

sei COMPRAR



sei COMPRAR

sei / **SEBRAE**
EMPREENDEDOR
INDIVIDUAL

2011. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEBRAE TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

Unidade de Capacitação Empresarial - UCE

SGAS 604/605 - Módulos 30 e 31 - Asa Sul - CEP: 70.200-645 - Brasília, DF

Telefone: (61) 3348-7284 - Fax: (61) 3348-7585

<http://www.sebrae.com.br>

S586s Silva, Lacy de Oliveira.

SEI : comprar / Lacy de Oliveira Silva, consultoria educacional
Maria Valéria Jacques de Medeiros. - Brasília : SEBRAE, 2012.

40 p. : il. color.

1. Compra. 2. Administração de compra. I. Medeiros, Maria Valéria
Jacques. II. Título.

CDU 339.37

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor Presidente do SEBRAE

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

Diretor Técnico do SEBRAE

Carlos Alberto dos Santos

Diretor Financeiro do SEBRAE

José Claudio dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação Nacional

José Ancelmo de Góis

Olivia Mara Ribeiro Castro

Roseley Silva de Oliveira

Consultora Educacional para Cartilha

Maria Lucia Scarpini Wickert

Scarpini Wickert Consultoria e Projetos Ltda.

Consultora Conteudista

Lacy de Oliveira Silva

Quantas coisas na vida nos permitem dizer: sei!?
Um dos maiores sábios de todos os tempos,
o filósofo grego Sócrates,
sempre dizia "só sei que nada sei".
Era uma forma de lembrar que o saber
não tem limites.
Sempre podemos saber um pouco mais.
As informações que aqui trazemos vêm somar-se
às que você já tem,
ao que você já sabe.
O empreendedorismo não é uma ciência exata,
porém
tem sua ciência, seu saber.



sei **COMPRAR**

É o primeiro passo para quem quer fazer boas vendas, obter sucesso e crescer como empresário. Nesta cartilha você fica conhecendo tudo o que não podemos deixar de saber para fazer boas compras: uma ampla noção de mercado; como conhecer melhor seus clientes; como identificar e catalogar os bons fornecedores; como aproveitar as lições da concorrência; como se planejar para comprar e muito mais.

Use e abuse da nossa cartilha Sei Comprar, ela é toda sua. Só uma pequena recomendação, para que possa, de fato, fazer as mudanças que todos queremos: tente sempre se colocar nas situações propostas. Assim, além de respostas, você vai encontrar suas próprias perguntas. Tentar responder suas próprias perguntas é fazer as mudanças começarem a ocorrer de verdade.



COMPRAR

é o primeiro passo
no processo
de uma venda

QUEM
VENDE
PRECISA
COMPRAR

QUEM
VENDE
BEM
COMPRA
BEM



Vânia é manicure.
Para poder vender seus serviços,
precisa constantemente comprar
esmaltes, acetona, algodão etc.
Com todo mundo é assim
que acontece.

COMPRAR

agregar
serviço

VENDER



Fazer boas compras é importante para quem vende serviços e também para quem vende produtos.

Como Alexandre, que tem um quiosque onde vende artigos para costura na comunidade em que mora.

Ele sabe que precisa comprar bem para vender bem.

Mas... o que é **COMPRAR** bem?

Comprar bem...

É conseguir os produtos certos para atender seus clientes.

Pagando bons preços.

Com boas condições de pagamento.

Como **COMPRAR** bem?



Não existem regras nem receitas infalíveis. Cada empreendedor tem seu jeito de trabalhar. Mas existem toques, dicas, caminhos que podem ajudar a comprar bem. Você com certeza tem os seus. Que tal conhecer outros? Há muitos saberes baseados na experiência de outros empreendedores que também podem servir para você.

"A experiência de
muitos pode virar
sabedoria. Junte à
sua e cresça como
empreendedor."

Quando você compra bem, quem é que sai ganhando?

Todos.

O seu CLIENTE, que fica bem atendido,
o fornecedor, que vende,
e, principalmente, você, que tem chance de aumentar
seus lucros e se fortalecer no mercado.

**É BOM
SABER**

O mundo é um grande **MERCADO**

Todos compram,
todos vendem.



Antigamente, **MERCADO** era só um local onde as pessoas iam fazer suas compras, e os comerciantes vender seus peixes. Hoje, mercado é bem mais do que isso.

A ideia permanece - comprar e vender, fazer negócios. Mas a palavra **MERCADO** ganhou um novo sentido: o ambiente profissional onde atuamos.

Todo negócio tem seu mercado, do contrário deixa de existir.

Na verdade, não existe um mercado, mas vários mercados que se misturam e se influenciam, formando um grande sistema do qual todos dependemos.

Por isso se fala tanto de... **MERCADO**

no jornal

“MERCADO de turismo cresce e aquece mercado de serviços”



na TV

“O MERCADO reagiu bem às novas medidas do Banco Central”



na internet

“O Brasil cresce no MERCADO de alimentos em todo o mundo!”



Todo mundo tem um mercado onde atua. Você tem o seu.

Cada mercado, em geral, tem limites muito claros, fáceis de reconhecer. São pessoas e (ou) empresas com as quais a gente lida sempre, direta ou indiretamente. Por isso é importante ficar ligado, porque os mercados estão sempre mudando. É preciso reagir às mudanças. Assim fica mais difícil ser surpreendido por algum acontecimento e mais fácil perceber novas oportunidades.



Zezé tem um táxi. Decidiu trabalhar nesse mercado porque sua cidade tem atraído muitos turistas nos últimos anos e ele percebeu aí uma boa oportunidade.



Sentiu logo que seu mercado era muito competitivo. Mas qual não é, né?



Percebeu que, para ter os lucros que esperava, precisava ficar atento e reduzir gastos. A começar pelas suas compras. Passou a usar gás combustível, conseguiu uma boa oficina com preços acessíveis para quando precisasse de pequenos reparos e até voltou a comer em casa. Só com essas medidas seu lucro já cresceu bastante.

O jogo do mercado

Podemos enxergar o mercado como um grande jogo, onde as peças são sempre as mesmas:

O cliente

quem compra (o consumidor)

O fornecedor

empresa ou pessoa que fornece insumos, produtos ou serviços ao empreendedor

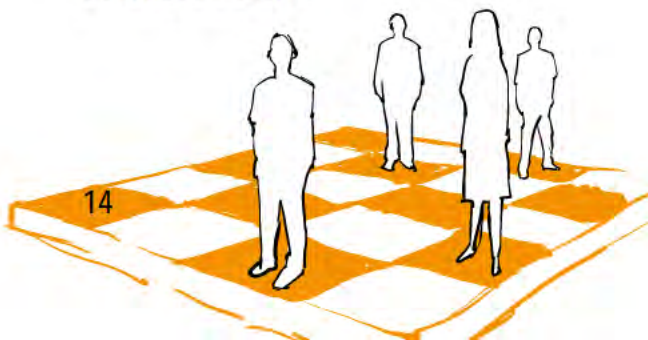
O(s) concorrente(s)

quem disputa o cliente (ou o valor de que o cliente dispõe para gastar)

A boa notícia é que nesse jogo estamos o tempo todo mexendo as peças do tabuleiro: às vezes, somos as peças que fazem a venda, às vezes as que fazem a compra, e quase sempre somos as peças que fazem concorrência com alguém.

Assim é o jogo do mercado, e, se você está nele... sorria!

**“Prezado
amigo leitor:
Se o senhor
tá decidido
(e a senhora
decidida)
A melhorar
sua vida,
Pare um
pouquinho
e reflita**



EU com ISSO



**Como isso é
no seu caso?
Pense e faça
do seu jeito”**

Responda para você mesmo:

- Você costuma pensar nas compras que tem que fazer para poder atender seus clientes como uma forma de lucrar mais?
- Você costuma usar o termo mercado quando se refere a seus clientes, fornecedores e concorrentes?
- Pense em algumas situações em que você é...
... o cliente,
... o fornecedor,
... o concorrente.

Você observa quando a melhora ou piora de outro mercado afeta o seu mercado? Por exemplo, quando um clássico de futebol da cidade melhora as vendas de bandeiras e camisas dos dois times?

Os caminhos das boas compras

Todo mundo tem seus caminhos para comprar bem, mas existem algumas paradas inevitáveis.



Conhecer bem seus clientes é indispensável para fazer uma boa compra; afinal, é para satisfazê-los que trabalhamos, são eles que vão comprar nossos produtos e serviços.

O que você precisa saber sobre seus clientes:

**Sei... das suas necessidades,
dos seus gostos,
do quanto podem e costumam gastar,
onde moram,
de quanto em quanto tempo aparecem.**

O cliente tem sempre razão

sei+

Insumo X Consumo

Insumos. Esse é o nome dos produtos que o vendedor ou prestador de serviços, ou seja, você, precisa adquirir para preparar a mercadoria que vai oferecer ao seu cliente. Insumos são os esmaltes da Vânia manicure, o gás do táxi do Zezé taxista, as peças de computador da lojinha do Alexandre, assim como todos os elementos que você utiliza no seu trabalho.

Cine MERCADO



Maria, diante dos dois pretendentes, João e José, conclui: "Tudo bem, decidi que vou namorar quem me trazer o presente que mais me agradar".

José foi para casa e decidiu fazer um bolo de chocolate irresistível, receita de sua avó suíça.



Já o João procurou se informar dos hábitos e gostos da sua amada, descobriu que ela adora animaizinhos domésticos e a presenteou com um lindo gatinho.



Dá para adivinhar quem namorou a moça (que, aliás, detestava chocolate)?

E você, conhece bem os gostos de seus clientes? Na hora de comprar, saber o que o cliente gosta é indispensável para fazer boas vendas.



Esse é o cara! Aquele de quem você irá comprar os produtos de que precisa para atender os seus clientes. Chegar ao fornecedor certo já é meio caminho andado. E o que é importante saber sobre ele?

Fique ligado: peça referências, analise os atos de cada fornecedor, não entre na conversa de quem não merece você. Afinal, nesse caso, você é o cliente. Não se esqueça.

SEI que meu **fornecedor** é...

Idôneo (qualificado)

Passa credibilidade e demonstra seriedade em suas ações.

Competitivo

Tem bons preços, compatíveis com o mercado.

Confiável

Capaz de cumprir o que promete e se compromete.

Responsável (em relação à sociedade e ao meio ambiente)

Não fornece produtos fabricados por mão de obra escrava, mão de obra infantil etc.

Trabalha com produtos que não agredem o meio ambiente.

Legal

Trabalha com nota fiscal.

Dá garantia (produto e serviço).

Vende artigos reconhecidamente de boa procedência.

Mesmo que você tenha encontrado o fornecedor dos sonhos, é importante ter alternativas. Não é bom ficar nas mãos de um só.

EU com ISSO



Que tal ter um cadastro atualizado
de seus fornecedores?

Razão social:	Mago dos Sabores Temperos LTDA.
Nome fantasia:	Mago dos Sabores
Endereço:	Rua Venezuela
Número:	78
Bairro:	Limoeiro
Cidade:	Campos Elíseos
Fone comercial:	(29) 234-9821
Residencial:	(29) 234-8583
E-mail:	magodossabores@magodossabores.com.br
CNPJ:	45.764.387/6777.45
IE:	889/00098000
Página WEB:	www.magodossabores.com.br
E-mail:	magodossabores@biglynk.com.br



O cadastro é uma ficha - em papel ou no computador - onde são anotados todos os dados do fornecedor: nome completo, endereço, telefone, e-mail, a variedade dos produtos que fornece, se faz entrega, e outros dados que julgar importantes.



A parada pode ser dura, mas quem quer avançar nos negócios, comprar e vender bem precisa saber lidar com a concorrência.

Concorrente não é inimigo, mesmo quando ele não larga do seu pé, disputa cada cliente e fica de olho nas mesmas oportunidades que você. Sinal de que, possivelmente, você tem alguma coisa a aprender com ele. No mínimo, a concorrência nos obriga a estar sempre alertas, ligados em nossos clientes, melhorando nosso negócio.



A situação estava ficando muito difícil. Dona Lurdes não sabia mais o que fazer para aumentar o lucro nas vendas de suas quentinhas. Com o aumento da concorrência, ela teve que **baixar o preço**. Mas as despesas só aumentavam.

- Ih! Olha quem vem aí... a Mariana. (uma de suas principais concorrentes).
- Oi, Lurdinha, como vai, tudo bem?
- Na paz...
- E o trabalho? O Wellington entregador me falou que está fazendo entrega para a senhora, e que não é pouca coisa, não.
- Quentinha sempre teve muita saída, não posso me queixar...
- Que bom, né?! Fico feliz. É o que eu sempre digo: nesse nosso mercado, tendo qualidade, tem espaço pra todo mundo. Depois que inaugurou esse prédio comercial aqui perto, melhorou pra todo mundo.



Mariana tinha um preço imbatível. Dona Lurdes não conseguia entender como, nem engolir a "amiga". A verdade é que depois que ela apareceu é que começaram os problemas.

- Precisa ver meu computador novo, Lurdinha. Lindo. Só falta falar! Aliás, ele até fala - comentou Mariana rindo.
- Passa lá em casa qualquer hora dessas, vem tomar um café comigo. Até.

Papo furado... - ficou duvidando dona Lurdes no caminho de casa. Mas e o tal do computador novo, hein? Será que era mentira também?

Um dia resolveu aceitar o convite da amiga e concorrente e foi à casa da outra tirar aquilo tudo a limpo.



Chegou, viu, assuntou e ficou ainda mais intrigada. Confirmou que era tudo verdade, sentiu uma mistura de raiva, inveja, ficou até com vergonha de si mesma.

- Isso tudo só com quentinha?! Que milagre é esse, Mariana? - quis saber Dona Lurdes.

- Milagre? Muito trabalho, isso sim. Vou te explicar tim-tim por tim-tim: o grande segredo foi passar a trabalhar com planejamento.

Então, Mariana começou a contar que sua primeira medida foi mudar o cardápio. Passou a ter só duas opções por dia. Normal e dieta. Antes eram vários.

- Comecei mexendo no produto!

Contou também que contratou o Wellington para fazer as entregas e que foi economizando onde dava. Evitou falar do seu preço mais baixo, que era uma vantagem competitiva que tinha. Afinal, mesmo sendo amigas, continuavam sendo concorrentes. Mas deu a dica de como conseguiu ter um preço tão competitivo.

- A grande diferença está nas compras! -

afirmou Mariana. Sabe, não sei como não percebi isso antes... Em vez de comprar aqui pelo bairro, uma vez por semana vou ao entreposto do produtor, que é muito mais em conta. Lá tenho meus fornecedores, negocio prazos de pagamento e, chorando um pouquinho, consigo um preço mais barato. Além disso, eles fazem entrega aqui na nossa área.

- E faz diferença mesmo? - quis saber dona Lurdes.
- Se faz? Não estou lhe falando? E não tem desperdício, não. As compras também são planejadas.
Planejamento é indispensável. Praticamente tudo que eu compro eu uso nas quentinhas. Aliás, arranjei um fornecedor de embalagens muito bom. Elas são mais baratas, bonitinhas, com divisória e ainda posso pagar parcelado. Depois te passo o telefone e o e-mail dele.

Lurdes não quis revelar que ainda não usava correio eletrônico, mas voltou para casa cheia de planos:

- Me aguardem...





DESTAQUE

PREÇO

Nosso primeiro destaque chama-se preço: quanto se paga, quanto se cobra por produto ou serviço. Nesse caso, Mariana só podia tornar seu preço de venda mais competitivo porque corria atrás do preço mais barato na hora das suas compras. O mercado tem muito a ver com o preço, os concorrentes também. O mercado baseia-se na chamada lei de oferta e procura. Fácil de constatar nas frutas da estação.

Veja como funciona:

Quando há muita oferta de um produto, pela lei (natural) do mercado, ele pode custar menos.

Se tem pouco dele no mercado, o preço sobe.



Quando muita gente quer um mesmo produto, o preço pode subir.

Mas quando há pouca demanda, o preço não pode ser alto.

menor demanda



maior demanda





Sobre preços

- Mantenha-se sempre bem informado sobre os preços das mercadorias a serem compradas. Converse, leia jornais, veja na internet sites de venda que fazem comparações de preços.
- Aproveite promoções, tendo o cuidado de não comprar o que não precisa.
- Evite mercadorias e produtos que estejam mais caros.
- Compre dentro de suas possibilidades.
- Compre só o que sabe que irá vender.



DESTAQUE

PRODUTO

Seu produto, ou serviço, é seu diferencial. Num mercado competitivo, os produtos acabam se parecendo, funcionam quase da mesma forma. Então, o que faz a diferença é o seu toque. Claro que a obrigação é de sempre oferecer produtos e serviços de qualidade, com boa procedência e sempre dentro do prazo de validade.



DICA

- Invista sempre na qualidade - o barato às vezes sai caro.
- Verifique sempre a procedência...
- ... e o prazo de validade.
- Veja se a mercadoria funciona, ou está bem conservada
- ... e só compre o que puder armazenar.

seix

Esmola grande... o santo desconfia.

Às vezes descobrimos mercadorias e, até mesmo, serviços muito mais baratos do que o preço médio do mercado. Nesse caso, desconfie. No Brasil, e em todo o mundo, ainda hoje esbarramos com mercadorias obtidas com o trabalho forçado e com a exploração do trabalho infantil. No mundo todo, mais de 12 milhões de pessoas sofrem com esta condição. Não contribua com esta situação: olho na procedência da mercadoria!



DESTAQUE

NEGOCIAÇÃO

Tão antigo quanto comprar e vender é negociar. Aproximar os interesses para que o negócio possa ser feito. O bom negócio é quando todos ficam satisfeitos e se estabelece uma relação de parceria em um clima de confiança entre comprador e fornecedor.



DICA

- Muita paciência é fundamental.
- Uma negociação se parece com um jogo, portanto prepare sua estratégia com base no conhecimento do mercado e nas características pessoais do fornecedor.



DESTAQUE

PLANEJAMENTO

Planejar é lidar com a parte do futuro capaz de ser imaginada. A outra parte é completamente imprevisível. Quando o futuro traz uma boa oportunidade, o planejamento aumenta muito as chances de sucesso. e o futuro for negativo, o planejamento diminui os danos.

Um bom planejamento é uma ferramenta indispensável para qualquer empreendedor. Sair para comprar sem saber exatamente o que precisa, ou como um produto pode ser substituído se estiver em falta, ou com preço impraticável, é um erro grave de falta de planejamento. Quem vai às compras deve saber quanto pode pagar e qual o prazo que precisa para pagar.



DICA

Ao planejar uma compra, o comprador deve pensar...

- No que deseja comprar
- De quem vai comprar
- Quando comprar
- Quanto comprar (quantidade)
- Onde comprar
- Como comprar (condições e prazos de pagamento)
- E por quanto comprar (valor)



Observe como o Sr. Geraldo preenche sua tabela semanal com os itens que fazem parte do seu negócio. Ele tem uma barraquinha de bebidas na praia. A tabela pode ser útil para você elaborar o seu próprio plano de compras:

PRODUTO	QUANTIDADE	FORNECEDOR MARCA	QUANTO POSSO PAGAR (R\$)	QUE PRAZO PRECISO PARA PAGAR (DIAS)	PODE SER SUBSTITUÍDO POR
Água de coco	140	D. Filó sítio Harmonia	120,00	15	suco de caixinha
Chá gelado	100	depósito Sta. Helena Centro	70,00	15	guaraná natural
Água mineral	160	depósito Pacheco Bebidas Curvelo	80,00	15	sem substituição
Refrigerante	150	depósito Sta. Helena Centro	160,00	15	sem substituição

Para refletir:

O que você pensa dessa afirmação:

“Comprar bem é o primeiro passo para realizar boas vendas.”



@ Para conhecer a Lei de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11/09/1990, acesse:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm

@ Para descobrir todas as informações sobre como reclamar os direitos do consumidor, acesse:

<http://portal.mj.gov.br/ControleProcon/frmLogon.aspx>



Nesta cartilha trouxemos as informações básicas sobre o ato de comprar. Elas só se tornarão conhecimento depois que forem identificadas e incorporadas ao seu próprio conhecimento como empreendedor individual.

Então aproveite!

- Pontos fortes
- Pontos fracos
- O que aprender com ele

- Qualificado
- Legal
- Bons produtos
- Bons preços
- Bons prazos
- Entrega certa
- Negociador
- Confiável
- Parceiro



- Quem é
- Do que gosta
- Onde está
- O que compra
- Quanto paga



Referências

SILVA, Lacy de Oliveira. **Oficina: SEI comprar: guia do educador.**
Brasília: SEBRAE, 2011.

SILVA, Lacy de Oliveira. **Oficina: SEI comprar: manual do participante.**
Brasília: SEBRAE, 2011.



Projeto editorial

Ronaldo Tapajós

Criação de textos

Ronaldo Tapajós e Nina Quiroga

Coordenação

Tetê Sá

Direção de Arte

Tetê Sá

Projeto gráfico e diagramação

Adriana Amorim

Ilustrações

Rodrigo Abraham

Revisão

Fani Kinoploch

ISBN 978-85-7333-588-0



9 788573 335880

