

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE COMPRAS E ESTOQUES E A DIMINUIÇÃO DO DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS DE UMA EMPRESA VAREJISTA: ESTUDO DE CASO¹

Marlon Donizete Jayme de Oliveira²
Stefânia Aparecida Belute Queiroz³

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo realizar uma análise sobre a importância da gestão de compras e estoque e desperdício de alimentos e uma empresa do setor varejista, situado em São Sebastião do Paraíso, MG. Com base no tema mencionado foi pesquisado quais os pontos importantes da gestão de estoques e compras a fim de compreender quais os impactos na diminuição do desperdício de alimentos. Para tanto, os objetivos específicos foram entender os conceitos de gestão de compras, gestão de estoques e desperdício de alimentos; analisar como é realizado o controle de compras e estoque da empresa e os principais impactos relacionados ao desperdício de alimentos. A metodologia do estudo, é de cunho qualitativo, foi realizado por meio de um estudo de caso, no qual a coleta de dados primários ocorreu por meio de uma entrevista com roteiro semiestruturado com o gestor do setor de compras. A partir da entrevista foi realizado então uma análise de conteúdo com os dados obtidos. Com o resultado da pesquisa, percebeu-se que a gestão de compras e estoque tem importância e influencia no desperdício de alimentos. Adaptando compras corretas e gerenciamentos de estoque resulta na otimização das vendas e redução de desperdício.

Palavras-chave: Gestão de compras e estoques. Varejo. Desperdício de alimentos.

1 INTRODUÇÃO

A gestão de compras é uma atividade fundamental para o bom gerenciamento das empresas e que influencia diretamente nos seus estoques e no relacionamento com os clientes, estando também relacionada à competitividade, às vendas da empresa e a diminuição de perdas. Diante disso, a gestão de compras e estoque ganha grande relevância no mercado atual, sendo um diferencial dos seus concorrentes com impacto significativo no faturamento, margem e lucratividade.

Segundo Teixeira (2011), a gestão no seu conceito mais simples, entende-se que para que haja gestão precisa-se de pessoas que se relacionam em um ambiente, sendo orientados por um objetivo igual que é a empresa.

É notável que gerir com eficiência e eficácia as compras e estoque é um desafio bastante enfrentado pelas organizações no setor varejista. É de extrema importância que os gestores tenham acesso as necessidades de seus clientes e que consigam manter em perfeita harmonia o fornecimento e demanda exigida. No ramo alimentício, em decorrência do ciclo de vida curto dos produtos, a gestão de compras e estoques deve ser planejada e inteligente, evitando rupturas ou excesso, visando margem, lucro e faturamento. Tendo em vista o custo de armazenamento dos produtos, uma gestão inadequada aumenta gastos de manutenção, acarretam grandes perdas

¹ Artigo submetido em 17/10/2022, e apresentado à Libertas – Faculdades Integradas, como parte dos requisitos para obtenção do Título de Bacharel em Administração, em 03/11/2022.

² Graduando em Administração pela Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: marlonoliveira703@gmail.com.

³ Professor-orientador. Mestre em Engenharia da Produção. Docente na Libertas – Faculdades Integradas – E-mail: stefaniaqueiroz@libertas.edu.br.

(como por exemplo, o desperdício de alimentos), dinheiro parado e pouco retorno do dinheiro investido das mercadorias sem movimentações.

De acordo com Simões (2004), hoje saber comprar de forma a ajudar a organização é fundamental não somente para a competitividade, como para a própria permanência da empresa no mercado.

Para Santos e Murillo (2013) gestão de estoques requer muito conhecimento pois abrange diversas áreas da empresa, com uma gestão adequada evita possíveis gastos.

No Brasil, as perdas de frutas e legumes abarcam aproximadamente 30% e ocorrem nas etapas de processamento, manuseio, armazenamento e distribuição. As organizações enfrentam desafios ao abraçar o desenvolvimento sustentável e as práticas operacionais chave devem ser efetivas para diminuir o desperdício de alimentos (TRENTO, 2021).

O objetivo geral da pesquisa é: compreender como a gestão de compras e estoques impactam no varejo e no desperdício de alimentos. E os objetivos específicos são: Entender os conceitos de gestão de compras, estoques e desperdício de alimentos; analisar como é realizado o controle de compras e estoque da empresa verista de São Sebastião do Paraíso da empresa em questão; e verificar como são tratadas as perdas de alimentos ocorridas durante o processo.

A relevância desse estudo se pautou na importância da gestão de compras e estoque nas no mercado alimentício atual. Nesse sentido, a proposta é fazer um levantamento da gestão utilizada da empresa estudada com finalidade de identificar pontos que sobre as perdas de alimentos.

Segundo Nicoletti et.al (2016), a gestão de compras é a ciência responsável por obter os materiais certos, nas quantidades e prazos corretos com eficiência e com preços vantajosos. “Planejar é entender como consideração conjunta da situação presente e da visão do futuro, influencia as decisões tomadas no presente para que se atinjam determinados objetivos no futuro” (PUERTAS; LANZOTTI, 2017 apud CORREA et al. 2001, p. 37)

De acordo com Pozo (2010), o setor de compras, é peça importante nos resultados de uma empresa em virtude de atender a organização com os recursos materiais para seu desempenho e atender às necessidades exigidas do mercado. Para Figueiredo e Bernardo (2021), as funções dos estoques são basicamente garantir o abastecimento de materiais com atrasos no fornecimento, ou em épocas de sazonalidade.

A metodologia deste estudo tem um cunho qualitativo, a coleta de dados foi entrevista com roteiro semiestruturado com o gestor de compra da empresa pesquisada. Em seguida foi realizada a análise de conteúdo das informações obtidas.

Este artigo é composto por um resumo que retrata de maneira breve o estudo realizado seguido da introdução, na seção 1, na seção 2, foi elaborado o referencial teórico, que tratou dos conceitos de gestão compras, gestão de estoque e desperdício de alimentos. Na seção 3, apresentam-se os procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa. Na seção 4 estão descritos os resultados encontrados e por fim, na seção 5 as considerações finais, seguidas pelas referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Varejo

De acordo com Varotto (2018, p. 430) o varejo tem uma participação de cerca de 20% na composição do Produto Interno Bruto (PIB), e empregando formalmente mais de 10,2 milhões

de pessoas (IBGE, 2016), o setor varejista é um dos mais importantes para a economia do Brasil (CARAMAROTTO, 2009, p.15)

Com o final da Segunda Guerra, o varejo de alimentos no Brasil era composto basicamente por armazéns, empórios e mercearias. Havia também os açougues e vendedores ambulantes de verduras, batatas e peixes, dentre outras mercadorias que eram vendidas porta a porta. (VAROTTO, 2018, p. 433)

O varejo possui algumas funções clássicas de operações comerciais: procura e seleção de produtos, aquisição, distribuição, comercialização e entrega. (SANTOS; COSTA, 1997, p.58)

Segundo Varotto (2006, p. 90) o varejo tem se mostrado capaz de adquirir com velocidade as mudanças tecnológicas que têm levado o setor a recriar-se continuamente.

O varejo de alimentos no mundo encontra-se segmentado em vários tipos de lojas. Alguns desses formatos, no entanto, não são encontrados no Brasil atualmente, onde os principais que consiste são os de supermercados e hipermercados. Para SAAB e GIMENEZ (2000, p. 103)

As atividades dos estabelecimentos comerciais com venda predominante de produtos alimentícios variados e que também oferecem uma gama variada de outras mercadorias, tais como: utensílios domésticos, produtos de limpeza e higiene pessoal, roupas, ferragens, etc. com área de venda entre 300 a 5000 metros quadrados. Além das mercadorias, podem possuir também padaria, lanchonete, restaurante, açougue etc (IBGE, 2010)

Segundo a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), a atividade comercial varejista empreendida pelos supermercados e hipermercados está assim codificada: Supermercados: CNAE 5212-4; e Hipermercados: CNAE 5111-6 (AMARAL; et al, 2012, p 02)

2.2 Gestão de Compras

Para Martins e Campos (2009), Simões e Michael (2004), a gestão de compras é uma atividade muito importante no gerenciamento de uma empresa. Suas decisões impactam diretamente em uma política de estoques eficiente e quando gerenciada de maneira correta auxilia na redução de custos e na otimização dos lucros. Está relacionada também com a competitividade e o sucesso da organização.

De acordo com Baily et. al. (2000), a atividade de compras é um processo que a empresa utiliza para escolher os itens de compra, definir os fornecedores fornecedores dos produtos, realizar negociações, emitir contratos entre compradores e vendedores, fazer o pedido de compra e por fim, receber a mercadoria e efetuar o pagamento dos bens e serviços obtidos.

A missão de compras consiste em obter do exterior da empresa os materiais, produtos e os serviços necessários a seu funcionamento, nas quantidades e prazos estabelecidos em seu planejamento estratégico, respeitando os níveis de qualidade predefinidos e, ao menor preço que seja possível do mercado CHAVES (2002, p. 62)

O objetivo de toda empresa é diminuir seus gastos, por isso o departamento de compras passou a ser visto como estratégico. (BRAGANCA, 2020). Segundo Marques e Oda (2012), os principais objetivos de compras são: garantir o abastecimento de materiais nas quantidades e qualidades necessárias, manter o processo de produção com o menor custo possível, adquirir mercadorias com menores preços e prazos garantidos e criar parcerias com condições justas e benéficas.

Compras ocupam uma posição estratégica e importante na organização. As peças, os componentes e os suprimentos comprados representam entre 40 a 60% do valor das vendas de seus produtos finais. Por esse motivo, Slack (2002) enfatiza a necessidade de comprar “bem”, ou mesmo, comprar na quantidade correta e principalmente ao preço correto Ballou (2001).

Quanto às responsabilidades do setor de compras nas empresas varejistas. Segundo os autores, os responsáveis da área precisam manter sempre o equilíbrio dos níveis de estoque, fazendo a gestão dos excessos abusivos à ruptura de produtos. Além disso, devem conduzir negociações com fornecedores e garantir o produto correto, no tempo certo e na quantidade exigida, observando o cumprimento, por parte do fornecedor, da qualidade e custo acordado (PARENTE, 2000; e CHAVES 2002).

De acordo com Ballou (2001), as atividades relacionadas a compras envolvem uma série de fatores como seleção de fornecedores, qualificação dos serviços, determinação de prazos de vendas, previsão de preços, serviços e mudanças na demanda, entre outros.

O planejamento é o diferencial para a área de compras, e deve ser realizado para diferentes áreas de negócios, ou seja, para toda a empresa, áreas, lojas, categorias, subcategorias e até produtos no individual CHAVES (2002).

No varejo, para cada R\$ 1,00 de receita recebida, considerando 20% de margem sobre as vendas, a empresa paga em média R\$ 0,80 para seu fornecedor referente ao custo do produto. Para a empresa manter equilibrado o fluxo de caixa, o volume de compras deve ser planejado DOMINGUES (2001)

Considera-se que para manter o caixa equilibrado, o volume de compras para um período deverá ser rigorosamente seguido, considerando inclusive a elaboração orçamentário do negócio Parente (2000). Sá (2015, p. 15) diz que “comprar bem é o princípio básico de todo o negócio, pois reduz os custos e aumenta o lucro”.

2.3 Gestão de Estoque

Na visão geral o significado de estoque é quaisquer quantidades de bens físicos que sejam armazenados, de forma improdutiva, por algum intervalo de tempo; consiste estoques tanto os produtos acabados que esperaram venda ou transferência, como matérias primas em indústrias. Moreira (2002),

Estoque são os materiais que não estão sendo utilizados no momento, mas estão armazenados para serem usados futuramente. CHIAVENATO (2005). A gestão de estoque em um supermercado proporciona o controle dos produtos, sendo administrado seu giro, eliminando insatisfação do cliente por falta ou problema com o uso do produto, fazendo com que os supermercados não dispensem atendimento aos seus clientes (KAWASE; et al 2012).

Segundo Paoleschi (2014, p. 41), “uma empresa deve cuidar da gestão de estoques como o principal fundamento de todo o seu planejamento tanto estratégico como operacional.”

A gestão de estoques é a junção de uma série de ações que agregam ao gestor verificar se os estoques estão sendo utilizados, bem localizados com relação aos departamentos que deles se empregam, bem manejados e bem controlados Alt e Martins (2006).

Um grande desafio é manter estoques que consigam atender a demanda requerida à empresa sem comprometer recursos desnecessariamente, visto que isso pode significar um diferencial de atendimento comparado aos concorrentes (ARAÚJO et. al., 2018).

“Se o fornecimento de qualquer item ocorresse exatamente quando fosse demandado, o item não necessitaria ser estocado” (SLACK, 2009, p. 358).

O varejo e a logística vêm trabalhando desde o princípio para determinar os níveis adequados de estoque em centros de distribuição e lojas. Esse problema resulta em investimentos exagerados e desnecessários em estoque ou em rupturas. Por isso manter o equilíbrio é de grande importância e merece atenção de toda cadeia. necessitaria ser estocado (SLACK, 2009, p. 358).

A redução de estoque é considerada hoje de vital importância para a sobrevivência das organizações e pode ser considerada uma atitude constante e incansável pelos gerentes, na

tentativa de se obter o estoque ideal, no qual a empresa deve trabalhar. (MADALENA; RISSI; ALMEIDA, 2005, p.36).

O gestor de estoque deve estar sempre ligado quanto aos excessos de estoques e os problemas que isso pode trazer como atrasos de entrega dos fornecedores, previsão de demanda errada e o desregulamento do lead time, intervalo de tempo entre a compra e a entrega da mercadoria na loja. LEMES E LIMA (2018).

A gestão de estoques é preocupação tanto para o operacional quanto da parte financeira das organizações, no ponto de vista operacional, estoque baixo de produtos resulta em indisponibilidade de atendimento ao cliente. Já para o financeiro, estoque alto é sinônimo de dinheiro parado e aumento de custos com estocagem e perdas CORRÊA E CORRÊA (2009).

Previsões de demanda são estimativas futuras de um produto ou serviço, e, por isso, se possuir baixa precisão, resultaram em custos às organizações Gaither e Frazier (2004) e Milnitz et al. (2011)

Os estoques ainda está sendo um grande investimento de capital e uma boa gestão dele significa mantê-los o mais baixo possível, com seus custos equilibrados, ao mesmo tempo, mantendo um nível correto para atender à demanda exigida. Ballou (2006). Muitas organizações podem chegar à falência por travar elevados valores de capital em estoques, faltando-lhes recursos financeiros para capital de giro Pozo (2010).

Estoque é um processo logístico com alta necessidade de investimento. Seu custo é entre 40% a 50% dos gastos na logística de uma empresa (PAURA, 2012).

Conforme Montanheiro e Fernandes (2008), uma administração que apresenta melhorias importantes dentro de uma organização, é resultado de uma eficiente gestão de estoques.

2.4 Benefícios da Gestão de Compras e Estoque

“Para vender bem, é preciso comprar bem” (DOMINGUES, 2001, p.28). Vender não constitui uma ação isolada ou separada das demais atividades da organização. O setor de compras também está ligado com a negociação de preços com os fornecedores, pois o poder de compra influenciará na negociação e determinará o preço final dos produtos e assim aumenta a competitividade da empresa sobre seus concorrentes (TEIXEIRA, 2011).

Uma boa negociação de compras minimiza os custos obtidos no pedido proporcionando assim possibilidades de promoções ao longo do tempo com o produto. “Os varejistas precisam comunicar-se com seus clientes para estimular necessidades... por meio de anúncios, promoções de vendas, propaganda, sinais de exposição na loja e pelos vendedores” (LEVY; WEITZ, 2000, p.521).

As promoções de vendas monetárias são atividades que objetivam resultados expressivos de curto prazo nas vendas. Ferracciu (2002). A determinação dos preços de venda cada vez mais é questão importante para sobrevivência e crescimento das empresas, independentemente de características como tamanho ou área de atua Wernke (2005).

No entanto, a definição do preço de venda baseado somente no custo gera conflitos e pode levar a perda de competitividade, já que não considera a demanda e os níveis dos concorrentes (BRUNI e FAMÁ, 2002).

Com base no que Chopra e Meindl (2011) relatam, nota se que a empresa faz uma boa gestão da promoção, repassando essas ofertas para o cliente final no momento certo e com os produtos certos, tendo em vista alavancar as vendas da loja como um todo e acarretando o giro de estoque de vários produtos, em promoção ou não.

O setor de compras efetua ações de Trade Marketing com seus fornecedores. A empresa divulga os produtos e marcas dos fornecedores nas lojas, já os fornecedores realizam ações para alavancar as vendas desses produtos no supermercado. Isso representa uma ação de cooperação

que gera uma relação de “ganha-ganha” para todas as partes, concordando com Gundlach, Achrol e Mentzer (1995).

Observa-se que o nível de ruptura de estoque é o indicador mais importante e analisado pelos compradores, pois afeta diretamente as vendas da empresa, como também explica Aguiar e Sampaio (2014).

A gestão de estoques está diretamente relacionada com as vendas da empresa, sendo que qualquer determinação sobre quantidade de mercadoria a ser conservada decorre de da previsão de vendas determinada em certo período Las Casas (2006).

Segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), 42% das perdas de vendas nas empresas do setor são causadas pela falta de produtos nas gôndolas. Pelo fato de conter ruptura existe uma probabilidade de até 43% dos clientes escolherem por outra loja quando percebem a falta de produtos Corsten e Gruen (2004).

A falta de estoque, ou seja, o nível do estoque reflete o desempenho da empresa por conta da falta de produtos e a probabilidade da perda de clientes, com isso, perda de vendas, como mencionado por Corsten e Gruen (2004).

Por outro lado, altos níveis de estoque ajudam aumentar a receita de vendas pois os clientes têm mais flexibilidade na tomada de decisão de compras e a empresa reduz o risco de falta de estoque (DELOOF, 2003).

Um nível mais alto nos estoques assegura a empresa contra adversidades relacionadas a variações nos preços de insumos e diminui a perda de vendas por conta do potencial falta de produto no estoque (Panda; Nanda, 2018).

Vale ressaltar que estoque muito excessivos trazem perda a loja, diminuindo resultado quando apurado todos os parâmetros. Afirma (Kim;Kim, 2016), estoque excessivo abaixa a chance de resposta da empresa referente a um mercado em mudança e que prejudica as vendas.

Benefícios	Embasamento teórico
Preço final do produto	- (TEIXEIRA, 2011)
Promoções no produto	- (LEVY; WEITZ, 2000, p.521) -FERRACCIU (2002) -CHOPRA E MEINDL (2011)
Alavancagem de produtos	- GUNDLACH, ACHROL E MENTZER (1995)
Nível de ruptura	- AGUIAR E SAMPAIO (2014) - CORSTEN E GRUEN (2004)
Eliminação de perdas	- LAS CASAS (2006)
Nível de estoque	-(DELOOF, 2003). -(PANDA; NANDA, 2018) -(KIM ;KIM 2016)

Quadro 1 – Benefícios nas vendas através da gestão de compras e estoque
Fonte: Elaboração própria (2021).

2.5 Diminuição do desperdício de alimentos

A Organização das Nações Unidas para alimentação e agricultura (FAO) (2014) refere-se ao tema desperdício de alimentos como a remoção da cadeia de suprimento de alimentos aptos para o consumo final, que se estragaram ou expiraram a qualidade, principalmente em função de comportamentos de manipulação até a mesa, gestão inadequada de estoque ou negligência.

De acordo com a 17.^a Avaliação de Perdas no Varejo Brasileiro de Supermercados (Associação Brasileira de Supermercados, 2017), apontou-se que só os supermercados brasileiros perderam, em faturamento, R\$ 7,11 bilhões em alimentos descartados, em 2016.

No gerenciamento da Universidade de alimentação e nutrição (UAN) o desperdício de alimentos é um fator de grande importância, pois se trata de uma questão não somente ética, mas também econômica e com reflexos políticos e sociais para o profissional nutricionista, tendo em vista que o Brasil é um país onde a fome e a miséria são consideradas como problemas de saúde pública (NONINO BORGES et al, 2006).

Para reduzir perdas dos alimentos nas etapas iniciais da cadeia produtiva, necessita de investimentos em logística e infraestrutura, e a diminuição do desperdício pode ser realizadas apenas com mudanças comportamentais e gerenciais, no caso do varejo (ZARO, 2018).

As principais causas das perdas de alimentos no Brasil, ganham destaque as embalagens impróprias, veículos supercarregados, e o acúmulo de produtos nas gôndolas de exposição no varejo (SOUZA et al. 2021).

Já as causas para o desperdício de alimentos no varejo se dão por solicitação de estoque e previsão demanda altas (BARILLA, 2012 apud NASCIMENTO, 2018).

E no final da cadeia alimentar, uma das causas para o desperdício de alimentos é referente ao comportamento dos consumidores e dos vendedores (STENMARCK et al. 2011)

Alguns supermercados oferecem grandes carrinhos de compra, e adotam estratégias de preço e merchandising para o consumidor escolher embalagens maiores ou optar pelas promoções do tipo “leve três, pague dois” gerando a sobra na mesa do consumidor final, conforme o comportamento do consumidor (ZARO, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento deste trabalho será realizado uma pesquisa de cunho qualitativo, que se realizou por meio de um estudo de caso de um supermercado em São Sebastião do Paraíso, no qual a coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas com roteiro semiestruturado com o colaborador da empresa. A entrevista foi realizada com o gestor de compras e estoque da rede que atua no setor comercial pela empresa em questão. Após as entrevistas realizada os dados foram analisados por meio da técnica análise de conteúdo e a partir das informações obtidas foram descritos os resultados.

“Os métodos qualitativos têm um papel importante no campo dos estudos organizacionais” (DOWNEY; IRELAND, 1979, p.635). Os métodos qualitativos se caracterizam como aqueles que buscam compreender um fenômeno em seu ambiente natural, onde esses acontecem e do qual faz parte. Para tanto o investigador é o elemento principal por juntar as informações, tendo mais pelo processo do que pelo produto (Bogdan & Biklen, 1994).

Segundo Yin (2015), o estudo de caso representa uma investigação empírica e ajuda a compreender um método abrangente, com a lógica de planejamento, da coleta e da análise de dados. Pode acrescentar tantos estudos de caso único quanto de múltiplos, assim como abordagens quantitativas e qualitativas de pesquisa. No entendimento de Stake RE (2000), o

estudo de caso caracteriza-se pelo interesse em casos individuais e não pelos métodos de investigação que pode abranger.

Foi realizado estudo de caso em empresa do setor varejista, situada no interior de Minas Gerais que se deu início a sua história em 1956, no ramo do varejo, atualmente possui filiais em MG e SP com mais de 2 mil colaboradores.

No presente artigo será utilizado como técnica de pesquisa a entrevista com os gestor de compras e estoque da empresa pesquisada. Um dos modelos mais usados é o da entrevista semiestruturada, direcionada pelo roteiro de questões, no qual permite uma organização flexível e ampliação dos questionamentos à medida que as informações vão sendo entregues pelo entrevistado (FUJISAWA, 2000). Esse modelo requer, no entanto, planejamento com antecedência e formulação do componente ético, desde a escolha do participante, do local, do entrevistador, do modo ou mesmo do momento para sua realização (BICUDO, 2006). Os entrevistados assinaram um protocolo ético, no intuito de estarem informados sobre o estudo e sobre os seus direitos enquanto sujeito de pesquisa.

Para a análise de dados utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, que segundo Olabuenaga e Ispizúa (1989), a análise de conteúdo é uma tática para ler e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos, que avaliando adequadamente nos abrem as portas ao conhecimento de aspectos e movimentos da vida social de outro modo que não era acessível. “Trata-se, ainda, de uma análise qualitativa, uma vez que entram em jogo anotações para descrever e compreender uma situação, mais do que números para enumerar as frequências de comportamentos” (ANGERS, 1992: 131).

4 RESULTADOS

De acordo com o Ranking da Abras, 2020. A empresa estudada está entre os 50 maiores varejista do Brasil, com faturamento bruto de R\$1.015.793.619,00, possui 18 lojas, com 290 check-outs, com 47.000 m² para área de vendas, possui 1.931 funcionários, com faturamento por funcionários de 526.045,00 (SUPERHIPER, 2020). E desde 2017 o Grupo vem fazendo investimentos para acelerar a transformação digital na empresa, melhorando continuamente a operação de e-commerce (ABRAS, 2020).

A pesquisa sobre a importância da gestão de compras e estoque e diminuição do desperdício de alimentos contou com a participação de um gestor da área por meio da entrevista com roteiro semiestruturado. Atualmente com 28 anos, cursando Administração, ocupa o cargo de comprador.

De acordo com o respondente o controle de compras do supermercado é realizado para equilibrar as necessidades pontuais de cada categoria, avaliar oportunidades de mercado e principalmente, gerenciar o estoque com responsabilidade sem gerar rupturas ou excessos e maximizando lucros. Conforme afirmado por Para Martins e Campos (2009), Simões e Michael (2004) quando gerenciada de maneira correta auxilia na redução de custos e na otimização dos lucros.

Devido ao impacto considerável nas empresas do grupo do qual a empresa faz parte, a gestão de compras se preocupa com os principais pontos que beneficia a empresa, buscar o melhor negócio possível dentro das estratégias e objetivos estabelecidos, tendo como consequência melhores preços, estoque bom e fluxo de caixa alinhado com a necessidade de compras. Para Chaves (2002, p. 62) respeitando os níveis de qualidade predefinidos e, ao menor preço que seja possível do mercado.

O gestor da área afirma que a procura e seleção dos itens na maioria das vezes é indicada pelo fornecedor, após análise da diretoria e o setor de cadastro, é realizada a aquisição. A

distribuição pode ser tanto pelo centro de distribuição quanto pela loja, após esse passo, é realizada a transferência, se necessária.

Ao abordar sobre o estoque é relatado que uma boa gestão de estoque pode permitir um bom controle de caixa melhorando possíveis novos negócios, impactando no seu planejamento estratégico evitando custo com estocagem e possíveis perdas. Segundo Paoleschi (2014, p. 41), “uma empresa deve cuidar da gestão de estoques como o principal fundamento de todo o seu planejamento tanto estratégico como operacional.”

Foi apontado que excesso de mercadoria e self life (*vida própria*) dos produtos são os problemas mais comum quando se trata da gestão de estoque. Lemes e Lima (2018) afirmam que um gestor de estoque deve estar sempre ligado quanto aos excessos de estoques e os problemas que isso pode trazer.

Aliado a um sistema de entradas e saídas que menciona demanda diária de cada produto é possível ter mais exatidão evitando rupturas ou excesso. Com controle dos produtos e administrando seu giro elimina insatisfação do cliente por falta ou problemas com o uso do produto. (KAWASE; et al 2012) relata que a gestão de estoque em um supermercado proporciona controle dos produtos fazendo que não dispensem atendimento aos seus clientes.

Para o entrevistado a gestão de compras e estoque tem um grande impacto no desperdício de alimentos, uma compra calculada errada ou um estoque sem manuseio acarreta em perda.

A empresa contém medidas para evitar desperdícios como previsão de demanda no ato da compra que minimiza as chances de estoque em excesso não resultando em produto vencido e descartado conforme relata (BARILLA, 2012 apud NASCIMENTO, 2018) as causas para o desperdício de alimentos no varejo se dão por solicitação de estoque e previsão de demanda altas.

O manuseio e controle do estoque físico da loja também é mencionado, como se trata de produtos alimentícios um bom armazenamento e conservação adequados refletem no desperdício de alimentos, a diminuição do desperdício pode ser realizada apenas com mudanças comportamentais e gerenciais, no caso do varejo (ZARO, 2018).

São realizados contratos entre fornecedor e empresa disponibilizando verba que usadas em ações promocionais na loja diminui o estoque alto e produtos com data próxima do vencimento.

Por meio do estudo realizado de acordo com o respondente percebeu-se que o cenário do varejo no Brasil segue instável pelo reflexo de grandes acontecimentos mundiais, tendo uma grande parcela de importância no Brasil. Para Varotto (2018, p. 430) o varejo tem uma participação de cerca de 20% na composição do Produto Interno Bruto (PIB), e empregando formalmente mais de 10,2 milhões de pessoas (IBGE, 2016), o setor varejista é um dos mais importantes para a economia do Brasil.

Omnichannel (*vários canais*), integrados todas as redes é um dos principais métodos trabalhados no grupo com intuito de se manter no ramo do varejo atual além de buscar novas tecnologias que auxilia no desempenho como um todo. Segundo Varotto (2006, p. 90) o varejo tem se mostrado capaz de adquirir com velocidade as mudanças tecnológicas que têm levado o setor a recriar-se continuamente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atendendo o objetivo geral do presente estudo de identificar a importância da gestão de compras e estoque e a diminuição do desperdício de alimentos em uma empresa atuante no setor, verificou-se com o gestor da área que a gestão de compras e estoque é importante nas vendas e no desperdício de alimentos trazendo também inúmeros outros benefícios como preço final,

rupturas, promoções e alavancagem no produto, sendo um diferencial para a empresa e impacta em vários outros setores da empresa.

Considerando que este trabalho procurou identificar a percepção do gestor no que tange gestão de compras e estoques, sugere-se então, que pesquisas futuras sejam aprofundadas algum impacto específico que a gestão de compras, estoque e desperdício de alimentos gera na rede, para qualificar de maneira eficaz a pesquisa. Esta pode ser feita por outros pesquisadores, contribuindo para o crescimento em análise da rede estudada. Com isso será possível mensurar a real importância a gestão de compras e estoque na prática.

REFERÊNCIAS

AIRES, C. S. F; ALMEIDA, G. J; SILVEIRA, O. S. Inteligência artificial na gestão de estoque. 2019. Disponível em< <https://fateclog.com.br/anais/2019/INTELIG%C3%8ANCIA%20ARTIFICIAL%20NA%20GEST%C3%83O%20DE%20ESTOQUE.pdf>>. Acesso em: 16 set.2021.

AMARAL, C. A et al. Supermercado do bairro: uma história de sucesso e o respeito ao meio ambiente. 2012. Disponível em< <https://www.metodista.br/congressos-cientificos/index.php/CM2012/FAGESLOG/paper/view/3116>>. Acesso em: 18 jan.2022.

BELEI, R. A. et al. O uso de entrevista, observação e videogravação em pesquisa qualitativa. 2008. Disponível em< <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/caduc/article/view/1770>>. Acesso em: 10 out.2021.

BRAGANÇA, J. A. Administração do processo de compras Estudo de caso em um Supermercado do Varejo. 2020. Disponível em< https://dspace.uniceplac.edu.br/bitstream/123456789/461/1/J%C3%A9ssica%20Albuquerque%20Bragan%C3%A7a_0005826.pdf>. Acesso em: 15 set.2021.

CANEVER, F. P. et al. Formação de preços: um estudo em empresas industriais de Santa Catarina. 2012. Disponível em< <http://atena.org.br/revista/ojs-2.2.308/index.php/UERJ/article/viewFile/1326/1218>>. Acesso em: 05 out.2021.

CARDOSO, G. et al. Gestão de estoque e desempenho de empresas brasileiras listadas na B3. REPeC, Brasília, v. 14, n. 1, art. 7, p. 118-133, jan./mar. 2020.

CHAVES, F. A. R. Estudo das variáveis utilizadas na decisão de compras no comércio varejista de alimentos de auto- serviço- supermercados. 2002. Disponível em< https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-16112004-132847/publico/dissertacao_Ana_Flavia_Chaves.pdf>. Acesso em: 14 set.2021.

CONRADO, C, C. et al. Elasticidade preço da demanda: uma análise dos impactos das variações de preços sobre a receita total. Tópicos de marketing. 2017. Belo Horizonte, Poisson, Vol.2.

CONSONI, B. A importância do feedback. 2010. Disponível em< <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0711260709.pdf>>. Acesso em: 12 out.2021.

COSTAS, I. S. C.; CAMPOS, D. N. Gestão de compras e estoques no varejo: a busca da eficiência e eficácia na gestão. 2014. Disponível em <<http://periodicos.redebatista.edu.br/index.php/ADMCC/article/viewFile/51/44> >. Acesso em: 15 set.2021.

FIGUEIREDO, K. M. F; BERNADO, L. I. F. B. Análise de gestão de compras e de estoques de um minimercado. Disponível em <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/32651/4/An%C3%A1liseGest%C3%A3oCompras.pdf>>. Acesso em: 08 set.2021.

KARPINSKI, A. et al. Ruptura de estoque. Revista de administração e ciências contábeis do ideal. Vol.4 - n.8 - Janeiro - Junho 2009.

KRIPKA, R. M. L.; SCHELLER, M.; BONOTTO, D. L. Pesquisa documental na pesquisa qualitativa: conceitos e caracterização. Revista de investigadores UNAD. Bogotá. V. 14, n.2, 2015.

MARTINS, G. D. Sobre confiabilidade e validade. Revista brasileira de gestão de negócios. vol. 8, núm. 20, janeiro-abril, 2006.

MONDO, T. S.; COSTA, J. I. P. A influência da promoção de vendas na captação de clientes: um estudo na hotelaria catarinense. Revista brasileira de marketing. São Paulo. Vol.12, n. 2. 2013.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. Revista Educação, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 732, 1999.

NICOLETTI, M; LISBOA, J. C. V; CARVALHO, R. S; MAIA, U. C. R. A eficiência da gestão de compras e estoque de uma concessionária automotiva. Disponível em <https://admportal.appspot.com.storage.googleapis.com/_assets/modules/academicos/academico_7075.pdf >. Acesso em: 08 set.2021.

NASCIMENTO, C. R. do. Desperdício de alimentos em supermercados: Causas, Estratégias e Consequências. Monografia apresentada ao Departamento de Administração. Universidade de Brasília Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas Departamento de Administração. Brasília, 2018. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/25381/1/2018_CarolineRodriguesDoNascimento_tcc.pdf>. Acesso em: 08 set. 2022.

OLIVEIRA, D. et al. Critérios de validade em pesquisas em estratégia: uma análise em artigos publicados no EnAnpad de 1997 a 2010. Revista de administração Mackenzie. Porto Alegre 3. ed. Bookman, 2005.

PUERTAS, A. B. M. A gestão de compras e seu impacto na produtividade. Revista Fafibe on-line. Bebedouro SP. Vol 10. 2017.

ROYER, L. C. Análise da gestão de compras e estoques da rede de supermercados hiperbom. 2018. Disponível em <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/194348/Trabalho%20de%20Curso%20-%20C%C3%A9sar%20Lucas%20Royer.pdf?sequence=1&isAllowed=y> >. Acesso em: 08 set.2021.

SAAB, W. G. L; GIMENEZ, L. C. P. Aspectos atuais do varejo de alimentos no mundo e no Brasil. 2000. Disponível em< https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/10195/3/BS%2011%20Aspectos%20Atuais%20do%20Varejo%20de%20Alimentos%20no%20Mundo%20e%20no%20Brasil_P_BD.pdf>. Acesso em: 15 jan.2022.

SANTOS, D. C. I. Gestão de estoque. 2013. Disponível em < <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/1011260247.pdf> >. Acesso em: 14 set.2021.

SILVA, J. M. A gestão de estoques como diferencial competitivo em supermercados de pequeno porte na cidade de pendências/RN. 2020. Disponível em< https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/5945/1/JadsonMS_ART.pdf >. Acesso em: 16 set.2021.

SIMÕES, E; MURILLO, M. Importância da gestão de compras para as organizações. Revista científica eletônica de ciências contábeis. Garça/SP, FAEF.2004.

SILVA, A. M et al. Avaliação do índice de resto ingesta após campanha de conscientização dos clientes contra o desperdício de alimentos em um serviço de alimentação hospitalar. 2010. Disponível em< https://www1.ibb.unesp.br/Home/Departamentos/Educacao/Simbio-Logias/Avaliacao_indice_de_resto_ingesta_apos_campanha_conscienti.pdf>. Acesso em: 22 jan.2022.

SILVA, V. C. M; GOMES, M. C; BRAGA, C; RUFINO, V. E. Controle de estoque: um estudo sobre a eficiência da gestão de estoque numa distribuidora atacadista em Divinópolis, MG. Research, Society and Development, vol. 7, núm. 5, 2018. Disponível em<<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5606/560659012005/560659012005.pdf>>. Acesso em: 15 set.2021.

TEIXEIRA, L. G. Gestão de compras. 2011. Disponível em< <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0811260604.pdf> >. Acesso em: 14 set.2021.

TORRES, G. A. Análise da gestão de estoques em um supermercado regional. 2017. Disponível em< <https://repositorio.unipampa.edu.br/jspui/bitstream/riu/1828/1/Gabriela%20Allende%20Torres.pdf>>. Acesso em: 16 set.2021.