma inter-relação de diversos setores, afim de conseguir agilidade na aquisição de produtos, qualidade, preço e quantidades ideais para aumentar a lucratividade, conseqüentemente a produtividade e o desenvolvimento do mercado, satisfazendo os clientes e mantendo parcerias com os fornecedores, resultando em ganhos para todos os envolvidos.

A função compras vem evoluindo constantemente, o que deixou de ser um simples ato de compras, tornou-se um ponto de estratégia perante aos concorrentes. No entanto, é perceptível que não basta somente comprar, é necessário que se compre bem, com clareza do produto, sabendo que é algo que vá satisfazer seus clientes.

Observa-se que a gestão de estoque se torna essencial para as empresas, pois desempenham e afetam de maneira bem definida os resultados. O administrador deve gerenciar muito bem as quantidades estocadas para que possa atender as demandas de mercado, bem como suas variações, objetivando manter o equilíbrio entre estoque e consumo, pois o estoque é algo caro e pode se tornar desvantajoso se atingir um volume desnecessário.

O controle de estoque é uma função de extrema importância para as organizações, onde este controle é fundamental para garantir que na medida do possível obtenha mercadorias para os consumidores, impedindo faltas, desvios e atendendo a demanda de forma eficiente e eficaz.

Em suma, a tendência é que os critérios para comprar seja intensificados, porque os resultados das escolhas tendem a ser o aumento da efetividade organizacional, afetando assim todos os envolvidos no processo.

REFERÊNCIAS

ARNOLD, J.R.Tony, Administração de Materiais Uma Introdução. São Paulo; Atlas 1999. 207- 213 págs.

BALOOU. Logística Empresarial: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física. São Paulo; Atlas 1993.

BRAGA JUNIOR, Sergio Silva; COSTA, Priscila Rezende; MERLO, Edgard Monforte. Desenvolvimento Sustentável no Varejo: Um Estudo da Logística Reversa de um Supermercado de Médio Porte. Gramado, 2006. <https://pt.scribd.com/document/291066736/logistica-reversa>. Acesso em: 14/10/2017

CHAGAS, Carla Pereira; SOUZA, Simone; SIMÃO, Flávio Pavesi. A Relevância do Sistema Informatizado para Controle de Estoques na Gestão Empresarial: Um Estudo de Caso,2007 https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos09/220_220_Relevancia_do_Sistema_Informatizado_para_Controle_de_Estoques.pdf. Acesso em: 25/01/2018

CHING, Hong Yuh; Gestão de Estoques na Cadeia de Logística Integrada- Supply Chain. São Paulo: Atlas, 2006. 220 págs.

COSTA, Fábio J. C. Leal. Introdução á Administração de Materiais em Sistema informatizados. São Paulo: 2002.

DIAS, Marco Aurélio P; Administração de Materiais uma abordagem logística. São Paulo:Atlas, 1993. 259-281 págs.

DIAS, Marco Aurélio P; Administração de Materiais Princípios, Conceitos e Gestão. São Paulo; Atlas, 2005. 336 págs.

GIL, Antônio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa: 4ª ed- São Paulo: Atlas 2002. 43-119 pág.

GONÇALVES, Ranielly Ketlin; MOURA, Alex Anderson de Oliveira Moura: Implantação de um Sistema informatizado de controle gerencial em um comércio de pequeno porte, 2012. <file:///c:/users/robson/pictures/ranielly%20-%20implantacao%20de%20um%20sistema%20informatizado%20de%20controle%20gerencial%20em%20um%20comercio%20de%20pequeno%20porte.pdf>. Acesso em: 10/02/2018

GODINHO, Moacir Filho e FERNANDES, Flavio César Faria: Um sistema para classificar e codificar os trabalhos que relacionam o controle da produção e o controle da qualidade, 2003. <http://www.scielo.br/pdf/%0D/gp/v10n1/a07v10n1.pdf>. Acesso em: 12/05/2018

LIMA, Juvêncio Braga. Pesquisa e qualitativa e qualitativa na produção científica em administração de empresas. São Paulo, 1999. 15 págs.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do Trabalho científico. 6ª ed- São Paulo: Atlas, 2006. 105-108 pág.

POZO, Hamilton. Administração de Recursos Materiais e Patrimônias. São Paulo; Atlas, 2004. 204 págs.

SILVA, Lucas Honorio; A importância da classificação, codificação e descrição de materiais no cotidiano das organizações, 2010. <file:///desktop/a%20import%c3%82ncia%20da%20classifica%c3%87%c3%83o,%20codifica%c3%87%c3%83o%20e%20descri%c3%87%c3%83o%20de%20materiais%20no%20cotidiano%20das%20organiza%c3%87%c3%95es.html#ixzz5fkvqqvy7>. Acesso em: 15/05/2018

VIANA, João José; Administração de Materiais Um Enfoque Prático. São Paulo; Atlas, 2002. 172-180 págs.

VIEIRA, Valter Afonso; TIBOLA, Fernando. Pesquisa qualitativa em marketing e suas variações: trilhas para pesquisa futuras. Curitiba, 2005.

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552005000200002.

Acesso em: 16/09/2017