

Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas

**AGREGANDO VALOR POR MEIO DA GESTÃO DE COMPRAS: UMA ANÁLISE
DAS MICROEMPRESAS DO SETOR DE VESTUÁRIO EM
JÚLIO DE CASTILHOS-RS**

**ADDING VALUE THROUGH SHOPPING MANAGEMENT: AN ANALYSIS OF
THE MICROENTERPRISE OF THE CLOTHING SECTOR IN
JÚLIO DE CASTILHOS-RS**

Juliara Oliveira Dos Santos, Aletéia De Moura Carpes, Gustavo Lau Druzian, Matheus De Oliveira Marconato e Juliane Rocha Da Silva

RESUMO

O estudo consiste em estudar a importância da gestão de compras e o seu impacto para as microempresas do setor de vestuário da cidade de Júlio de Castilhos. O presente trabalho identifica o problema de como a gestão de compras poderá agregar valor para as microempresas do setor de vestuário de Júlio de Castilhos. A pesquisa contará com o objetivo geral de investigar de que forma as microempresas do setor de vestuário de Júlio de Castilhos, assim para de atingir o objetivo geral e a sua complementação de acordo com as etapas consecutivas, os objetivos específicos são: a) Mapear o perfil do microempresário do setor de vestuário da cidade de Júlio de Castilhos; b) Descrever os diferentes mecanismos utilizados no processo de compras das microempresas; c) Identificar fragilidades no processo de compras das microempresas. A metodologia utilizada uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória, por meio de entrevistas semiestruturadas com gestores de microempresas do setor.

Palavras-chave: Gestão de compras, objetivo de compras, processo de compras, fornecedores, negociação entre clientes.

ABSTRACT

The study consists of studying the importance of purchasing management and its impact on microenterprises in the clothing sector of the city of Júlio de Castilhos. The present work identifies the problem of how the management of purchases can add value to the microenterprises of the clothing sector of Júlio de Castilhos. The research will have the general objective of investigating how the micro-enterprises of the clothing sector of Júlio de Castilhos, in order to achieve the general objective and its complementation according to the consecutive stages, the specific objectives are: a) Map the Profile of the microentrepreneur of the clothing sector of the city of Júlio de Castilhos; B) Describe the different mechanisms used in the microenterprise procurement process; C) Identify weaknesses in the purchasing process of microenterprises. The methodology used a qualitative research, of an exploratory nature, through semi-structured interviews with managers of microenterprises in the sector.

Keywords: Management of purchases, objective of purchases, process of purchases, suppliers, negotiation between clients.

INTRODUÇÃO

A eficiência de uma cadeia logística é fator primordial de sucesso para as microempresas no setor de vestuário atualmente. Diante disso, torna-se indispensável o envolvimento de toda cadeia logística para que os produtos satisfaçam o cliente final. Assim como já menciona Borine (2014), ao tratar-se de gestão da cadeia de abastecimento é necessário o esforço cumulativo de várias organizações envolvidas para que, praticamente, todos os produtos atinjam um usuário final. Conforme Dias (2000) ressalta que a necessidade de se comprar cada vez melhor é enfatizada por todos os empresários, juntamente com as necessidades de estocar em níveis adequados e de racionalizar o processo produtivo.

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas- SEBRAE (2016) as microempresas são sociedades empresárias, sociedades simples, as empresas individuais de responsabilidade limitada e o empresário, devidamente registrados nos órgãos competentes. Diante disso, as Micro Empresas-MEs enfrentam dificuldades perante a gestão de compras, como dúvidas referentes às quantidades certas para aquisição, saber minimizar os estoques, ter controle sobre a previsão de demanda.

Simchi-Levi et al. (2010, p. 66) “o estoque é mantido devido às mudanças inesperadas na demanda do cliente, torna-se difícil a previsão para a empresa, a incerteza na quantidade e qualidade do suprimento, nos custos com fornecedores e nos tempos de entrega”. Nesse sentido, o presente estudo se trata de uma proposta de pesquisa onde serão analisados os modelos de gestão de compras utilizados por diferentes MEs do setor de vestuário localizadas na cidade de Júlio de Castilhos-RS, no intuito de entender o funcionamento do processo de compras, identificar fragilidades que impactam de forma negativa no seu processo e assim sendo, demonstrar a importância desse setor para a obtenção de sucesso das MEs.

Foram selecionadas 5 empresas, cujos gestores serão entrevistados no mês de julho de 2017 a partir de um protocolo de entrevista baseado no modelo de Caczmareki (2008). Os resultados obtidos deverão refutar ou corroborar o seguinte pressuposto central do estudo: “*As microempresas do setor de vestuário de Júlio de Castilhos agregam valor na gestão de compras*”.

Abordar o problema em questão, acerca de como ocorre a gestão de compras nas MEs do setor de vestuário, possibilitará conhecer o perfil de cada lojista e observar as dificuldades inerentes à aquisição de mercadorias. Por meio do estudo, poderão ser realizadas inferências que poderão contribuir com a gestão de compras, não apenas da cidade de Júlio de Castilhos, mas em todos os empreendimentos de vestuário do mesmo porte analisado na pesquisa.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

O suporte teórico selecionado para o estudo envolve as seguintes temáticas: cadeia de suprimentos, gestão de compras, conceitos de microempresa, representatividade do setor de vestuário e seus conceitos principais que estão relacionados com o tema.

2.1 Importância da integração na cadeia de suprimentos.

Com base na importância da incorporação da cadeia de suprimentos o grande desafio das microempresas encontra-se em elaborar estratégias que visam auxiliar no processo logístico,

tornando assim custo, qualidade, agilidade e confiabilidade, principais valores para dentro da organização.

A gestão de suprimentos manifesta-se com o intuito de incorporar todos os componentes para que sejam aferidos em nível máximo de um serviço. Segundo Borine (2014), a gestão de suprimentos, é a gestão das atividades da cadeia logística que visa maximizar o valor do cliente e alcançar uma vantagem competitiva sustentável, para o autor os comandos destas atividades devem dar suporte em todo o procedimento desde o desenvolvimento do produto até sua venda, e ainda assim abrangendo os sistemas de informação que são precisos para gerir as atividades.

Segundo Ballou (2007) a cadeia de suprimentos inclui fabricantes, fornecedores, distribuidores, atacadistas, varejistas, armazéns, transportadoras, clientes e, especialmente os consumidores.

Portanto torna-se uma gestão de cadeia de suprimentos eficaz, a integração desde o consumidor final até o fornecedor primário, sendo primordial também a atuação dos departamentos com suas devidas responsabilidades, afim de administrar e traçar aquisições de materiais.

2.2 Gestão de Compras

O ato de compra de uma organização está ligado diretamente com uma boa gestão que proporciona sucesso na conclusão da atividade, tornando-a essencial para as empresas obterem seus objetivos com sucedimento.

A gestão de compra é vista como parte que integra o processo logístico com a intenção de complementar as necessidades conforme as demandas, nas quantidades exatas, tempo certas, por meio de fontes certas com valores pertinentes.

Para Severo Filho (2006), o departamento de compras de uma empresa é essencial para o departamento de materiais ou suprimentos, pois tem por objetivo sanar as ausências de matérias, planejando-as de forma a ser contabilizada somente a quantidade certa no momento correto.

Mattar (2011) considera que a série de abastecimento resume-se em função essencial para qualquer empresa que deseja se estabelecer e crescer no ramo varejista, pois as empresas se deparam com necessidades contínuas de compras, de modo correto, tornando por meio deste uma das grandes partes de formação de lucro, pois assim haverá fluxo de mercadoria, margens positivas em relação aos preços e não existirá déficit de produtor e nem estoques defasado, conseguindo obter clientes felizes e fiéis.

2.2.1 Objetivo de Compras

Para Grazziotin (2006) quando se trata de lojas de vestuário é necessário analisar especificamente as necessidades do consumidor, sazonalidades e tendências da moda. O comprador precisa conhecer seu público e os itens que mais os agradam, a periodicidade da compra, demanda, para que a partir disto seja definido quantidades a serem compradas.

Segundo Campos (2010) deve haver integração com fornecedores, assim este envolvimento se tornará importante para o abarcamento da organização, impactando no setor e sua necessidade de haver interação entre comprador e fornecedor.

A ação de compra para empresa torna-se complexa pois o comprador precisa analisar corretamente suas mercadorias e demandas, além de averiguar como comprar, quando é necessário a compra, sua quantidade respectivamente, pois será assim que conseguirá ajudar a empresa a atingir metas e tornará, em decorrência, o negócio lucrativo.

2.2.2 Processo de compras

Seguir fluxo de comprar é uma tarefa essencial para a organização, pois restringir custos, agrega agilidade e rapidez assim otimizando o processo.

É por este meio que a organização consegue fazer a análise para a compra seguinte. O processo começa com o pedido que deve ser encaminhado ao fornecedor, nele deve conter os itens em detalhe, respectivas quantidades, forma de entrega, preço, data, horário e local de entrega, forma de pagamento que a organização adquira (MARQUES, 2012).

2.2.3 Fornecedores e a negociação entre clientes

A escolha de um fornecedor é uma atividade essencial no processo de uma compra. Pois será ele que irá garantir que o processo de pedido seja cumprido. Segundo Francischini (2006), a escolha não é uma tarefa fácil porém feita de maneira correta possibilitará em uma ferramenta vantajosa para a empresa.

Para que haja uma eficiência máxima na hora da compra deve haver integração de comprador e fornecedor, que possibilitará em melhores preços e pagamentos acessíveis para a empresa.

Segundo Shell (2001), compreende-se que a negociação é uma atividade de fácil identificação, que ajudam na hora de atingir metas e solucionar problemas, para o autor é por meio dela que a empresa consegue esclarecer seus objetivos e metas, minimizando assim problemas que poderiam ser gerados.

2.3 Importância e conceito das Microempresas

As Microempresas-ME estão cada vez mais crescente no ambiente de negócios, e seus papéis cada vez mais influentes. Tornam-se destaque devido ao incentivo de abertura de negócios, que têm por objetivo captar recursos financeiros e crescer no mercado empresarial. Segundo o SEBRAE (2006), as ME são responsáveis pela forte participação na economia no país, sendo mais de 4,8 milhões de ME, gerando renda e ocupações para empregados e sócios, tendo notabilidade de 27% do PIB Brasileiro.

Em contrapartida as ME encontram problemas na manutenção dos seus negócios, em detrimento disto o SEBRAE oferece programas de incentivo e apoio às microempresas do Brasil.

Em vista disto, ela se torna de máxima importância para a economia do país, pois contribuem para a renda e oferecendo empregos. Porém ainda há obstáculos a serem vencidos, sendo assim necessário o desenvolvimento de melhores capacidades e autonomia para administrar o seu negócio.

2.4 O Setor de Vestuário

O setor têxtil e de vestuário contribuem para a economia do país, para o mercado consumidor, assim como o internacional de exportação e importação. Sendo considerado o segundo maior empregador de indústria de transformação, segundo Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção-ABIT (2017), perdendo apenas para o setor de bebidas e alimentos (juntos), com representatividade de 32 mil empresas em todo o país com 869 milhões de dólares sendo investidos no setor. Segundo a ABIT (2017), o Brasil é referência mundial em *design* de moda praia, *jeanswear* e outros segmentos de roupas. Comparando informações com o estudo presente, tem-se que o setor de vestuário apresenta uma considerável representatividade para o

comércio e o município de Júlio de Castilhos, localizado no interior do Rio Grande do Sul. Conforme a Associação de Comércio e Indústria de Júlio de Castilhos-ACCIJUC, e estima-se um total de aproximadamente 70 lojas do setor de vestuário no município.

Porém o setor vestuário encontra dificuldade no mercado, pois há conflitos com as sazonalidades, tendências que estão em constante mudança, consumidor com exigência cada vez mais crescentes, a tecnologia que está cada vez mais acelerada. Porém o setor vestuário encontra dificuldade no mercado, pois há conflitos com as sazonalidades, tendências que estão em constante mudança, consumidor com exigência cada vez mais crescentes, a tecnologia que está cada vez mais acelerada e a ampla concorrência.

À vista disso, o setor vestuário necessita potencializar suas forças nas áreas como planejamento de coleção, compra de materiais, logística, marketing, qualidade e nas suas etapas de gestão. As organizações que querem se inserir no setor de vestuário deve demandar de planejamento, preparação para uma boa gestão e assim atingindo o sucesso esperado.

2 METODOLOGIA

O presente estudo visa analisar como as microempresas do setor de vestuário de Júlio de Castilhos agregam valor por meio da gestão de compras. Nesse caminho, propõe-se realizar uma pesquisa qualitativa, de natureza exploratória, por meio de entrevistas semiestruturadas com gestores de microempresas do setor. Para a execução do estudo, foi realizado um levantamento preliminar das microempresas do setor de vestuário na cidade de Júlio de Castilhos-RS, onde foram elencados 70 estabelecimentos. Destes, foram selecionados 5 para a participação na pesquisa, que serão identificadas como empresas A, B, C, D e E.

Trata-se de uma amostra não-probabilística por conveniência, na qual serão identificadas, entre as 70 microempresas do setor de vestuário de Júlio de Castilhos, aquelas que estiverem dispostas a participar do estudo. Assim, a pesquisa será realizada por meio de um estudo de casos múltiplos, que segundo Yin (2009) são considerados mais convincentes e robustos porque permitem, além da análise individual, a análise entre cada situação que está sendo observada. As entrevistas serão transcritas para posteriormente serão introduzidas no software NVIVO, que fornecerá um mapa conceitual com objetivo de facilitar a análise das questões propostas. De acordo com Guimarães (2015) o software NVIVO é utilizado para extrair dados em grandes quantidades de vídeos, áudios, textos, suportando métodos de pesquisas mistos tanto qualitativos como quantitativos.

Segundo Guimarães (2015) enfatiza que o software NVIVO tem como objetivo principal auxiliar o pesquisador em relação ao seu tempo de uso da pesquisa, otimizando-o. Nesse sentido, por meio dessa ferramenta de análise pretende-se corroborar o pressuposto central do estudo, bem como contemplar a investigação dos objetivos que conduzem a pesquisa.

RESULTADOS ESPERADOS

Os resultados esperados serão aplicados com as ferramentas administrativas adequadas vistas ao longo do estudo e assim possibilitando um melhor resultado referente desde a compra do produto pelo fornecedor até o momento da venda para o consumidor. Tornando assim uma melhoria contínua no setor de vestuário, introduzindo práticas corretas, diminuindo quantidade de material obsoleto, tempo esperado maior que o previsto e preços acessíveis para a empresa.

REFERÊNCIAS

ABIT, Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção. Disponível em: <<http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>. Acesso em: 11 Abril. 2017.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística empresarial**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BORINE, Valmir. **Gestão da cadeia de suprimentos**. São Paulo: SENAI-SP, 2014.

CAMPOS, Antonio Jorge Cunha. **A gestão da cadeia de suprimentos**. Curitiba: IESDE, 2010.

DIAS, Marco Aurélio P., **Administração de materiais: uma abordagem logística**, 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FRANSCISHINI, Paulino G. **Administração de Materiais e do Patrimônio**. 1. ed. São Paulo: Thomson, 2002.

GUIMARÃES, Gleny Terezinha. **Ressignificando os labirintos da pesquisa qualitativa: exercícios práticos de análise de discurso [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.

GRAZZIOTIN, Gilson. **A arte do varejo**. São Paulo: SEM-SENAC, 2006.

FRANSCISHINI, Paulino G. **Administração de Materiais e do Patrimônio**. 1. ed. São Paulo: Thomson, 2002

MARQUES, C.F. **Atividades Técnicas na Operação Logística**. Curitiba: IESDE, 2012

MATTAR, Fauzo Najib. **Administração de Varejo**. Rio de Janeiro: Eisovier, 2011.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Onde estão as micro e pequenas empresas no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Sebrae, 2006.

SEVERO FILHO, João. **Administração de logística integrada. Materiais, pcp e marketing**. Rio de Janeiro: E-papers, 2006

SHELL, Richard. **Negociar é preciso: Estratégias de negociação para pessoas de bom senso**. São Paulo: Negócio, 2001

SIMCHI-LEVI, D.; KAMINSKY, P. **Cadeia de suprimentos, projeto e gestão**. 3. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Yin, R.K. (2009) **Case study research, design and methods** (applied social research methods). Thousand Oaks. California: Sage Publications.