View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk
brought to you by CORE
provided by DSpace UNIR

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA – UNIR
CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANTHONY MANSKE VIEIRA

REDUÇÃO DE CUSTOS DOS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS DOS SUPERMERCADOS DA CIDADE DE CACOAL/RO

CACOAL/RO
2016

ANTHONY MANSKE VIEIRA

REDUÇÃO DE CUSTOS DOS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS DOS SUPERMERCADOS DA CIDADE DE CACOAL/RO

Artigo apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR, *Câmpus* Professor Francisco Gonçalves Quiles, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof Ms: Ademir Luiz Vidigal Filho

Cacoal / RO

2016

Vieira, Anthony Manske.
V657r Redução de custos dos produtos hortifrutigranjeiros dos supermercados da cidade de Cacoal/RO / Anthony Manske Vieira – Cacoal/RO: UNIR, 2016.
30 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal.
Orientador: Prof. M.e Ademir Luiz Vidigal Filho.

1. Redução de custos. 2. Hortifrutigranjeiros. 3. Desperdícios. I. Vidigal Filho, Ademir Luiz. II. Universidade Federal de Rondônia – UNIR. III. Título.

CDU – 657.479.3

Catalogação na publicação: Naiara Raissa Passos – CRB11/891

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA

UNIR

ATA DE DEFESA DO ARTIGO DE CONCLUSÃO DE CURSO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – 05 DE JULHO DE 2016.

Aos 05 (cinco) dias do mês de Julho de dois mil e dezesseis, reuniu-se na Sala 04 – Bloco B do Curso de Administração da Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR – *Campus* Professor Francisco Gonçalves Quiles, a banca constituída pelos Professores PROF. MS. ADEMIR LUIZ VIDIGAL FILHO (presidente), PROF. MS. VALDINEI LEONES DE SOUZA (membro) e PROFª ESPª MIRIÃ GIL DE LIMA COSTA (membro), para examinar o (a) candidato (a) **ANTHONY MANSKE VIEIRA** na prova de defesa de seu Artigo de conclusão de curso intitulado REDUÇÃO DE CUSTOS DOS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS DOS SUPERMERCADOS DA CIDADE DE CACOAL/RO. O presidente da Comissão iniciou os trabalhos às 14:04h, solicitando ao candidato que apresentasse resumidamente os principais aspectos de seu trabalho. Concluída a exposição, os examinadores arguiram alternadamente o candidato sobre os diversos aspectos do Trabalho. Após a arguição, a Comissão reuniu-se para avaliar o desempenho do (a) candidato (a), obtendo a nota final 85 (oitenta e cinco). A ata segue assinada pelos membros da banca.

Cacoal / RO, 05 de Julho de 2016.

Banca Examinadora:

PROF. MS. ADEMIR LUIZ VIDIGAL FILHO
Presidente

PROF. MS. VALDINEI LEONES DE SOUZA
Membro

PROFª ESPª MIRIÃ GIL DE LIMA COSTA
Membro

REDUÇÃO DE CUSTOS DOS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS DOS SUPERMERCADOS DA CIDADE DE CACOAL/RO[1]

Anthony Manske Vieira[2]
Ademir Luiz Vidigal Filho[3]

RESUMO: De acordo com pesquisas realizadas, os desperdícios no setor de hortifrúti dos supermercados fazem com que a perda de faturamento seja de até 3,5% (ABRAS, 2014). Buscou-se levantar os seguintes objetivos: analisar os custos do setor hortifrutigranjeiro dos supermercados de Cacoal; analisar o tempo de trajeto do produto ponto de saída até sua chegada; verificar como o produto é armazenado; averiguar como o produto é colocado nas gôndolas e quanto tempo de vida útil tem. E buscar analisar o desperdício de cada supermercado pesquisado. A metodologia utilizada foi o questionário, entrevista e a observação não participante. Os principais resultados obtidos mostram que alguns dos estabelecimentos não fazem um controle de custos da empresa, portanto não sabem o quanto perdem de mercadorias. Quanto as compras nas regiões todas as empresas fazem compras nas regiões Sul e Norte, e apenas algumas empresas na região Sudeste, essa distância é um fator que influencia muito no tempo de vida útil dos produtos, pois os produtos tem que passar um período de até três dias dentro de caminhões. As compras de verduras todas elas vêm da região norte principalmente de pequenos agricultores e as perdas quanto a esse setor chegam a ser menores que 10%, pois os produtos que chegam estragados são devolvidos ao fornecedor, alguns estabelecimentos possuem custo de estoque superior a R$ 4.500,00, pois fazem o uso de carga seca ou pequenas geladeiras, tendo assim uma diminuição da vida útil do produto. Sugere-se verificar as estratégias de vendas dos produtos hortifrutigranjeiros nesses estabelecimentos.

PALAVRAS-CHAVE: Redução de custos, hortifrutigranjeiros, desperdícios.

INTRODUÇÃO

O setor hortifrúti nos supermercados é um local onde possui um número elevado de trafego de pessoas, segundo a ASMAT (Associação de supermercados do mato grosso), cita que: “cada vez mais está crescendo a venda de frutas, verduras e legumes nos pequenos e médios supermercados, não só pelos benefícios que proporcionam à saúde dos seus clientes, como também como um atrativo, fazendo a diferença nas vendas.”.

---

[1]Artigo apresentado à Fundação Universidade Federal de Rondônia – UNIR – Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração sob orientação do Prof.º Ms. Ademir Luiz Vidigal Filho.

[2] Acadêmico do 8º período do curso de Administração da UNIR – Fundação Universidade Federal de Rondônia. *E-mail*: player_thony@live.com.

[3] Prof. Mestre do Curso de Administração – *Campus* Professor Francisco Gonçalves Quiles. E-mail: vidigalfh@gmail.com

O setor de FLV (Frutas, legumes e verduras) é um dos mais chamativos dentro de um estabelecimento comercial, então faz se necessária uma gestão estratégica de vendas, pois com o mercado competitivo atual, a gestão estratégica tem como principal objetivo preparar a empresa para enfrentar o ambiente competitivo de vendas.

O setor necessita de um controle rigoroso de estoque, segundo Viana (2002) diz que, o gerenciamento moderno avalia e dimensiona os estoques com programações de forma que os níveis devem ser revistos e atualizados periodicamente, e constantemente, para evitar problemas provocados por alterações no estoque em épocas de reposição, se a empresa não possuir um bom controle de estoque, o custo de seus produtos poderá ficar cada vez mais alto.

Os hortifrútis para as empresas podem ser um ponto forte tanto quanto um ponto fraco, pois os supermercados estão sempre em busca do lucro e os custos dos hortifrútis, que podem se tornar altos com o desperdício podendo acarretar um aumento em seus preços, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (2014). Os desperdícios no setor de hortifrúti dos supermercados fazem com que a perda de faturamento seja de até 3,5%.

Para a Associação Mineira de Supermercados (2016) os hortifrutigranjeiros referem-se as Frutas, Legumes e Verduras (FLV), esse tipo de pratica na agricultura vem crescendo cada vez mais, segundo um estudo da *Food and Agriculture Organization* (FAO, 2010), ressalva que o país terá um aumento de 40% na produção brasileira de alimentos entre 2009 e 2019 – representa o dobro da média mundial.

Para o setor supermercadista, a área de hortifrutigranjeiros vem se tornando um chamativo para as pessoas, ainda mais nos dias atuais, pois as pessoas se preocupam com seu bem-estar, e buscam por alimentos saudáveis, tornando assim o setor hortifrúti um atrativo nos supermercados.

.

O principal fator apontado pelo estudo entre os que mais contribuem com o desperdício é o padrão de qualidade estabelecido pelo varejo, que faz com que produtos de hortifrúti sejam descartados. Outros fatores são: a perda no transporte

até o mercado, o gerenciamento de compra e estoque, e o comportamento inadequado do consumidor na loja, principalmente no que se refere à manipulação de produtos, com todos fatores apresentados houve a necessidade de descobrir como reduzir os custos dos produtos hortifrutigranjeiros nos supermercados de Cacoal/RO?

O presente trabalho propõe como objetivo analisar os custos do setor hortifrutigranjeiro dos supermercados de Cacoal e contribuir para a redução de desperdícios nestes estabelecimentos, visto que os desperdícios nas organizações têm uma forte influência com o seu crescimento e a continuidade no mercado competitivo.

Buscou-se responder aos objetivos utilizados na pesquisa que foram a Análise do tempo de trajeto do produto ponto de saída até chegada e a vida útil nesse percurso, visto que são produtos perecíveis e que o tempo de chegada não pode demorar tanto, também verificar como o produto é armazenado, pois o manuseio é uma parte importante para se ter uma boa aparência do produto, averiguar como o produto é colocado nas gôndolas e quanto tempo de vida útil tem, pois se o produto fica muito tempo exposto e são colocados novos produtos em cima vão acabar estragando, e por fim analisar o desperdício de cada supermercado pesquisado.

Diante da execução da pesquisa do presente artigo, observou-se a importância da redução de desperdícios no setor hortifrutigranjeiros, visto que são produtos perecíveis e sua venda nem sempre é realizada dentro do seu prazo de vida útil fazendo com que muitos desses produtos sejam jogados no lixo e causando grandes prejuízos nas empresas.

O tema é relevante, pois na atualidade todas as empresas querem buscar todas as formas possíveis de evitar ter custos para conseguir se manter competitiva e obter mais lucros, segundo a Associação Paulista de Supermercados (APAS, 2006) demonstra que a venda dos hortifrutigranjeiros cresceu muito no varejo, e representa entre 8% e 12% do faturamento das lojas. Sendo assim se as lojas conseguirem uma redução nesses custos a capacidade de lucros da empresa irá subir cada vez mais.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 HORTIFRUTIGRANJEIROS

A Associação Mineira de Supermercados (2016) refere-se que o termo hortifrutigranjeiro são os produtos: frutas, legumes e granjas, o supermercado atualmente já não se utiliza mais tanto o termo hortifrutigranjeiro, esse termo foi substituído por FLV (Frutas, Legumes e Verduras) o que na essência ainda se trata do mesmo segmento.

Para Brosseau e Cordon (2000, apud SOBER, 2008, p. 4) ressalva que:

> Os FLV como sendo compostos de duas grandes classes. A primeira é formada por produtos de menor perecividade, maior facilidade de controle econômico e usualmente localizados próximos aos produtores, de forma a minimizar dificuldades com logística, a exemplo da Pêra. O segundo grupo é caracterizado pela alta perecibilidade e complexidade de gestão, como o agrião.

A perecividade dos hortifrutigranjeiros é um dos principais fatores na qual o setor tem que enfrentar, visto que alguns são produtos muito sensíveis e que podem estragar apenas ao pegar e apertar, como por exemplos as frutas que se manuseadas de uma forma errada acabarão estragando mais rápidas ou se ficarem moles dificilmente serão vendidas.

1.2 RECEBIMENTO E ARMAZENAMENTO DE PRODUTOS PERECÍVEIS

Os produtos hortifrúti são produtos altamente perecíveis, o que torna necessário um processo minucioso para que os produtos sejam estocados de forma correta, para não haver uma aceleração do processo perecível, também deve haver cuidados quanto ao transporte, procedência, seleção, embalagem e estocagem.

O transporte influência todo o processo de distribuição e vendas dos produtos hortifrutigranjeiros, devido a maior exigência do consumidor quanto a qualidade nos produtos, principalmente os do segmento de FLV, faz se necessária toda uma eficiência logística, para que o produto não chegue aos supermercados

em más condições. Kotler (2000, p. 563) afirma que: “As opções de transporte afetarão o preço dos produtos, a pontualidade de entrega e as condições dos produtos ao chegarem ao seu destino”.

O Brasil perde por ano R$ 46 bilhões devido à precariedade do sistema de transportes. Estradas esburacadas, ferrovias sucateadas, portos saturados, caos nos aeroportos, ou seja, há fatores que contribuem para que haja ineficiência na logística acarretando assim, um aumento nos preços ou até mesmo uma perda da carga perecível (ABRETI, 2006).

Quanto à origem dos produtos a Associação Paraense de Supermercados (ASPAS, 2010), cita que o armazenamento correto dos produtos hortifrúti são essenciais para manter a qualidade do produto, algumas frutas como abacaxi, kiwi, maçã e abacate não devem estar próximas, pois uma adquire o aroma da outra, e os vegetais possuem um gás natural na qual faz com que amadureçam muito rápido se não armazenados corretamente, dependendo do grau de maturação do produto deverá ser armazenado sob refrigeração para que não estraguem.

Quadro 01: Temperaturas de armazenagem

Classificação do produto	Temperatura do produto
Congelados	-18º C a -12ºC
Refrigerados	0ºc a 10ºC
Secos e Salgados	Temperatura ambiente. Em geral 18ºC a 25ºC

Fonte: ASPAS (2010).

Conforme a ASPAS (2010) diz que, a temperatura na câmara fria deve ser a mesma em todos os compartimentos, caso contrário os produtos perecíveis armazenados nas partes mais quentes do equipamento, tendem a estragar mais rapidamente. Além da temperatura e umidade, é necessário observar o empilhamento das mercadorias dentro da câmara. Para manter a temperatura uniforme é necessário que o ar circule, envolvendo toda a superfície dos produtos a serem refrigerados, recomenda-se que:

- Mantenha as caixas 10 cm distantes umas das outras.
- Mantenha as caixas 10 cm distantes das paredes.
- Mantenha as caixas em palhetes a 20 cm de altura.

A seleção de hortifrutigranjeiros é um passo importante para o estabelecimento, pois é o produto que irá para o consumidor final, e todos devem ter consistência, cor, aroma e aparência de frescos, prezando sempre a qualidade para manter a satisfação do cliente.

Para a ONG Banco de Alimentos (2010), se os alimentos não puderem ser selecionados na hora do recebimento, armazenar em câmara fria exclusiva para estes produtos, devido à proliferação e contaminação cruzada dos microrganismos; caso não se tenha câmara fria exclusiva, deixá-los em temperatura ambiente, em local seco e fresco, até a seleção.

Quadro 02: Cuidados com os hortifrutigranjeiros

Itens	Descrição
Frutas	Devem-se desprezar frutas que estiverem 50% ou mais amolecidas ou escurecidas, após as frutas selecionadas devem ser colocadas em caixas plásticas vazadas e limpas. Quanto a sua limpeza, se as frutas estiverem com resíduos, deve-se imergir a caixa com as frutas em um tanque com agua para remoção de resíduos após isso lavar em água corrente em um recipiente plástico e adicionar água sanitária de boa procedência (1 colher para cada 1L de agua), após secagem realizar os procedimentos de assepsia. Quanto o armazenamento deverá ser em câmara fria a 8ºC dentro de caixas plásticas vazadas.
Hortaliças Folhosas	Deve-se desprezar hortaliças que estiverem amarelas e as que apresentarem sinal de apodrecimento, as hortaliças selecionadas devem ser colocadas em caixa plástica vazada. Quanto a assepsia deve ser colocada por 15 minutos imergida em água sanitária de boa procedência, a armazenagem deve ser em câmara fria a 8ºC e deve-se cobrir a com folha plástica as hortaliças na caixa plástica.
Ovos	Desprezar os ovos rachados e quebrados, os ovos selecionados devem ser colocados em bandejas de ovos, quanto a assepsia devem ser emersos em agua sanitária de boa procedência por 15 minutos, devem ser armazenados em caixa plástica vazada a 8º C
Hortaliças	Devem-se desprezar as hortaliças que apresentarem presença de microrganismos e fungos, após selecionarem devem colocar em caixa plásticas vazadas e se necessário remover os pedaços da hortaliça que estiverem apodrecidos. Quanto a higienização, se as hortaliças estiverem com resíduos, deve imergir a caixa em um tanque com agua após lavar em agua corrente em um recipiente plástico e adicionar agua sanitária de boa procedência e deve ser armazenado em caixas plástica vazada a 8ºC

Fonte: OBA (2010).

A embalagem é extremamente importante para proteger o produto e manter sua qualidade, cada produto deve possuir uma embalagem apropriada de acordo com seu tamanho e forma, e deve ser feito de uma forma que possa ser empilhado sem que haja riscos de esmagamento dos produtos.

Conforme Czinkota (2001, p. 232), cita que:

> “A embalagem de um produto é o seu esforço de marketing mais distintivo. A embalagem desempenha uma série de funções essenciais, são elas: proteção do produto em diversas situações, identificação por parte dos consumidores, informação, facilidade de abrir e fechar, etc.”

Portanto se o produto possui uma embalagem adequada pode-se dizer que ele estará mais protegido de um mau manuseio por parte dos clientes, assim também como sua venda poderá ser facilitada pois a boa aparência do produto pode demonstrar que é um produto de qualidade.

De acordo com a ASPAS, (2010) as vantagens de uma boa embalagem:

Quadro 03 – Vantagens da embalagem

Número	Vantagens
1	As embalagens mantem a área de vendas mais limpa
2	Facilita a colocação de preço e de informação sobre o produto
3	Dificulta os furtos
4	Aumenta as vendas, se for uma embalagem atrativa
5	Quando um produto amassado ou em más condições chega até a casa do cliente, é a loja quem leva o prejuízo

Fonte: ASPAS (2010)

Os produtos hortifrúti têm diversos tipos de embalagens e alguns até mesmo não necessitam da mesma, ASPAS (2010), afirma que existem produtos como banana e abacaxi que não necessitam de embalagens, produtos como batatas e laranjas podem ser embalados em redinhas, folhagens exigem que sejam borrifadas com água e podem ser colocadas em sacos plásticos aberto por cima, o Filme de Poli cloreto de Vinil (PVC) pode ser usado para melancias e diversas mercadorias.

Quanto a armazenagem estima-se que é a parte mais importante do processo, pois se não administradas corretamente e se não houver a devida atenção quanto a armazenagem de seus produtos adequadamente, levando em consideração o ambiente de refrigeração, ventilação, luminosidade, umidade, os produtos podem acabar sendo perdidos ou tendo sua qualidade diminuída. Para Viana (2002), ressalva que: o objetivo da armazenagem é utilizar o espaço da maneira mais eficiente possível, as instalações do armazém devem proporcionar uma movimentação dinâmica mais fácil e eficiente desde o recebimento de suprimentos até sua expedição.

Nos hortifrutigranjeiros, o alimento tem como principal fonte de conservação o frio, que então é de extrema importância que sua armazenagem seja em câmara fria para que assim mantenha a qualidade dos produtos e também mantenha o tempo de vida útil para que não haja prejuízos a empresa.

Kotler (2000, p. 562) ressalva que:

> Todas as empresas precisam armazenar os produtos acabados até serem vendidos, o que gera ciclos de produção e consumo que raras vezes coincidem. A função estocagem ajuda a atenuar as discrepâncias entre a produção e a demanda de mercado. Logo, a empresa deve decidir o número de depósitos necessários. Um número maior de locais de estocagem significa que os produtos podem ser entregues aos clientes mais rapidamente, mas também gera maiores custos de armazenagem.

A função da armazenagem é relevante para a eficiência do processo logístico, pois acarreta desperdícios quando mal administrada, segundo Ballou (1993, apud Marques, 2007) afirma que “a armazenagem e estocagem de mercadorias constituem funções essenciais do sistema logístico e que seus custos podem absorver de 12 a 40% das despesas logísticas de uma empresa”.

Assim, decorrente da falta de informação, muitas empresas não enfocam a armazenagem como um causador de custo, tornando-se uma área esquecida, visto que as oportunidades de obtenção dos lucros encontram-se na esfera da administração.

2 CUSTOS

Na indústria e na prestação de serviço os custos se veem presentes, principalmente em sua produção, as empresas se utilizavam essas ferramentas para controlar seu patrimônio, pois o custo pode ser utilizado para mensurar, identificar e informar o custo dos produtos de forma precisa e rápida.

Para Martins (2008), custo, é gasto relativo à bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços. Todo valor que você investe na sua produção e está diretamente ligada ao seu produto ou serviço, deve ser considerado como um custo. Ferreira (2010), afirma que o custo só existe durante o processo de produção do bem ou serviço, enquanto o produto está em fase de fabricação, os valores

agregados na sua produção são tratados como custos.

Wernke (2000, p. 11 e 12) textualiza custos como:

> Gastos efetuados no processo de fabricação de bens ou de prestação de serviços. No caso industrial, são os fatores utilizados na produção como matérias-primas, salários e encargos sociais dos operários da fábrica, depreciação das máquinas, dos móveis e das ferramentas utilizadas no processo produtivo.

Portanto, entende-se como custo, tudo aquilo que se é utilizado na produção de um produto final, tanto quanto em um serviço prestado, faz se muito necessário principalmente para formação de preço de seu produto final, tanto como análise e interpretação dos valores utilizados na produção do mesmo.

2.2 TIPOS DE CUSTOS

2.2.1 Custos diretos e indiretos

Os custos estão presentes em todo setor, seja ele indústria, ou prestadora de serviços, há duas formas de classificar os tipos de custos, sejam eles diretos ou indiretos, Para Martins (2008) custos diretos é tudo aquilo que se é utilizado na produção de um produto, ou seja, que tenha uma medida de consumo na produção de determinado produto são custos Diretos, e o que não oferece condição de uma medida objetiva ou estimativa é considerado custos indiretos.

Para Ferreira (2010), são custos diretos todos os produtos fabricados sem a necessidade de rateios ou estimativas, já custos indiretos são aqueles fabricados mediante rateios e estimativas, para o setor hortifrúti os custos diretos são os de compra dos produtos hortifrutigranjeiros, visto que o setor supermercadista apenas vende os produtos não os fabrica, e os custos indiretos podem ser contados como os de desperdício de produtos.

Portanto é correto dizer que os custos diretos são de fácil identificação sendo eles literalmente envolvidos na produção de objeto ou serviço, já os indiretos são difíceis de identificar às vezes tendo que adotar algum método de rateio para sua identificação.

2.2.2 CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS

No setor hortifrúti há os dois tipos de custos: os fixos e os variáveis, o primeiro para Ferreira (2010), os custos cujos valores totais independem da quantidade produzida, ou seja, não sofrem variação conforme a produção. De acordo com Prates (2005, p.3) custo fixo são aqueles custos que se mantêm constante, sem sofrer alteração diretamente na proporção ao volume produzido.

Os custos variáveis Wernke (2000), são custos variáveis tudo que está diretamente ligado a produção, ou de vendas, então quanto maior for sua produção maior serão seus custos variáveis totais. Para Ferreira (2010), os custos variáveis, são aqueles cujos valores totais variam de acordo com a quantidade produzida proporcionalmente, ou seja, os produtos hortifrútis são custos variáveis pois seu custo se altera de acordo com a quantidade comprada ou vendida.

2.3 CONTROLES DE ESTOQUE

A gestão de estoques para uma empresa é fundamental, pois existe a necessidade de controlar e reduzir os custos, portanto as empresas buscam cada vez mais trabalhar com um nível menor de estoque sem comprometer a disponibilidade de seus produtos. Corrêa e Dias (2008), diz que a administração de estoques determina a quantidade e o prazo para cada item a ser pedido, tanto para a produção como para a compra, a fim de atender as necessidades, tanto da empresa quanto a do consumidor final.

O controle do estoque se faz essencial para que se consiga atingir prazos e metas. SEBRAE (2014), afirma que:

> O controle do estoque auxilia o empreendedor a tornar mais eficiente a gestão dos custos relacionados à aquisição antecipada de produtos, assim, a empresa conseguirá estabelecer prazos e metas de uma forma mais eficiente, sem correr o risco de ficar sem estoques.

Conforme Viana (2002, p. 144 apud Mangoni, 2014, p. 18) afirma que, “[...] os níveis de estoque devem ser revistos e atualizados periodicamente e constantemente para evitar problemas provocados pelo crescimento de consumo ou

vendas e alterações dos tempos de reposição”.

A gestão de estoque facilita o gerenciamento para seu administrador, o controle fica mais eficaz, garantindo que a produção ou comercialização seja segura. Quanto a reposição de estoque, no setor hortifrúti uma boa gestão de estoque evita a perda de produtos por apodrecimento, podendo assim reduzir os custos dos produtos.

Quantos aos supermercados e o setor de hortifrutigranjeiros, a empresa possuindo uma boa gestão de estoques, poderá se ter uma redução de perdas desnecessárias, muitas vezes por apodrecimento dos produtos, ou por excesso em estoque.

2 METODOLOGIA

A partir do problema na pesquisa fez-se necessário um método que abrange as seguintes etapas: quanto pesquisa foi descritiva; quanto ao método utilizado foi abordado o caráter dedutivo; e quanto a abordagem utilizada foi a quantitativa para assim levantar dados e quantificar as amostras analisadas.

Na pesquisa quantitativa, segundo Prodanov e Freitas (2013), considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Foi elaborado um questionário com 12 perguntas fechadas para o levantamento dos dados dos mercados e supermercados do município de Cacoal.

A natureza descritiva, de acordo com Gil (2003, p.42), a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. Assim foi aplicada a entrevista nos três maiores supermercados de acordo com o tamanho do estabelecimento e número de funcionários e nos três menores supermercados com as mesmas características, para a assimilação dos dados e do problema enfatizado, os dados foram levantados

para saber qual é o custo de seus produtos e quanto se tem de desperdícios no setor de hortifrutigranjeiros dos mercados e supermercados.

A técnica de coleta de dados da pesquisa delimitou-se aos mercados e supermercados do município de Cacoal que tenha hortifrutigranjeiros em seus produtos, onde foi aplicado a observação não participante, entrevista com questões semiestruturadas (APÊNDICE B) com responsáveis pelo setor hortifrutigranjeiro, e os questionários com questões fechadas (APÊNDICE A) aplicados também aos responsáveis do setor.

No presente artigo os sujeitos da pesquisa foram 4 supermercados de acordo com número de funcionários e tamanho do estabelecimento e 7 mercados com o mesmo critério, que possuem hortifrutigranjeiros no município de Cacoal-RO através do censo. Quanto a entrevista foi realizada nos três maiores com base no número de funcionários e três menores também com o mesmo critério, segundo IBGE (2016), afirma que no censo o pesquisador visita todos locais indicados, coleta informações e em seguida divulga uma série de resultados sobre os temas estudados, vale ressaltar também que alguns dos supermercados do município não quiseram participar da pesquisa.

A pesquisa foi realizada com devido respeito aos princípios éticos, sendo que os participantes não foram identificados, e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido de Isenção de Responsabilidade (ANEXO A). Vale ressaltar que o pesquisador também assinou o Termo de Isenção de Responsabilidade (ANEXO B). Onde isenta a Universidade Federal de Rondônia – UNIR, o orientador e banca examinadora de qualquer responsabilidade do conteúdo exposto no artigo.

3 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Com base na pesquisa realizada e estudos anteriores percebe-se que produtos perecíveis como os de hortifrutigranjeiros possuem certo custo, visto que há fator ambiente e manuseio que podem acarretar na perca do produto assim como no frete do produto, pois maioria das vezes o produto tem que fazer longas viagens,

podendo acarretar assim custos para a empresa com a perecividade dos produtos. Foi aplicada a pesquisa de campo por meio de questionários, entrevista e observação não participante para chegar a um resultado mais próximo do real possível.

Para tanto, realizou-se a análise dos procedimentos de coleta de dados, conforme as questões com os respectivos dados desde onde é feita a compra de hortifrutigranjeiros, de quem trabalha no setor para reduzir os estragos e consequentemente os custos, assim como dados da entrevista que buscam uma comparação entre os três maiores supermercados e os três menores, e também a observação não participante, que foi de extrema importância para saber se realmente aquilo que foi dito é o que acontece na realidade.

Conforme dito anteriormente a localidade de onde vem os produtos é importante, pois o tempo que o produto leva para chegar no estabelecimento pode acabar danificando o mesmo e até diminuir o prazo de vida útil, diante das informações a primeira questão do questionário envolvendo a porcentagem de compra feita nas regiões Norte, Sul e Sudeste.

Analisando a porcentagem de compra feita na região Sul, foi analisado que todos os questionados compram na região sul, e que 55% deles responderam que fazem mais de 50% da compra na região sul, e 45% responderam que compra até 30% na região sul do país, aonde maioria das mercadorias vem de Curitiba-PR.

A distância, é um fator importante, por ser longa, o tempo do frete pode influenciar quanto à perecividade dos produtos, sendo que pode ter fatores como más condições das estradas que podem acabar danificando a carga de produtos.

Quanto as informações da porcentagem de compra feita na região Norte, todos os questionados responderam que compram na região norte, e que 46% dos estabelecimentos compram até 20% de seu estoque na região, 36% responderam que compram até 30% do seu estoque, e 18% compram 50% ou mais na região, as verduras dos hortifrutigranjeiros são o maior percentual de compram na região norte, os supermercados pegam dos pequenos agricultores ou distribuidoras da região.

Em relação ao questionário aplicado e as informações sobre qual a

porcentagem de compra feita na região sudeste, apenas 55% dos questionados responderam que fazem compras no Sudeste mais especificadamente em São Paulo, a porcentagem de compra é apenas 10% e os produtos adquiridos de lá são as frutas mais exóticas como kiwi.

A distância de onde são comprados os produtos influencia muito nos custos, pois se os produtos são mal colocados nos caminhões pode acarretar amassamento das frutas e legumes causando assim um desperdício como cita Ballou (1993, apud Marques, 2007) afirma que “a armazenagem e estocagem de mercadorias constituem funções essenciais do sistema logístico e que seus custos podem absorver de 12 a 40% das despesas logísticas de uma empresa”.

A entrevista realizada onde averiguou quanto as compras do estabelecimento, demonstra os mercados e supermercados e suas respectivas respostas, os maiores estabelecimentos estão caracterizados como Supermercados e os menores estão caracterizados como Mercados, a caracterização foi feita através da quantidade de pessoas que trabalham no local e também o tamanho do estabelecimento.

Quadro 4 – Local da realização das compras dos produtos hortifrutigranjeiros.

Questão 03: Você normalmente compra direto do produtor ou centros de distribuição?	
Estabelecimento	**Respostas**
Supermercado A	Do Sul as compras são dos centros de distribuição principalmente às frutas mais exóticas, já as que nós compramos na região elas são direto do produtor que vem no mercado e oferece para a gente.
Supermercado B	Aqui compra dos fornecedores do Sul e algumas são dos próprios comerciantes daqui do estado que trazem as alfaces, cebolinha cheiro verde e mandioca.
Supermercado C	Vem de fornecedores do Sul e algumas folhagens vêm de Cacoal, Rolim e Pimenta.
Mercado A	Algumas coisas vêm do Sul do nosso fornecedor lá as cargas secas como a batata a gente pede de São Paulo.
Mercado B	Grande parte de fornecedores do Sul e algumas coisas como melancia, laranja e abobrinha são comprados daqui da região.
Mercado C	A maioria é do nosso fornecedor de Curitiba ai tem algumas coisas que pede de São Paulo, e quando tá em falta as vezes tem que importa de fora como a cebola tivemos que importar da Holanda semana passada.

Fonte: O autor (2016)

Analisando os trechos de conversa da entrevista, percebe-se que grande parte dos mercados e supermercados, realizando um comparativo, todos eles compram na região Sul do país, enquanto aos que compram as folhagens todos disseram que compram na região Norte.

Segundo informações da ABRETI (2006). O Brasil perde por ano R$ 46 bilhões de reais devido à precariedade do sistema de transportes. Estradas esburacadas, ferrovias sucateadas, portos saturados, caos nos aeroportos, ou seja, há fatores que contribuem para que haja ineficiência na logística acarretando assim um aumento nos preços ou até mesmo uma perda da carga perecível. Com base nas informações o próximo gráfico demonstra o tempo de trajeto que o produto tem.

Gráfico 1 – Em média, quantos dias de trajeto o produto tem – pontos de saída até sua chegada – no estabelecimento?

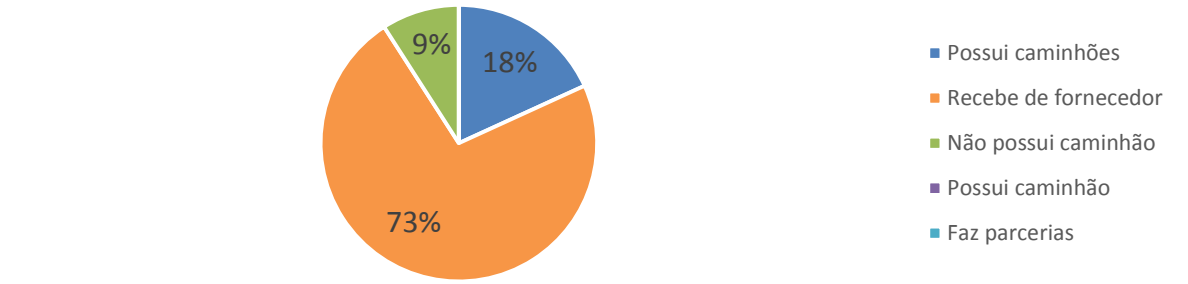
Fonte: O autor (2016)

Em resposta à pergunta dos dias de trajeto, 58% dos questionados disseram que o percurso do caminhão demora cerca de 3 dias, 25% disseram que tem caminhões que fazem o percurso em até 2 dias onde há duplas de caminhoneiros que dirigem dia e noite, para carregar e descarregar o caminhão mais rápido, e 17% relatam que chega cerca de 4 dias onde esses são caminhões que possuem carga seca e o tempo de trajeto deles é maior.

Quanto mais tempo os produtos demorarem a chegar maior será o custo pois o produto poderá estragar devido sua perecividade, como cita Kotler (2000, p. 563): “As opções de transporte afetarão o preço dos produtos, a pontualidade de entrega e as condições dos produtos ao chegarem ao seu destino”.

A demora quanto ao frete pode acabar acarretando no apodrecimento de algumas frutas principalmente nos caminhões onde a carga é seca e demora mais dias até que chegue ao seu destino, causando assim um aumento nos custos, já nos caminhões de câmara fria a qualidade dos produtos tende-se a ser melhor e mais conservada, porém como cita ASPAS (2010) a temperatura na câmara fria deve ser a mesma em todos os compartimentos, caso contrário os produtos perecíveis armazenados nas partes mais quentes do equipamento, tendem a estragar mais rapidamente. Assim dando continuidade ao próximo gráfico com relação ao frete dos produtos.

Gráfico 2 – Quanto a entrega dos produtos hortifrutigranjeiros comprados, a empresa:



Fonte: O autor (2016)

Analisando o gráfico, observa-se que 73% dos questionados recebem suas mercadorias de fornecedores com caminhões de câmara fria, 18% deles possuem os caminhões próprios que buscam as encomendas e fazem as entregas, e 9% não possuem caminhões tendo que utilizar do método de caminhão de carga seca, na qual demora mais para chegada do produto.

Conforme os dados apresentados, 73% compram de terceiros e trazem diretamente os produtos até os supermercados, 18% possuem caminhão próprio e podem ter a comodidade de buscar os produtos e ter um custo reduzido quanto ao frete, os outros 9% possuem um custo baixo no frete por ser caminhão de carga seca, porém os desperdícios são maiores e os custos podem ser elevados.

A partir dados apresentados sobre a porcentagem de produtos que chegam

estragados, 67% dos questionados disseram que o volume de carga que chega estragada varia de 5% a 10%, visto que a maioria desses produtos é devolvida, quando analisados na chegada que estão estragados ou amassados, 25% disseram que a carga varia de 11% a 15% de produtos estragados, e 8% disseram que varia de 16% a 20% por alguns dos produtos se tratarem de carga seca as chances de chegarem amassados ou apodrecidos é maior.

Algumas das empresas devolvem os produtos que estão amassados ou estragados quando o vendedor é da região norte e faz a entrega dos produtos no supermercado, já as cargas que vêm do Sul são impossíveis se devolver o produto na hora, portanto os valores desses produtos serão abatidos na próxima compra.

Quanto ao tempo em que os produtos ficam armazenados nos refrigeradores, 75% disseram que os produtos ficam de 2 a 4 dias armazenados e logo saem para as gondolas, e 25% disseram que ficam de 5 a 7 dias, pois são lugares onde o fluxo de vendas é menor. Vale ressaltar que alguns entrevistados não fazem uso do refrigerador, aqueles que optam pela carga seca evitam colocar no refrigerador para não dar um choque térmico nas frutas e verduras assim aumenta o tempo de vida útil delas.

Analisando os dados apresentados sobre o valor do armazenamento do estabelecimento, 66% dos estabelecimentos possuem um custo entre R$ 1.500,00 a R$ 4.500,00 como a rotatividade de produtos é rápida para esses estabelecimentos o custo quanto ao armazenamento é menor, pois os produtos são geralmente repostos semanalmente.

Em 44% dos estabelecimentos possuem um custo entre R$ 3.600,00 até mais de R$ 6.000,00 isso acontece em maioria dos mercados menores e principalmente os que optam pela carga seca, onde a rotatividade dos produtos é baixa e por muitas vezes não se terem uma câmara fria os produtos estragam mais rápido causando assim um alto custo à empresa.

Conforme Viana (2002, p. 144 apud Mangoni, 2014, p. 18) afirma que, “[...] os níveis de estoque devem ser revistos e atualizados periodicamente e constantemente para evitar problemas provocados pelo crescimento de consumo ou

vendas e alterações dos tempos de reposição" também é importante ressaltar que as empresas devem estar atentas à quantidade de produtos que vendem para não acabar pedindo mais do que o necessário para a venda semanal. A questão de vendas é um ponto importante para as empresas, pois é o principal fator na qual gera lucros ou prejuízos.

A partir da análise de quantos dias os produtos hortifrutigranjeiros são vendidos, 50% disseram que os produtos são vendidos de 3 a 4 dias, 33% disseram que chega de 1 a 2 dias o que ocorre principalmente nos maiores supermercados pelo maior fluxo de pessoas e rotatividade dos produtos, e 17% de 5 a 6 dias ocorrendo principalmente nos menores mercados onde o fluxo de pessoas é menor.

Tendo em vista os valores dos armazenamentos pode-se notar que os 17% se encaixam nos maiores custos de armazenamento, pois quanto mais se demora a rotatividade dos produtos maior é a perda deles e maior o custo da estocagem por ter que ficar um tempo maior armazenado. A seguir quadro estará apresentando com base nas entrevistas feitas como é o controle dos produtos.

A entrevista gravada e transcrita está demonstrando como os estabelecimentos controlam os produtos que vão para as gondolas, nos estabelecimentos estão classificados como Supermercados e Mercados, ambos foram descritos conforme o tamanho do estabelecimento e a quantidade de funcionários.

Quadro 5 – Controle de produtos hortifrutigranjeiros

Questão 06: Como você controla os produtos que vão para as gondolas? Eles ficam muito tempo em armazenamento? Os que estão amassados ou moles você os reutiliza ou vai perca?	
Estabelecimento	**Respostas**
Supermercado A	Assim, quando vê que o volume das gondolas está baixo aí começa a repor os produtos, geralmente elas não ficam muito tempo armazenado por que vende bem, e as que estão estragadas vão para perca.
Supermercado B	Aqui assim que chegam os caminhões os produtos já saem para vender não fica muito tempo parados e os que estão amassados a gente abate na próxima compra.
Supermercado C	Vai repondo conforme o volume das gondolas como o volume de pessoas é alto não ficam muito tempo parados, e os que estão perto de estragar se estiverem em boas condições à gente utiliza na cozinha e na confecção de produtos para a padaria se não vai para perca.

Continua quadro 5

Mercado A	Aqui vai repondo conforme elas vão vendendo aí anoite as que não venderam voltam para as geladeiras, e algumas como a mandioca ela vai escurecendo as pontas aí essa parte cortamos e colocamos para vender.
Mercado B	A mercadoria chega e já vai para as gondolas como é carga seca então não tem problema os produtos ficarem nas gondolas, aí os que a gente vê que estão ruins a gente tira.
Mercado C	Quando chega a gente já coloca nas geladeiras aí se o volume de produtos nas gondolas tiver baixa a gente vai repondo, ai os que estiverem moles à gente tira e vai pra perca.

Fonte: O autor (2016)

Analisando as informações de entrevista e observação não participante pode-se notar que a reposição dos produtos é bem rápida, porém nos mercados menores o tempo de exposição do produto é bem maior fazendo com que estrague mais alimentos por não conseguir vender dentro do prazo de vida útil do produto, já os supermercados enfrentam o problema de manuseio dos clientes no qual apertam as frutas e as deixam moles fazendo com que acabem indo para a perda.

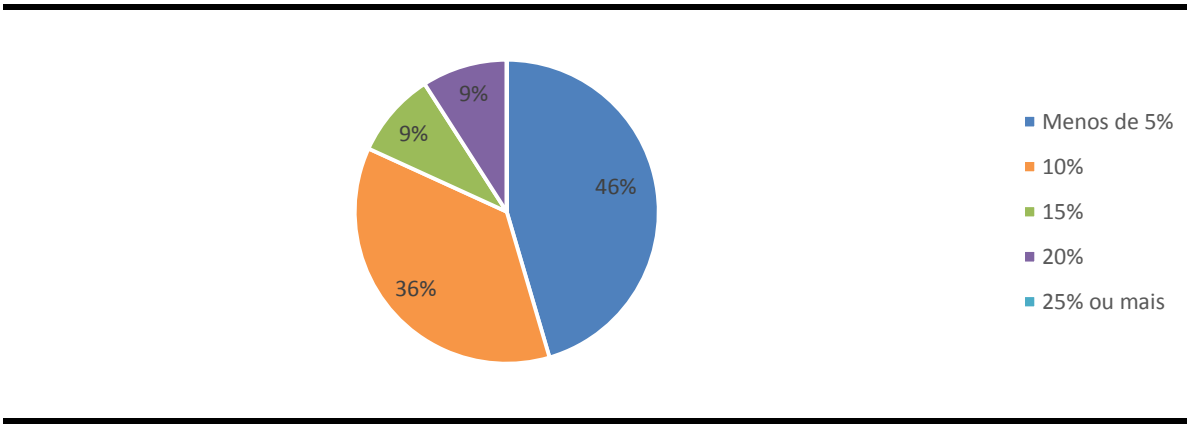
Como cita Corrêa e Dias (2008) “A administração de estoques determina a quantidade e o prazo para cada item a ser pedido, tanto para a produção como para a compra, a fim de atender as necessidades, tanto da empresa quanto a do consumidor final. ” Uma boa administração de estoque tanto nos mercados quanto nos supermercados pode ser fundamental para a diminuição de desperdícios quanto aos produtos que não vendem, sempre estar atento para ver se está pedindo estoque demais ou se o que está comprando mercadorias que não atende ao público do local.

Com relação nos dados oferecidos do quanto se perde semanalmente de frutas, dos questionados demonstra que: 46% dos supermercados têm as perdas de 10% semanais com relação às frutas, e que 36% possuem até menos de 5% de perca, e que 18% perde em torno de 15%, as frutas são alimentos extremamente sensíveis e perecíveis, qualquer aperto ou corte que se faz nesses alimentos pode ocasionar a perda deles, um dos fatos nos grandes supermercados que ocasionam as perdas é o manuseio dos próprios clientes, que pegam frutas como a maçã e o tomate e acabam apertando a fruta deixando-a amolecida ou escurecida.

Alguns desses dados são citados com base no final da vida útil dos produtos,

pois maioria dos supermercados e mercados não possui tanta perca quanto à chegada do produto, pois os produtos que já chegam estragados os custos são abatidos na próxima compra, como a maioria das frutas vem do Sul é quase impossível que se devolva os produtos.

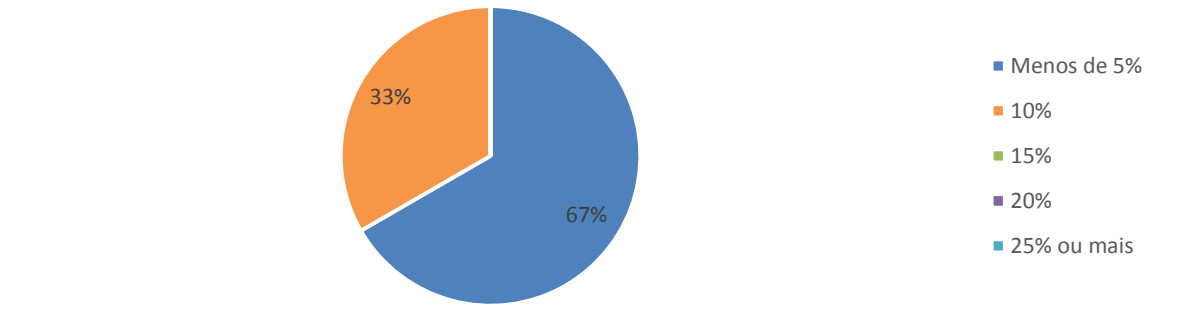
Gráfico 3 – Quanto se perde semanalmente de legumes?



Fonte: O autor (2016)

A pesquisa demonstra que, 46% dos pesquisados têm uma perda menor do que 5%, e que 36% possuem uma perda de até 10%, já 18% possuem uma perda nos alimentos de 15% a 20%. A maioria dos legumes vêm do Sul e um pouco na região norte, as que vêm da região norte e que vêm estragadas há a possibilidade de devolução assim que chega ao estabelecimento, quando verificado que os legumes estão em más condições, o vendedor já recolhe de volta os produtos, mas os que vem do Sul o valor é apenas abatido na próxima compra.

Gráfico 4 – Quanto se perde semanalmente de verduras?



Fonte: O autor (2016)

Verificou-se que, 67% dos questionados disseram que as perdas com

verduras é menor que 5% e outros 33% disseram que essa perca chega até 10%, às percas com verduras são baixas, pois praticamente 100% delas são vendidas na própria região, os supermercados compram dos pequenos produtores da região, com isso fazem um acordo com o fornecedor, e as verduras que chegam estragadas são devolvidas logo na entrega, e como a compra é feita na região os pedidos podem ser feito em quantidade menor fazendo com que a rotatividade dos produtos sejam mais altas e o custos mais baixos.

A análise de desperdícios de cada supermercado é de extrema importância, pois com base nos dados apresentados, pode-se ter uma noção do quanto a perda de produtos durante o ciclo de vida, apesar de alguns índices serem baixos ainda vale ressaltar que grande parte das empresas não têm um controle sobre o que se é perdido, fazendo com que a análise seja uma projeção aproximada da realidade.

E também a proposta de um dos objetivos do artigo, a forma como os produtos é colocada nas gôndolas pode influenciar principalmente na perda desses produtos visto que é onde os clientes têm o acesso e podem acabar amassando ou machucando os produtos, fazendo com que o prazo de vida útil deles seja diminuía consideravelmente.

Gráfico 5 – A empresa faz controle de custos no setor hortifrutigranjeiro, controlando entradas e desperdícios?

Fonte: O autor (2016)

De acordo com a pesquisa, 40% dos questionados não fazem um controle de custos do setor hortifrutigranjeiro, ou seja, acabam sem saber o que realmente se gasta no setor hortifrutigranjeiro ou se há desperdícios, podendo acarretar um aumento nos custos do setor.

Apenas 40% dos questionados responderam que fazem o controle dos custos semanalmente ou de acordo com as vendas, o que é ideal, pois se tem um controle melhor dos gastos e desperdícios do setor, visto que o giro do estoque geralmente é semanalmente as empresas que optam por estas opções estão mais cientes da realidade do que acontece na empresa.

E 20% dos questionados responderam que fazem o controle mensalmente, o que pode acarretar algumas perdas, visto que os ciclos de vida útil dos produtos giram em torno de uma semana, será difícil obter os resultados com base na realidade apresentada pelo setor, é importante saber se a empresa treina os funcionários para trabalhar no setor e não tenha perdas causadas por mau manuseio do produto.

Segundo dados apresentados sobre os colaboradores que trabalham fazendo a reposição dos produtos, 73% das empresas disseram que não fazem treinamento no setor e que há apenas uma pessoa para orientar no caso o chefe de sessão ou gerente do mercado, 18% responderam que não há nenhum tipo de treinamento na empresa, e apenas 9% possuem uma equipe capacitada para trabalhar no setor e que recebe o treinamento da empresa.

É importante que as empresas tenham um pessoal capacitado, pois há uma série de fatores relacionados com o manuseio do produto que podem acabar acarretando custos a empresa, para Martins (2008), custo, é gasto relativo à bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços.

A forma que é armazenada o produto para que um não fique perto um do outro, pois pode absorver gases e apodrecer mais rápido e até mesmo a ventilação do local onde estão armazenados se não estiver com a mesma temperatura em todo o ambiente pode influenciar na perda do produto.

Todos os participantes da pesquisa eram gerentes, donos e chefes de sessão dos locais, todos eles possuíam capacitação e conhecimento do setor de hortifrutigranjeiro e todos foram cordiais com a pesquisa, foi importante realizar a pesquisa de campo assim foi verificado os desperdícios que as empresas têm, pode-se notar também que alguns estabelecimentos pequenos tinham gondolas e

produtos em grande quantidade e com um fluxo de pessoas no local mínimo.

Com o questionário aplicado nos supermercados e mercados do município de Cacoal-RO, observou-se que os supermercados conseguem meios de reduzir o custo da chegada do produto negociando com o fornecedor, porém ainda há outros custos como os de manuseio principalmente por parte do cliente no qual apertam frutas que geram grande desperdício no setor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo abordou questões sobre o alto índice de desperdício no setor hortifrutigranjeiro, o que motivou a realizar a pesquisa de campo no município de Cacoal para averiguar se essa realidade também atinge o município, visto que os desperdícios causados pelo setor podem acarretar em grandes perdas para as empresas reduzindo seus lucros.

Na execução da pesquisa não foram encontradas muitas dificuldades, pois maioria dos mercados e supermercados foram receptivos e ficaram interessados em realizar a pesquisa, apenas alguns supermercados não participaram, pois alegaram que estavam sem tempo, ou que o responsável estava de férias ou não se encontrava no local.

Com base na pesquisa um dos objetivos específicos era analisar o tempo de trajeto do produto e o tempo de vida útil do produto, de acordo com os pesquisados o tempo médio do percurso até o consumidor final o produto fica entre 3 a 4 dias, o tempo gasto para o transporte desde sua chegada até o supermercado é fundamental para determinar a durabilidade, visto que são alimentos perecíveis e que a vida útil é baixa, porém nos supermercados as vendas são rápidas, em média de 3 a 4 dias assim que postos nas gondolas.

Quanto a vida útil de alguns dos produtos que é em média uma semana, alguns desses produtos já chegam estragados ou moles, porém quando averiguado na hora da chegada aos supermercados, os mesmos devolvem e abatem o valor na próxima compra, isso já é negociado com os fornecedores, e quando o fornecedor é local, o produto é apenas devolvido e o valor da compra é descontado.

Verificando como o produto é armazenado, pode-se perceber que mais da metade dos supermercados possuem um custo de armazenamento, pois seus produtos têm uma média de 2 a 4 dias guardados no refrigerador, alguns desses produtos hortifrutigranjeiros são armazenados em pequenas geladeiras nos estabelecimentos que não tem câmera fria, o que pode causar um acumulo exagerado de produtos e causar amassamentos, já alguns pequenos mercados que optam pelo uso de carga seca não fazem o uso de refrigeradores, pois segundo eles quando o produto chega do caminhão e vai direto para a geladeira ele leva um “choque térmico” e faz com que os produtos estraguem mais rápido.

Em relação aos custos as empresas que fazem o uso de pequenas geladeiras ou câmaras frias têm seu custo entre R$ 1.500,00 a R$ 4.500,00, já os estabelecimentos que optam pela carga seca eles possuem um custo mais elevado pois o valor é superior a R$ 4.500,00, visto que não fazem o uso de refrigeradores para armazenar os produtos, as chances de diminuir a vida útil dos produtos são maiores, causando assim um maior custo a empresa.

Outro objetivo foi averiguar como o produto é disposto nas gôndolas e quanto tempo de vida útil tem. Na parte de colocação das gondolas grande parte dos supermercados não fazem treinamento com seus funcionários há apenas uma pessoa as orienta como foi citado na entrevista, e também foi verificado com observação que os funcionários repõem a mercadoria com base no volume das gondolas se estiverem muito baixas o produto é reposto.

De acordo com próximo objetivo especifico que era analisar o desperdício de cada supermercado, com a observação não participante notou-se que os supermercados têm grandes perdas principalmente pelo manuseio dos produtos pelas pessoas, pois além de pegarem uma fruta e apertar para ver se está boa, também acaba pegando a do lado e repetindo o processo, fazendo com que estrague mais produtos, o cuidado quanto ao armazenamento também é importante, visto que maioria dos supermercados aglomeram os produtos em pequenas geladeiras acarretando assim um amassamento dos mesmos, e o compartilhamento de gases que as frutas soltam, podendo alterar o cheiro umas das outras.

Outro tópico é a questão do controle de custos do setor, onde 40% das

empresas não fazem esse controle, ou seja, não têm ideia do quanto se perde com os produtos hortifrutigranjeiros, sendo assim algumas empresas não conseguem obter números reais do que realmente está se perdendo no setor.

Quanto aos pontos fortes do setor hortifrutigranjeiro dos supermercados pode-se ressaltar a venda rápida dos produtos nos supermercados de grande porte, que geralmente leva de 1 a 2 dias para serem vendidos, e também a forma de negociação com os fornecedores que abatem o preço dos produtos que chegam estragados fazendo assim com que haja uma pequena redução nos custos dos produtos, e acarretando assim uma perda semanal menor do que o esperado.

Quanto aos pontos fracos pode-se citar a forma do armazenamento da maioria dos supermercados que utilizam apenas pequenas geladeiras para o armazenamento do produto, também a falta de capacitação com os funcionários que basicamente têm apenas um gerente que os auxilia na forma de como repor os produtos, é também importante ressaltar que as mercadorias de carga seca são as que acarretam um custo maior para as empresas do que as refrigeradas pois demoram mais a chegar e o estado de conservação é apenas o ambiente natural prejudicando a vida útil do produto.

Para solução desses pontos é interessante que as empresas principalmente as pequenas optem mais pela carga refrigerada por obter um tempo maior de vida útil, e se possível fazerem um treinamento aos funcionários do setor, que geralmente em mercados menores são duas a três pessoas que fazem toda a reposição do mercado, recorrer a parceria entre os mercados para trazer as mercadorias também é uma opção viável para a redução de custos com o frete dos produtos.

Para fixar é interessante que as empresas façam manuais próprios quanto ao setor para que os funcionários saibam exatamente o que deve ser feito quanto layout e armazenamento dos produtos, também é interessante buscar mais parcerias para que os custos de frete sejam reduzidos, assim como utilizar os produtos que estão prestes a estragar na cozinha da empresa para que possa preparar produtos tanto para os funcionários quanto para a venda na padaria, tendo assim uma grande redução nos custos de seus produtos. Deixando algumas sugestões para novas pesquisas: A verificação da estratégia de vendas dos

produtos hortifrutigranjeiros dos supermercados.

REFERÊNCIAS

1 ABRETI. **País perde R$ 46 bi com modais ruins**. 2006. Disponível em: <http://www.abreti.org.br/news/04_12_06.htm>. Acesso em: 20 dez. 2015.

2 ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese**: uma abordagem simples, prática e objetiva. São Paulo: Atlas, 2011.

3 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS. **Supermercado fatura 3,5% menos com perdas.** 2014. Disponível em: www.abras.com.br/clipping.php?area=31&clipping=44141. Acesso em: 26 fev. 2016.

4 ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE SUPERMERCADOS. **Resíduos de agrotóxicos em hortifrúti estão na mira do varejo**. 2016. Disponível em: http://www.portalamis.org.br/?secao=noticias&id=1496. Acesso em: 23 fev. 2016.

5 ASSOCIAÇÃO PARAENSE DE SUPERMERCADOS. **Boas práticas no setor de perecíveis**. 2010. Disponível em: <http://www.aspas.com.br/pdf/Boas%20praticas%20%20no%20setor%20de%20pereciveis%20_2010_.pdf >. Acesso em: 15 nov. 2015.

6 ASSOCIAÇÃO PAULISTA DE SUPERMERCADOS. **FLV e FCN debatem integração do Setor**. Disponível em: <http://www.portalapas.org.br/imagens/imprensa_06/11- julho-press-kit-FLV-e-FCN-2006.doc>. Acesso em: 17 fev. 2016.

7 ASSOCIAÇÃO DE SUPERMERCADOS DO MATO GROSSO. **Hortifrúti: O poder de aumentar as vendas e fidelizar clientes**. 2014. Disponível em: <http://www.asmat.com.br/novo/noticiasv.php?id_noticia=1169>. Acesso em: 10 mar. 2016.

8 BALLOU, Ronald H**. Logística Empresarial: Transportes, Administração de Materiais e Distribuição Física.** São Paulo, Editora Atlas, 1993.

9 CORRÊA, Luiz Henrique; DIAS, George Paulus Pereira. **De volta à gestão de estoques: as técnicas sendo usadas pelas empresas**. Fundação Getúlio Vargas. Anais ... SIMPODI, 2008.

10 CZINKOTA, Michael R. **Marketing: a melhores práticas**. Porto Alegre: Editora: Bookmamn, 2001.

11 *Food and Agriculture Organization*. **Consumo de adubos cresce duas vezes a média mundial**. 2010. Disponível em: <http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/agencia_noticias/noticias_detalhes.asp?CodNoticia=12079> Acesso em: 15 fev. 2016.
13 FERREIRA, Ricardo J. **Contabilidade de custos**, 6ª Edição. São Paulo: Ferreira, 2010.

12 GIL, Antonio Carlos. **COMO ELABORAR PROJETOS DE PESQUISA**.4. ed.: São Paulo: Editora Atlas, 2003.

13 IBGE. **O que é censo?,** 2016. Disponível em < http://7a12.ibge.gov.br/sobre-o-ibge/o-que-e-censo.html > Acesso em: 15 Jan. 2016.

14 KOTLER, Philip – **Administração de Marketing** – 10ª Edição, 7ª reimpressão – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

15 MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 2002.

16 MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** São Paulo: Atlas, 2008.

17 MATTOS, JC., TOLEDO. J. C. **Custos da qualidade: diagnóstico nas empresas com certificação ISO 9000**. Revista Gestão & Produção. Vol. 5, Nº 3. São Carlos, 1998.

18 ONG BANCO DE ALIMENTOS. **Manual de boas práticas – Hortifrutigranjeiros**. 2010. Disponível em: <http://www.4shared.com/office/PhxgY84Xce/MANUAL20DE20BOAS20PRC1TICAS20-.html>. Acesso em: 18 nov. 2015.

19 PRATES, Fernando R. **Contabilidade de Custos**.2005. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/3074015/8/Classificacao-dos-Custos-%E2%80%93-Comportamento>. Acesso em: 20 fev. 2016.

20 PRODANOV, Cleber C.; FREITAS, Ernani C. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. Ed. Novo Hamburgo: Editora: Universidade Feevale, 2013.

21 SEBRAE, **Controle de Estoque – Ferramenta de gestão**. 2014. Disponível em:<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/planilha/controle-de-estoque---ferramenta-de-gestao> Acesso em: 20 fev. 2016.

22 SEBRAE, **Tendências da comercialização de frutas, verduras e legumes (FLV)**. 2012. Disponível em:<https://issuu.com/camilasebrae/docs/boletim_oportunidades_e_neg_cios_-_novembro> Acesso em: 20 fev. 2016.

23 SOBER, **Logística Interna de frutas, legumes e verduras (FLV) em supermercados: um estudo multicasos em Campo Grande/MS**. 2008. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/9/899.pdf > Acesso em: 27 jan. 2016

24 VIANA, João José. **Administração de materiais.** São Paulo: Atlas S.A., 2002.

25 WERNKE, Rodney. **Gestão de custos: uma abordagem prática**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANEXO

ANEXO A: TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) a participar, como voluntário (a), da pesquisa **REDUÇÃO DE CUSTOS DOS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS DOS SUPERMERCADOS DA CIDADE DE CACOAL/RO**, no caso de você concordar em participar, favor assinar ao final do documento. Sua participação não é obrigatória, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o pesquisador (a) ou com a instituição.

Você receberá uma cópia deste termo onde consta o telefone e endereço do pesquisador (a) principal, podendo tirar dúvidas do projeto e de sua participação.

PROGRAMA: Título de Bacharel em Administração – Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR
PESQUISADOR (A) RESPONSÁVEL: ANTHONY MANSKE VIEIRA
ENDEREÇO: AV. DOIS DE JUNHO
TELEFONE: (69) 8146-8834

OBJETIVOS:
Analisar os custos do setor hortifrutigranjeiro dos mercados e supermercados de Cacoal/RO e contribuir para a redução de desperdícios nestes estabelecimentos. Analisar o tempo de trajeto do produto – ponto de saída/chegada – e a vida útil nesse percurso; verificar como o produto é armazenado; averiguar como o produto é colocado nas gôndolas e quanto tempo de vida útil tem; verificar a estratégia de venda; analisar o desperdício de cada supermercado pesquisado.

PROCEDIMENTOS DO ESTUDO: Os dados coletados serão tabulados e analisados para fechamento do Artigo para Graduação no curso de Administração da Universidade Federal de Rondônia.

RISCOS E DESCONFORTOS: a pesquisa não oferece nenhum risco ou prejuízo ao participante.

BENEFÍCIOS: A pesquisa trará como benefícios possíveis soluções quanto ao custo dos produtos hortifrutigranjeiros.

CUSTO/REEMBOLSO PARA O PARTICIPANTE: Não haverá nenhum gasto ou pagamento com sua participação.

CONFIDENCIALIDADE DA PESQUISA: Garantia de sigilo que assegure a sua privacidade quanto aos dados confidenciais envolvidos na pesquisa. Os dados e o seu nome não serão divulgados.

Assinatura do Participante: _____

ANEXO B: TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Eu, ANTHONY MANSKE VIEIRA, DECLARO para todos os fins de direito e que se fizerem necessários que isento completamente a Fundação Universidade Federal de Rondônia – Câmpus Professor Francisco Gonçalves Quiles em Cacoal, o orientador e os professores indicados para comporem o ato de defesa presencial, de toda e qualquer responsabilidade pelo conteúdo e ideias expressas no presente trabalho de conclusão de curso.

Estou ciente de que poderei responder administrativa, civil e criminalmente em caso de plágio comprovado.

Cacoal / RO, ____ de _____ de 20___

_____
ANTHONY MANSKE VIEIRA

APÊNDICE

APÊNDICE A: FORMULARIO DA PESQUISA.

REDUÇÃO DE CUSTOS DOS PRODUTOS HORTIFRUTIGRANJEIROS

AUTOR: ANTHONY MANSKE VIEIRA

1) De acordo com as compras feitas dos hortifrutigranjeiros no supermercado

Qual a porcentagem de compra feita na região Sul?

A. ( ) Não compra do Sul
B. ( ) 10%
C. ( ) 20%
D. ( ) 30%
E. ( ) 50% ou mais
F. ( ) Toda compra é feita no Sul

Qual a porcentagem de compra feita na nossa região (Norte)?

A. ( ) Não compra na nossa região
B. ( ) 10%
C. ( ) 20%
D. ( ) 30%
E. ( ) 50% ou mais
F. ( ) Toda compra é feita no Norte

Qual porcentagem de compra feita na região Sudeste?

A. ( ) Não compra do Sudeste
B. ( ) 10%
C. ( ) 20%
D. ( ) 30%
E. ( ) 50% ou mais
F. ( ) Toda compra é feita no Sudeste

2) Em média, quantos dias de trajeto o produto tem – pontos de saída até sua chegada – no estabelecimento?

A. ( ) Em média 1 dia;

B. ( ) Em média 2 dias;

C. ( ) Em média 3 dias;

D. ( ) Em média 4 dias;

E. ( ) Em média 5 dias.

3) Quanto à entrega dos produtos hortifrutigranjeiros comprados, a empresa:

A. ( ) Possui caminhões com câmara fria para fazer este percurso;

B. ( ) Recebe os produtos por caminhão de câmara fria de fornecedores;

C. ( ) Faz parcerias com outros supermercados para diminuir o valor de frete;

D. ( ) Possui caminhão, mas para que o frete seja mais barato, também vende para outros supermercados;

E. ( ) Não possui caminhão próprio e o frete demora mais a chegar fazendo com que estraguem mais produtos.

4) Qual a porcentagem dos produtos que chegam estragados?

A. ( ) De 5% a 10% da carga;

B. ( ) De 11% a 15% da carga;

C. ( ) De 16% a 20% da carga;

D. ( ) De 21% a 25% da carga;

E. ( ) De 26% a 30% da carga;

5) Quanto tempo os produtos ficam armazenados no refrigerador do estabelecimento?

A. ( ) Em média de 2 a 4 dias;

B. ( ) Em média de 5 a 7 dias;

C. ( ) Em média de 8 a 10 dias;

D. ( ) Em média de 10 a 11 dias;

E. ( ) Até que cheguem os novos produtos.

6) Qual o valor do armazenamento no seu estabelecimento?

A. ( ) Em média de R$ 1.500,00 a R$ 2.500,00 ao mês;

B. ( ) Em média de R$ 2.600,00 a R$ 3.500,00 ao mês;

C. ( ) Em média de R$ 3.600,00 a R$ 4.500,00 ao mês;

D. ( ) Em média de R$ 4.600,00 a 5.500,00 ao mês;

E. ( ) Mais de R$ 6.000,00 ao mês.

7) Em média, quantos dias os produtos hortifrutigranjeiros são vendidos?

A. ( ) De 1 a 2 dias;

B. ( ) De 3 a 4 dias;

C. ( ) De 5 a 6 dias;

D. ( ) De 7 a 8 dias;

E. ( ) Mais de 9 dias.

8) Quanto se perde semanalmente de frutas?

A. ( ) Menos de 5%;

B. ( ) Mais de 10%;

C. ( ) Mais de 15%;

D. ( ) Mais de 20%;

E. ( ) Mais de 25% ou mais;

9) Quanto se perde semanalmente de legumes?

A. ( ) Menos de 5%;

B. ( ) Mais de 10%;

C. ( ) Mais de 15%;

D. ( ) Mais de 20%;

E. ( ) Mais de 25% ou mais;

10) Quanto se perde semanalmente de verduras?

A. ( ) Menos de 5%;

B. ( ) Mais de 10%;

C. ( ) Mais de 15%;

D. ( ) Mais de 20%;

E. ( ) Mais de 25% ou mais;

11) A empresa faz controle de custos no setor hortifrutigranjeiro, controlando entradas e desperdícios?

A. ( ) Sim, semanalmente;

B. ( ) Sim, mensalmente;

C. ( ) Sim, anualmente;

D. ( ) Sim, de acordo com as vendas;

E. ( ) Não, a empresa não faz este controle.

12) Os colaboradores que trabalham fazendo a reposição dos produtos são:

A. ( ) Equipe treinada pelo supermercado para trabalhar somente no setor;

B. ( ) Contratação de colaboradores já treinados para o layout do produto;

C. ( ) Não tem treinamento, somente uma pessoa para orientá-los;

D. ( ) Não são sempre os mesmos colaboradores, pois a empresa faz rodízio interno de funcionários;

E. ( ) A empresa não faz treinamento em setor específico.

APÊNDICE B: FORMULARIO DA ENTREVISTA.

Questões para Entrevista

1. Como é feito o controle da compra do FLV no seu supermercado?
2. Qual o fator que mais apresenta custo na comercialização dos FLV?
3. Você normalmente compra direto do produtor ou centros de distribuição?
4. Possui Caminhão próprio ou normalmente trabalha com frete?
5. Como é feito o controle dos produtos que chegam amassados ou apodrecidos?
6. Como você controla os produtos que vão para as gondolas? Eles ficam muito tempo em armazenamento? Os que estão amassados ou moles você os reutiliza, faz doação ou vai perca?
7. Em média quanto tempo demora a venda dos hortifrutigranjeiros?
8. No seu estabelecimento possui uma câmara fria para o armazenamento dos produtos? Você segue algum modelo de estocagem?
9. Você possui um controle de suas perdas? Se sim como você as controla?
10. Como você estipula o preço dos seus produtos do FLV?
11. Vocês fazem treinamento aos seus funcionários? Eles têm que seguir algum padrão quanto aos cuidados com os produtos hortifrúti?
12. Se você pudesse mudar algo na comercialização dos FLV, o que mudaria?