

A LOGÍSTICA PARA PEQUENOS EMPREENDIMENTOS NO COMÉRCIO DE SERVIÇOS: BARES E RESTAURANTES

GASPARETO, Marcos A. – mgaspareto@hotmail.com – Fatec Americana – SP
VENTURA, Acácia – acaciaventura21@gmail.com – Fatec Americana – SP

RESUMO

Várias questões são levantadas quando se fala em Logística e o que leva a questionamentos ainda maiores quando usado o termo como Cadeia de Suprimentos e o emprego da logística nas atividades e processos de uma empresa, comércio ou prestador de serviço. Quando se pesquisa dos conceitos logísticos, em livros, artigos ou internet aproxima-se do entendimento o que torna possível enxergar ela como ferramenta importantíssima em qualquer cenário de um grande ou de um pequeno empreendimento. Logística é o processo de planejar, comprar, produzir, armazenar, transportar, vender. É atender a demanda de clientes e de produtos, buscando sim a satisfação. Conceitos relacionados a custo, produção e tantos outros são oferecidos pela logística com o propósito de se fazer mais com menos ou ainda mais em menos tempo. Dentro do cenário logístico é possível enxergar toda uma cadeia de gerenciamento de processos presente na indústria, no comércio e até mesmo no restaurante ou lanchonete que você frequenta. O estudo aplicado ao artigo tem por objetivo facilitar o entendimento dos processos logísticos dentro de um restaurante ou lanchonete. Foi utilizado o método hipotético dedutivo. Apresenta um estudo de caso e destaca a logística com ênfase a gestão de compras como recurso e possível solução. Assim como se planeja a compra da semana seguinte é possível avaliar o consumo anterior, bem como avaliar fornecedores, prazos e qualifica-los, objetivando atender demanda e otimizar o processo de compra e produção.

Palavras chave: logística; logística empresarial; cadeia de suprimentos; compras; bares e restaurantes;

ABSTRACT

Several questions are raised when it comes to logistics and which leads to even more questions when used the term as supply chain and employment in logistics activities and processes of a company, trade or service provider. When searching logistical concepts in books, articles or internet approaches the understanding which makes it possible to see it as a very important tool in any scenario of a large or a small enterprise. Logistics is the process of planning, purchase, produce, store, transport, sell. It meets the demand of customers and products, rather seeking satisfaction. Concepts related to cost, production and many others are offered by logistics in order to do more with less or more in less time. Within the logistics scenario it is possible to see this whole process management chain in industry, commerce and even in the restaurant or coffee shop you frequent. The study applied to paper aims to facilitate understanding of logistics processes within a restaurant or cafeteria. It used the hypothetical deductive method. It presents a case study

and points out the logistics with emphasis on purchasing management as a resource and possible solution. As you plan the purchase of the following week it is possible to evaluate the previous consumption and assess suppliers, timing and qualifies them, aiming to meet demand and optimize purchasing and production process.

Keywords: logistics; small businesses; supply chain; shopping; bars and restaurants;

1. INTRODUÇÃO

Segundo Balou (2001, p.29), “A cadeia de Suprimentos é um conjunto de atividades funcionais, transportes, controle de estoques, etc. Atividades que se repetem inúmeras vezes ao longo do canal pelo qual matérias primas vão sendo convertidas em produtos acabados, aos quais se agrega valor ao consumidor. Isso se torna perceptível nas indústrias de transformação e produção”.

Conforme citações de Chopra & Meindl (2003, p.3), “...uma cadeia de suprimentos engloba todos os estágios envolvidos, direta ou indiretamente, no atendimento de um pedido ao cliente. A cadeia não inclui apenas fabricantes e fornecedores, mas também transportadores, depósitos, varejistas e os próprios clientes. Ainda uma cadeia de suprimentos é dinâmica e envolve fluxo constante de informações, produtos e dinheiro em diferentes estágios. Sendo assim o objetivo de toda cadeia de suprimentos é maximizar lucro ou o valor agregado a seus produtos e minimizar custos de produção ou mesmo de revenda”.

Complementando as afirmações ainda Christopher (2015, p.3 - p.4) “... cita que o foco da Cadeia de Suprimentos está na gestão de relações... Sugere também que a palavra “cadeia” deveria ser substituída por “rede”, já que normalmente existirão vários fornecedores e, de fato, fornecedores dos fornecedores, bem como vários clientes e clientes dos clientes a serem incluídos no sistema total”.

O autor (2015, p. 11) ainda usa definição do cliente alegando que:

O foco básico do varejo está localizado no consumidor final. Muito embora pequenas firmas e organizações possam comprar diretamente nas lojas de varejo, a tendência geral é de que as empresas, por disporem de setores de compras, crédito e pessoal especializado, adquiram produtos através de atacadistas ou diretamente de fabricantes. Por isso o foco principal do comércio é o consumidor pessoa física.

Para tanto é possível observar que a logística ou assim chamada cadeia de suprimentos ou ainda rede de suprimentos se faz necessária em qualquer esfera industrial ou comercial. Assim a aplicação pode ser enxergada dentro de bares e restaurantes, estabelecimentos com prestação de serviços alimentícios que foca atendimento ao cliente final.

Observando o cenário recente, principalmente com a crise econômica e política, o texto tem como **justificativa**, a importância do artigo para fins acadêmicos, já que há pouco material teórico disponível na internet e em livros direcionado ao tema; a justificativa social tem por finalidade auxiliar futuros leitores e pequenos empreendedores do setor comercial, mais especificamente de bares e restaurantes, mostrando uma visão simplificada do processo logístico em estabelecimentos menores; quanto a justificativa pessoal centra-se em expor o entendimento como empreendedor sobre processos logísticos empregados e cadeia de suprimentos no funcionamento de um restaurante aprofundado no estudo de caso relatado somando a experiência real, conhecimento e informações de material pesquisado. O que pode ser observado em pequenos comércios é que mesmo com alguns procedimentos logísticos eventualmente se acaba burlando ou ainda assim passando despercebido por um ou mais destes processos. Podendo comprar

sem estrutura de armazenamento adequado; sem pesquisa de fornecedores e garantias obtidas; não ter planejamento de produção e elaboração de plano estratégico para atendimento de clientes objetivando uma satisfação final e melhor aproveitamento de processos e das ferramentas empregadas pela logística.

O **problema** da pesquisa está pautado nos dados da ABRASEL, 67%, (DISPLAL ARTIGOS PROFISSIONAIS, 2015) que afirma em pesquisa dos restaurantes abertos no país que fecham as portas em menos de dois anos. Apesar do crescimento do setor ser de 7% ao ano, quase duas vezes maior do que o PIB nacional, os estabelecimentos continuam a fechar; observa-se que há poucos artigos logísticos a tratar de assuntos similares e que muito dos problemas enfrentados por pequenos e médios empreendedores se dá pela falta de preparo ou planejamento estratégico “logístico”.

Já a **pergunta**: A logística pode ajudar bares e restaurantes a se manterem em funcionamento e obter melhor desempenho?

As **hipóteses** foram: a) A Logística e seus processos podem ajudar a manter um estabelecimento em funcionamento; b) Na verdade o conhecimento e os processos são necessários em escala de produção ou transporte, não diz a respeito ao comércio e, c) Provavelmente conhecimentos logísticos podem ser somados aos conhecimentos práticos e experiência de gestão.

O **objetivo geral** foi de estudar a logística utilizada no comércio de bares e restaurantes varejista, objetivando levantar problemas no gerenciamento de compras.

E os **objetivos específicos** foram: a) levantar referências bibliográficas sobre logística e logística empresarial, visando compreender sua importância para bares e restaurantes varejistas; b) fazer um estudo de caso de um restaurante localizado no município de Americana, SP buscando demonstrar que a falta de gerenciamento de compras pode levar ao baixo rendimento financeiro e possível fechamento e, c) refletir sobre um cenário simples de prestação de serviço, objetivando empregar o gerenciamento logístico com ganho monetário e resoluções de problemas cotidianos decorrentes em bares e restaurantes.

Para melhor aprofundar o estudo, o **método** usado Hipotético-Dedutivo, que é compreendido por Karl R. Popper, onde para dar a pesquisa um caráter mais objetivo e racional, além de buscar interpretar dentro de um caráter sociológico e voltado para das Ciências Sociais. Afinal, a concretização da pesquisa é possível pelo método hipotético dedutivo, pois possui três fases, são elas:

1ª que corresponde o contexto da descoberta da pesquisa, que vão desde o conhecimento prévio até a elaboração e construção das hipóteses;

2ª denominada de contexto de justificação inicia-se da testagem até a nova teoria e,

3ª que são somente os questionamentos referentes ao novo problema.

A **pesquisa** foi classificada de acordo com sua natureza como básica pura ou fundamental, que é:

[...] aquela que procura o progresso científico e a ampliação de conhecimentos teóricos, sem a preocupação de utilizá-los na prática. É a pesquisa formal, tendo em vista generalizações, princípios, leis. Tem por meta o conhecimento pelo conhecimento. (MARCONI e LAKATOS, 2009. p. 6).

Para a abordagem a pesquisa utilizada foi a descritiva, que para Andrade (2009, p. 114), “nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. Isto significa que os

fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador”.

Para atingir os objetivos, a pesquisa utilizada foi a documental, que corresponde a “toda a informação coletada, seja de forma oral, escrita ou visualizada. Ela consiste na coleta, classificação, seleção difusa e utilização de toda a espécie de informações, compreendendo também as técnicas e os métodos que facilitam a sua busca e a sua identificação”, explica Fachin (2006, p. 146).

Por fim, em relação aos procedimentos técnicos, foi utilizada a pesquisa bibliográfica, que é descrita por Marconi e Lakatos (2009, p. 57) como:

[...] um levantamento que abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto (...). (MARCONI e LAKATOS, 2009, p. 57).

2. LOGÍSTICA E LOGÍSTICA EMPRESARIAL

2.1 LOGÍSTICA

Para Ballou (2006, p. 27) a logística: “é o processo de planejamento, implantação e controle do fluxo eficiente e eficaz de mercadorias, serviços e das informações relativas desde o ponto de origem até o ponto de consumo com o propósito de atender às exigências dos clientes”. Podendo acrescentar que a logística também lida, além de bens materiais, com o fluxo de serviços, uma área com crescentes oportunidades de aperfeiçoamento.

Christopher (2015, p.1-3) explica que: “Logística e gestão de cadeias de suprimentos não são ideias novas. A partir da construção das pirâmides para alívio da fome na África, os princípios que sustentam o fluxo eficiente de materiais e informações para atender aos requisitos dos clientes foram pouco alterados”.

Ao longo da história da humanidade guerras são vencidas e perdidas por forças e capacidades logísticas ou pela falta delas. Argumenta-se que a derrota dos britânicos na Guerra da Independência norte americana pode ser largamente atribuída à falha de logística.

Logística é o processo de gestão estratégica da aquisição, movimentação e armazenagem de materiais, peças e estoque finais (e os Fluxos de informação relacionados) por meio da organização, de tal forma que a rentabilidade atual e futura seja maximizada através da execução de pedidos, visando custos benéficos.

Ainda segundo Christopher (2015, p.3-4)

[...] A logística é em essência uma orientação e uma estrutura de planejamento que visam criar um único plano para o fluxo de produtos e informações por meio de um negócio. Ele também afirma que o foco da gestão da cadeia de suprimentos está na cooperação, na confiança e no reconhecimento de que bem gerido, o ‘todo pode ser maior que a soma de suas partes’.

2.2 LOGÍSTICA EMPRESARIAL E COMPRAS

Ballou (1993, p.17) defende que: “[...] A logística empresarial estuda como a administração pode prover melhor nível de rentabilidade nos serviços de distribuição aos clientes e consumidores [...]”. A logística é um assunto vital.

A evolução natural de pensamento se torna possível quando se aplica uma concepção logística a atividades relacionadas ao fluxo de produtos e serviços de forma

administrativa. As empresas devem realizar essas atividades como parte essencial em seus negócios.

Em escala global a logística tem grande importância, através de sistemas logísticos eficientes formam-se bases para o comércio e a manutenção de alto padrão de vida. É preciso observar que custos logísticos é um fator chave para estimular o comércio e quando falamos em custos diretamente também falamos de compras.

A administração das compras de uma empresa era visualizada como um fator meramente burocrático. O surgimento da crise do petróleo de 1973-1974 foi marcante para a atuação de Compras, pois a redução de matéria-prima no cenário mundial, decorrente da crise, demandou dessa função uma atitude mais ativa para o ressurgimento das necessidades das empresas. A sua atuação, durante aquele período de escassez, trouxe uma significativa atenção da organização para o setor. Os fatores quando, quanto e como comprar, passaram a ser determinantes para a continuidade das empresas no mercado competitivo (MARTINS & ALT, 2001).

Segundo Martins e Alt (2006, p.81):

A gestão da aquisição – a conhecida função de compras assume papel verdadeiramente estratégico nos negócios de hoje em face do volume de recursos, principalmente financeiros, envolvidos, deixando cada vez mais para trás a visão preconceituosa de que era uma atividade burocrática e repetitiva, um centro de despesa e não um centro de lucros.

O valor total gasto nas compras de insumos para a produção, seja produto ou serviço final, varia de 50% a 80% do total das receitas brutas.

Em dias atuais, a função compras é vista como um processo logístico dentro das empresas, ela faz parte da cadeia de suprimentos, cabe à área de compras nas empresas o cuidado com os níveis de estoque, pois estoque alto pode acarretar problemas diversos como aumentar custo da manutenção e por outro lado estoques baixos também podem limitar a capacidade de produção.

Dada às afirmativas conceituadas é possível afirmar que compras é um setor ou operação importantíssima na gestão de logística empresarial.

3. ESTUDO DE CASO

Para o estudo de caso, baseou-se nos dados apresentados anteriormente no item Problema, sobre fechamento de estabelecimentos comerciais de bares e restaurantes, o objeto de estudo é o Bar e Restaurante Estação, que funcionou na cidade de Americana de maio/2007 a março/2008, fechando dentro do prazo afirmado de 2 anos.

O Bar e Restaurante Estação, assim como outras empresas, tinha despesas fixas e também empregava funcionários em sua gestão administrativa e de produção de serviços.

Um dos principais problemas apresentado pela gestão, ocorria no processo de compra através do varejo incluindo supermercados. As compras sempre originadas nestes estabelecimentos não davam margem suficiente para agregar valor final aos produtos, pois a empresa em si também tinha que manter além dos custos fixos gerados por uma empresa devidamente registrada uma política de preço moderada que acompanhava de perto a livre concorrência de preços praticados.

O problema relacionando a compra aparentemente de simples solução, envolve vários processos logísticos, por parte em específico da compra como selecionar fornecedores, planejamento de consumo da produção “PCP”, busca pelo menor custo e assim por diante.

Quando se fala em custo na logística é preciso analisar todos os valores empregados no processo. E procurar as soluções que vão deixar o produto final com um custo que possa ser atraente ao consumidor assim chamado “cliente final”.

O seguimento em questão é um prestador de serviços varejistas, vende um produto final que por sua vez adquire matéria prima de vários fornecedores que são clientes de fornecedores ainda maiores e possíveis produtores diretos.

No que se trata de fornecedores conforme a citação de Christopher o propósito para melhor atender a sua demanda de compra é proporcionar uma “rede” de suprimentos, conceituando que na verdade um restaurante se torna cliente do fornecedor e no próximo passo fornecedor de seu cliente final e que como comércio em questão também procura competitividade e menor preço por um benefício satisfatório.

A logística tem como premissa fazer melhor e mais barato. Observando esse contexto é possível entender que um restaurante pagando menos pelo que compra, aumenta sua margem de lucro e não necessariamente compromete a qualidade e o nível de serviço e atendimento.

Uma vez fazendo um planejamento do consumo e elaboração de lista de materiais, será possível visualizar e real necessidade do dinheiro empregado e condições para qualificar o fornecimento de materiais essenciais. Respeitando um controle de pedido também será possível ser atendido pelo fornecedor de forma mais rápida e programada, não resultando em possíveis desvios eventuais de compras extras. É necessário manter uma relação com os fornecedores que possa ser convertida até mesmo em prazo para pagamento futuro ou benefícios oferecidos pela chamada fidelidade comerciais. Comprando em maior quantidade de uma matéria prima principal o proprietário consegue menor custo e mantém o ciclo produtivo. Em resumo a logística defende que para comprar é necessário saber o que, quando e quanto comprar. Ainda podendo colocar questionamentos de quem comprar ou de qual fornecedor escolher.

Nos dias de hoje, a própria situação de varejo mudou bastante, a cada dia que passam mais fornecedores tentam manter em seus clientes certa fidelidade para sua venda, possibilitando um planejamento de compra e venda que visa atender a necessidade de demanda do cliente. Fornecedores se adéquam até mesmo as quantidades solicitadas no pedido de compra e oferecem facilidades a mais com uma rotina de prazos reduzidos na entrega, ou seja, entrega mais vezes o produto ao cliente facilitando à logística e tudo isso se torna menos custoso quando existe um planejamento ou mapa de roteirização da entrega.

Atualmente é possível argumentar que em se tratando de uma empresa comercial e de porte menor, hoje no cenário de fornecimento existem mais opções de compra como exemplo os centros atacadistas de varejo. Mas o entendimento logístico ainda defende sobre o planejamento outros custos que devem fazer parte da sua análise de compra como prazo de entrega e transporte. É preciso observar quanto está se gastando e se o fornecedor talvez tenha condições de entrega que respeite sua real necessidade. Em caso de prejuízo sempre é permitido uma nova negociação que procure satisfazer o objetivo de ambos ou possível troca de fornecedor.

São muitas as ferramentas que podem ser usadas no gerenciamento logístico das empresas e, como já citadas anteriormente, o foco em compras é se não o passo principal, mas o inicial para obter bons resultados na produção do seu produto, seja ele de qualquer natureza. Quem compra no momento passa a ter condições de pesquisar e escolher a sua melhor decisão. Observando sempre a demanda e buscando otimização de serviços e produção.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo pesquisado, é afirmativo dizer que o objetivo geral foi atingido, pois uma vez dentro do processo logístico as empresas retêm informações necessárias para uma melhor prestação de serviços e planejamento, dando ênfase ao setor de compras que chega a comprometer entre 50% e 80% do faturamento bruto de uma empresa ou comércio. Sendo assim faz do setor de compras uma importante ferramenta para otimizar custos e gerar receita.

No cenário atual sempre se almeja o sucesso para empreendimentos continuarem em funcionamento e buscando um grau de excelência e aceitação pelos consumidores, faz com que a hipótese verdadeira seja nossa alternativa “C” que vê a provável união dos dois tipos de conhecimentos o prático e o teórico, objetivando assim um entendimento ampliado de gestão administrativa.

A justificativa apresentada é correta. Assim como é possível afirmar que há pouco sobre o tema estudado, havendo necessidade de pesquisas futuras e aprofundadas, englobando mais processos logísticos, que são empregados nas diversas operações desempenhadas numa empresa de grande ou pequeno porte.

A compra, o recebimento, o planejamento estratégico, o transporte, o marketing, são tantas as ferramentas aplicadas que até mesmo fica difícil enumerá-las. Em tempos de crise é possível observar a necessidade de criar e aproveitar oportunidades, estar sempre conectado e buscar soluções para a diversidade de problemas que possam existir, além de observar a demanda.

Pela própria natureza e aspecto cultural o homem procurar manter-se em um mundo produtivo e monetário, sendo necessário parar, pensar e agir. A tomada de decisão precisa estar fundamentada e procurar conceitos aplicados que podem ajudar de forma assertiva.

O restaurante assim como qualquer empresa precisa ter visão sistêmica e buscar índices de desempenho que possibilite gestão de crescimento e funcionamento, uma vez empregando a logística é possível observar e implantar índices para o planejamento e atividades operacionais.

Com a globalização a logística mostra que está presente no cenário mundial e ligada a todo um gerenciamento de processos, independente da segmentação. Ela deixa de ser apenas uma ferramenta voltada para o transporte e armazenagem e abrange uma nova tendência onde se compromete com a administração e o planejamento. Preparando o mercado, observando a demanda e criando estratégias, respeitando as margens de investimento e faturamento. Afinal de contas todos querem obter sucesso diante de seus empreendimentos.

5. REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

_____. **Logística empresarial: transporte, administração de materiais e distribuição física**. São Paulo: Atlas, 1993.

BRASIL. Tech Hoje Uma Revista de Opinião. **A importância da função de compras nas organizações**. Forma de aferição. Disponível em: http://www.techoje.com.br/site/techoje/categoria/detalhe_artigo/541. Acesso em: 12 mar. 2016. 13h46.

CHOPRA, S; MEINDL, P; **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos – Estoque, Planejamento e Operação**. 3ª ed. New Jersey: Prentice Hall, 2003.

CHRISTOPHER, Martin; **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos**. 4ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2015.

DISPLAL ARTIGOS PROFISSIONAIS. **Empreendedorismo em restaurantes**. (2015) Disponível em: <http://www.artigos-barerestaurantes.com.br/empreendedorismo-em-restaurantes/>. Acesso em: 12 mar. 2016. 11h30.

FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia**. 5ª ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade; **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIVRE PENSAMENTO. **O método hipotético dedutivo** (2013) Disponível em: <http://livrepensamento.com/2013/10/01/o-metodo-hipotetico-dedutivo/>. Acesso em 18 abril. 2016. 15h18.

MARCONI, Marina de Andrade e LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Petrônio Garcia; ALT, Paulo Renato Campos. **Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2001.

MORAES, André. **Gestão de Compras**. Apostila do Curso de Administração Industrial. CEFDET. Rio de Janeiro: 2005.

POPPER, Karl S. **A lógica da pesquisa científica**. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1975a.

_____ **Autobiografia Intelectual**. São Paulo: Cultrix-Edusp, 1977.

“O conteúdo expresso no trabalho é de inteira responsabilidade dos autores.”