

GESTÃO DE ESTOQUE: ANÁLISE DA GESTÃO DE ESTOQUES POR MEIO DA APLICAÇÃO DA CURVA ABC NA ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA., NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS – MG¹

Lusiane Batista dos Santos

Graduanda do 8º período do curso de Administração do UNIPAM.

E-mail: lusianebatista2125@hotmail.com

Flávio Daniel Borges de Moraes

Professora orientadora (UNIPAM).

E-mail: flaviodbm@unipmam.edu.br

RESUMO: Este trabalho de pesquisa teve como objetivo realizar um estudo da gestão de estoque praticada no atacado Comercial Biriba, localizado na cidade de Patos de Minas, buscando analisar os processos de gestão de estoque. O objetivo geral foi identificar, por meio da aplicação da curva ABC, os produtos que causam o maior impacto financeiro nos estoques da organização. Para realização do objetivo geral, foram definidos como objetivos específicos: revisão teórica, por meio de pesquisa bibliográfica, análises documentais da empresa e os resultados do controle e classificação dos itens dos estoques. A metodologia do estudo teve características de pesquisa qualitativa e quantitativa, por meio do método do estudo de caso e com tipologia descritiva. Os dados coletados foram informados ao gestor da empresa Comercial Biriba. Após a coleta dos dados, foi possível identificar os produtos que causam maior impacto financeiro na organização, possibilitando melhor gestão deles.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão de estoque. Curva ABC. Atacado.

ABSTRACT: This research work aimed to conduct a study in the inventory management practiced in Comercial Biriba wholesale, located in Patos de Minas, seeking to analyze the inventory management processes. The overall objective is to identify, by applying the ABC curve, the products that have the greatest financial impact on the organization inventories. To achieve the general objective, the following specific objectives were defined: theoretical review, through bibliographic research, documentary analysis of the company and the results of the control and classification of inventory items. The methodology of the study considers characteristics of qualitative and quantitative research through the case study method and with descriptive typology. The collected data were informed by the manager of the company Comercial Biriba. After data collection, it was possible to identify the products that have the greatest financial impact on the organization, enabling better management of them.

KEYWORDS: Inventory management. ABC curve. Wholesale.

¹ Trabalho apresentado na área temática I - Administração e Gestão Empresarial do XVI Congresso Mineiro de Empreendedorismo, realizado de 4 a 7 de novembro de 2019.

INTRODUÇÃO

O setor atacadista tem uma grande expressividade para a economia nacional, o que torna relevante o estudo das práticas de implementação dos processos gerenciais para uma boa gestão organizacional. Para esse fim, foi fonte da pesquisa a empresa Comercial Biriba Ltda., que possibilitou a identificação de pontos relevantes da sua administração. Para ressaltar a relevância do estudo da referida empresa, foi necessário analisar a gestão de estoque e seu impacto financeiro.

Os resultados alcançados na pesquisa contribuirão, também, para áreas de estudos da administração no setor atacadista, além da contribuição para o aprofundamento dos conhecimentos da pesquisadora por estar inserida no mesmo ramo de atividade profissional.

A presente pesquisa teve como objetivo geral identificar, por meio da aplicação da curva ABC, entre os períodos de janeiro a junho de 2019, impactos financeiros dos estoques na organização. A fonte da pesquisa foi a empresa Comercial Biriba Ltda., localizada na cidade de Patos de Minas (MG).

Para alcançar do objetivo geral, utilizou-se da revisão teórica, por meio de pesquisa bibliográfica, de análises documentais da empresa e os resultados do controle e classificação dos itens dos estoques.

A pesquisa buscou responder à seguinte pergunta: quais os itens que imprimem o maior impacto financeiro na gestão de estoques do atacado Comercial Biriba Ltda.?

ATACADISTA/DISTRIBUIDOR

Há vários tipos de atacado no Brasil, dos quais são atacado distribuidor, distribuidor especializado por categoria, distribuidor exclusivo, o atacado de autosserviço e o atacado de balcão, dentre outros.

Bernardi (2007, p. 194) relata que o atacado “diferencia-se na intermediação, na cadeia de transações, pois se encontra entre o produtor e o comercia varejista, atingindo-o e suprindo-o”.

O atacado distribuidor é um intermediador entre a indústria e o varejo, que tem como características equipes de vendas e realização de entregas. Tem maior poder de compra do que os varejistas têm com a indústria. Pode revender os produtos em menores quantidades para o varejo e com entregas mais rápidas. Desempenha, na distribuição de produtos, um papel importante de abastecimento. É um setor fundamental para o giro da economia (CAMAROTTO, 2009; NAVES, 2007).

As atividades que são relacionadas transações de vendas de bens ou serviços compõem o atacado, que realiza as vendas para quem deseja revender ou para atendimento de uso comercial, diferindo do varejo em vários aspectos. O atacado abrange maior campo possuindo transações maiores, pois tem como clientes empresas e não consumidores finais. No âmbito das relações com o governo, as regulamentações legais e os impostos também são diferentes (KOTLER; KELLER, 2006).

Nota-se que o atacado/distribuidor é parte importante dos canais de distribuição. É responsável pelo abastecimento dos pontos de venda e porta voz das indústrias para o varejo e vice-versa.

GESTÃO DE ESTOQUES

Para Paoleschi (2009 p.40), “uma empresa deve cuidar da gestão de estoques como o principal fundamento de todo seu planejamento tanto estratégico como operacional, porque um controle correto dos estoques elimina desperdícios de tempo, custo e espaço”.

A administração de estoques é responsabilidade de planejamento e controle, de todo o processo desde a matéria-prima até o produto destinado ao consumidor. Sua finalidade é melhorar os níveis de serviço, evitando excesso de compra e estocagem desnecessária, assegurando quantidade e qualidade das mercadorias.

Para Ballou (2006, p. 277), “gerenciar estoques é equilibrar a disponibilidade dos produtos, ou serviços ao consumidor por um lado, com os custos de abastecimento que, por outro lado, é necessário para um determinado grau dessa disponibilidade”.

O equilíbrio é a preocupação permanente da gestão de estoque em qualquer empresa, pelos diversos componentes que são partes do sistema, como custos destinados à aquisição, à estocagem e à distribuição; e os níveis de atendimento a necessidades dos consumidores etc.

Dessa forma, os teóricos indicam quais são principais decisões referentes à gestão de estoque: a) quanto pedir (baseado nas demandas esperadas para definir qual quantidade específica requerer); b) quando pedir (determinado pelo ponto de pedido, define-se o momento exato de emitir a ordem que atende exatamente às necessidades da empresa); c) frequência com que são revisados os níveis de estoque, periódica ou continuamente (dependente de alguns fatores como tecnologia presente e custos direcionados a revisão); d) localização dos estoques (possibilidades de haver centros de distribuição, custos de distribuição, tempo de distribuição, tempo de espera que os clientes aceitam, custo de estoques e das instalações); e) controle do sistema (indicadores de desempenho e monitoração das operações, aplicando medidas corretivas e ações de contingência).

O cumprimento das atividades de controle de estoque é essencial para manter a empresa competitiva. Parte dessas atividades está relacionada à análise de quando é necessário realizar a compra e qual quantidade para que não ocorra a compra em excesso, ficando-se atento não só à variação da demanda e prazos de entrega, à qualidade e ao local adequado para armazenamento, mas também ao tempo para o despacho ou venda das mercadorias, visando minimizar os custos e aumentar a lucratividade da empresa.

CURVA ABC

A Curva ABC é uma ferramenta que tem como objetivo distribuir cada item de acordo com a sua importância, sendo possível identificar qual deles precisa de mais

atenção, da perspectiva financeira e econômica. Com utilidade vasta nos diversos setores em que a necessidade da tomada de decisão, apresenta diversas informações.

Para Dias (2010), é um método que pode ser aplicado por diversas opções, em qualquer empresa independentemente do seu tamanho, beneficiando tanto as organizações que utilizam sistemas informatizados, como as que realizam seu próprio planejamento.

Para Ballou (2001, p. 224), a “classificação, ou curva de Pareto, é o método de diferenciação dos estoques, segundo sua maior ou menos abrangência em relação a determinado fator, constituindo em separar os itens por classes de acordo com sua importância relativa”.

Em conformidade com o princípio de Pareto, os itens são classificados considerando a sua importância, representadas pelas letras A, B e C. A classificação ocorre da seguinte forma: a classe denominada “A” é o grupo de itens que requer maior cuidado pela administração, sendo os que exigem maiores investimentos, correspondendo a 20%. Os da classe C correspondem a 50% do total e não necessitam de foco total da administração, requerendo pouco investimento. A classe B é considerada intermediária nos requisitos de importância, quantidade e valor e corresponde a 30%.

METODOLOGIA

O método de pesquisa apresenta um caráter descritivo. “As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de variáveis” (GIL,1999, p.44).

Para o desenvolvimento deste trabalho, a pesquisa descritiva teve como objetivo descrever alguns dos processos da administração de materiais, como a gestão de estoque, com a finalidade de viabilizar uma melhor percepção e compreensão do contexto.

Foi realizada uma pesquisa com o gestor para colher informações que possibilitaram o desenvolvimento deste trabalho.

Quanto à forma de abordagem, a pesquisa foi de natureza quantitativa, caracterizando-se pela quantificação das informações coletadas e das técnicas estatísticas. Buscou-se medir relações entre variáveis, garantindo uma boa interpretação dos dados, avaliando o resultado de algum sistema ou projeto, buscando medir alguma coisa de alguma forma (RICHARDSON,1999).

Sampieri, Collado e Lúcio (2013, p. 30) “caracterizam o enfoque quantitativo como o que faz uso da coleta de dados para testar hipóteses; baseiam-se na medição numérica e na análise estatística para estabelecer padrões e comprovar teorias”. O método quantitativo foi utilizado para o levantamento de dados para elaboração e análise da curva ABC.

ESTUDO DE CASO

O estudo de caso é uma pesquisa definida pela profundidade das análises, que pode ser indivíduo ou organizações, com estabelecimento mais amplo sobre

determinado objeto de estudo. É um método que compreende o planejamento, as técnicas de coletas de dados e as abordagens (ACEVEDO; NOHARA, 2007).

Estudo de caso é um circunscrito a uma ou poucas unidades, como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Tem caráter de profundidade e detalhamento. Pode ou não ser realizado no campo. (VERGARA, 2016).

PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Foram realizados estudo de documentos e de relatórios, observações do espaço físico e consulta no sistema operacional da empresa. Depois, esses dados foram transcritos para análises, cujas variáveis são necessárias à tomada de decisão da gestão sobre o estoque do atacado. Além disso, foram utilizados elementos bibliográficos para auxiliar na composição teórica da pesquisa, como consulta a livros, monografias, sites de buscas e artigos científicos publicados.

Por fim, os resultados da pesquisa foram apresentados nos resultados e discussão. Na conclusão, foram destacados os pontos principais resultantes da análise.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O gestor ciente de que o estoque ocupa uma parte estratégica dentro da empresa e de que faz parte do capital de giro busca controlar o estoque adequadamente com o auxílio do software de gestão.

O Comercial Biriba tem dois espaços físicos para estocagem, onde ficam todos os produtos da empresa, que são separados por paletes de madeira, evitando o contato com o chão. Há prateleiras com os produtos de menor volume. O local é organizado, facilitando gerenciamento e otimizando do tempo dos funcionários para localizar os produtos no momento da montagem de cargas para a distribuição.

O controle de estoque começa no setor de compras, no momento da aquisição dos produtos, que são recebidos no depósito, onde um funcionário, após conferir e receber, dá entrada deles no sistema. Assim é feito o armazenamento até o momento em que chegam os pedidos realizados pelos clientes varejistas, quando o sistema precisa ser alimentado dando a saída aos produtos.

O sistema é de grande importância no auxílio da gestão do estoque. Os funcionários responsáveis buscam realizar a alimentação do estoque de forma correta. Já com relação às perdas de produtos, para que não ocorram com grande frequência, são realizadas conferências dos estoques semanalmente. Também é realizado o giro do estoque de acordo com a data de validade.

Os produtos são organizados sobre paletes e dentro das suas respectivas embalagens, buscando garantir a sua integridade, havendo um espaço para a circulação entre as mercadorias, o que facilita a localização delas para realização da sua movimentação.

A empresa Comercial Biriba possui um mix variado, que totaliza aproximadamente 1.600 produtos. Para a elaboração da curva ABC, foram criadas famílias de produtos. As famílias criadas, com a finalidade de agrupar os produtos foram:

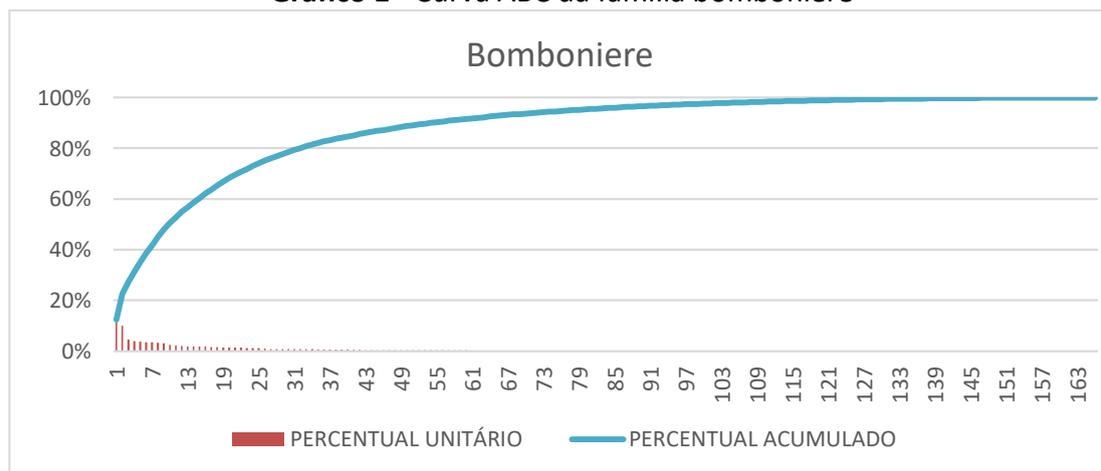
- Bomboniere: balas, gomas, biscoitos recheados, chocolates, bebidas lácteas, etc.;
- Bazar e utilidades: pilhas, lâmpadas, fita isolante, fósforo, etc.;
- Alimentos: produtos enlatados, massas, temperos;
- Bebidas alcoólicas: pingas, vodca, uísque, vinhos, etc.;
- Materiais de limpeza: vassoura, prendedor de roupa, sabão em pó, etc.;
- Higiene pessoal e beleza: tintas, xampu, papel higiênico, sabonete, etc.;
- Material escolar e escritório: cola, lápis e caneta;
- Embalagens: sacolas, fita, copos e pratos descartáveis.

Para a realização da classificação dos itens por meio da curva ABC, foi analisada a quantidade de mercadorias vendidas no período de janeiro a junho de 2019, sendo apresentados a quantidade em estoque e o valor de custo unitário.

Em conformidade com Dias (2005), a análise ABC de matérias é uma ferramenta que se constitui da separação de três grupos A, B, C, classificando-os de acordo com seus valores, e dando maior importância de controle às matérias de maior valor investido, como será apresentado nas planilhas a seguir, sendo cada análise realizada para cada família.

O Gráfico 1 representa a curva ABC da família bomboniere, que contém agrupados 166 produtos, dos quais 17 são da classe A; o valor total desses produtos é de 249.919,09 (duzentos e quarenta e nove mil, novecentos e dezenove reais e nove centavos), que representa 63,70% do capital investido. Na classe B, há 36 produtos; o valor total de 102.035,42 (cento e dois mil, trinta e cinco reais e quarenta e dois centavos), referentes a 26,01%, do capital. A classe C com 113 tem o valor total de 40.356,46 (quarenta mil, trezentos e cinquenta e seis reais e quarenta e dois centavos), que representa 10,29% do capital investido.

Gráfico 1 - Curva ABC da família bomboniere

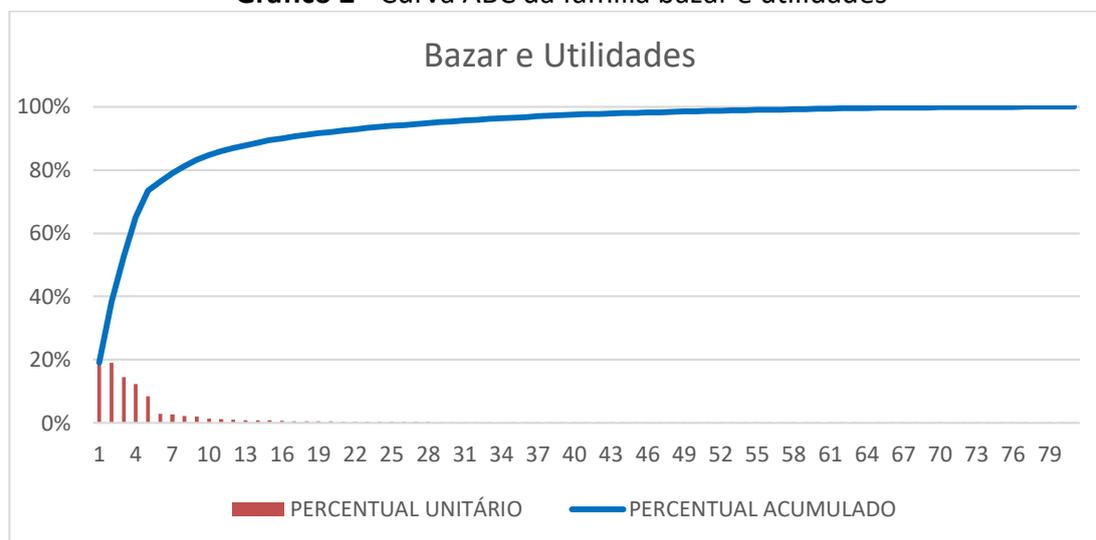


Fonte: Dados da pesquisa, 2019

O Gráfico 2 demonstra curva ABC da família de produtos de bazar e utilidades, como pilhas, velas, lâmpadas, entre outros. Chegam a totalizar 81 produtos, dos quais 3 produtos estão na classe A; o valor total é de 248.277,00 (duzentos e quarenta e oito

mil e duzentos e setenta e sete reais), que representa 56,80% do capital investido. Já na classe B foram identificados 12 produtos, o total é de 172.813,92 (cento e setenta e dois mil, oitocentos e treze reais e noventa e dois centavos), representando 30,06% do capital. Na classe C, estão 66 produtos que totalizam 50.071,25 (cinquenta mil, setenta e um reais e vinte e cinco centavos), correspondentes a 13,14% do capital investido.

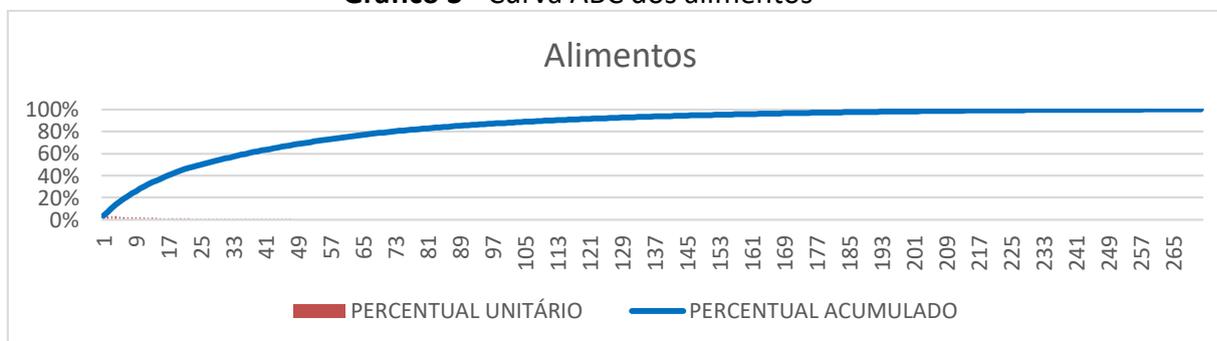
Gráfico 2 - Curva ABC da família bazar e utilidades



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

O Gráfico 3 representa a curva ABC da família de alimentos, que é composta por 271 produtos. Na classe A, foram identificados 43 desses produtos, com um total de 752.052,94 (setecentos e cinquenta e dois mil, cinquenta e dois reais e noventa e quatro centavos), que correspondem a 64,82% do capital investido. Na classe B foram constatados 68 produtos que resultam no total de 291.939,56 (duzentos e noventa e um mil, novecentos e trinta e nove reais e cinquenta e seis centavos), que correspondem a 25,90% do capital. Na classe C, faz parte 161 produtos com um total de 116.291,33 (cento e dezesseis mil, duzentos e noventa e um reais e trinta e três centavos), que correspondem 10,02% do capital investido.

Gráfico 3 - Curva ABC dos alimentos

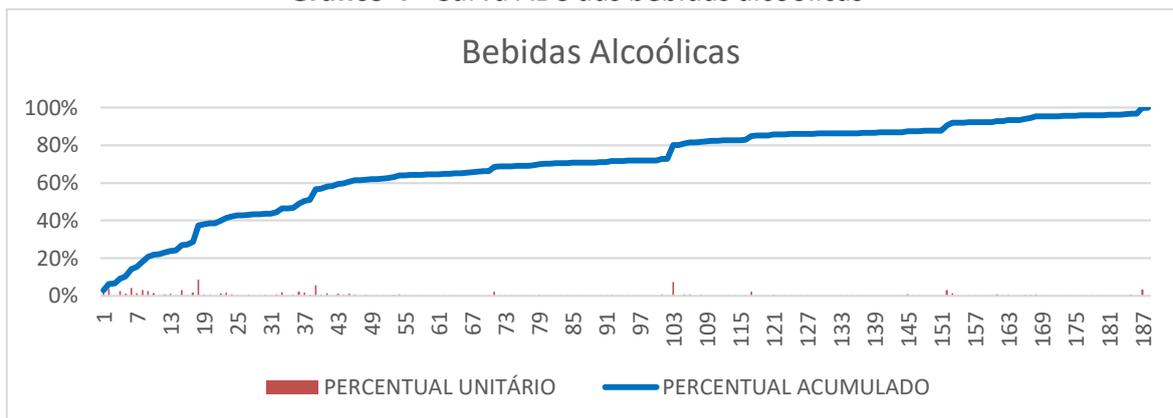


Fonte: Dados da pesquisa, 2019

O Gráfico 4 representa a curva ABC da família das bebidas alcoólicas, que ao

todo contém 188 produtos, desses 64 são da classe A; o total referente à classe é de 1.383.724,69 (um milhão, trezentos e oitenta e três mil, setecentos e vinte e quatro reais e sessenta e nove centavos), que corresponde a 64,88% do capital investido. Na classe B, há agrupados 88 produtos correspondentes ao total de 487.452,05 (quatrocentos e oitenta e sete mil, quatrocentos e cinquenta e dois reais e cinco centavos), que representam 22,86% do capital investido. A classe C totaliza 36 produtos com o total de 261.461,49 (duzentos e sessenta e um mil, quatrocentos e sessenta e um reais e quarenta e nove centavos), que são 12,26% do capital investido.

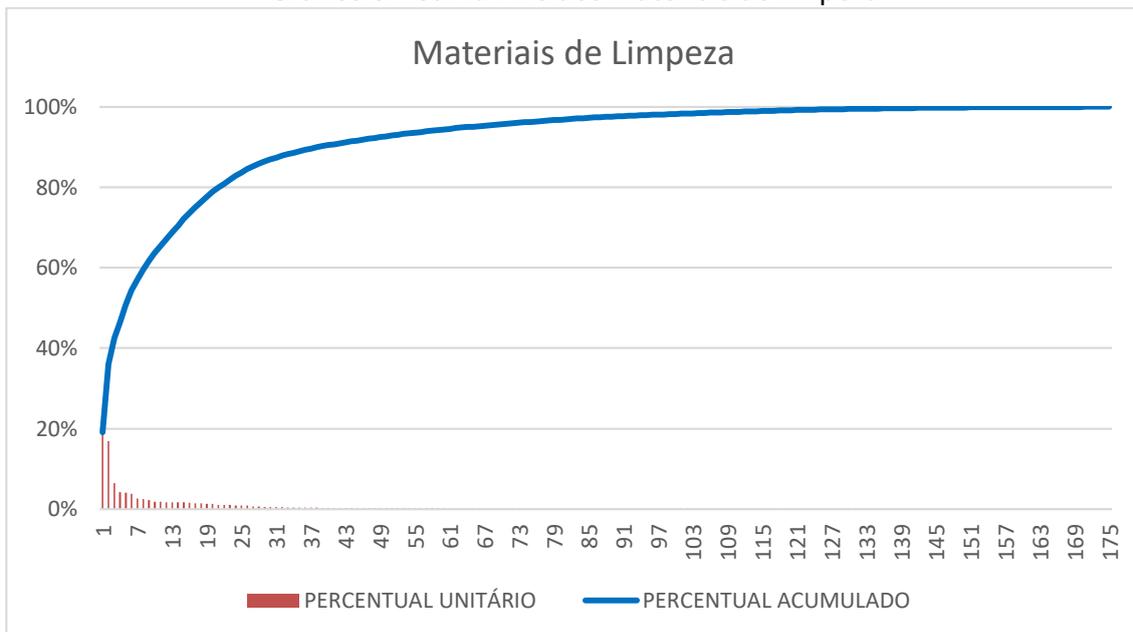
Gráfico 4 - Curva ABC das bebidas alcoólicas



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

A curva ABC a seguir é da família de materiais de limpeza, que está representada no Gráfico 5; são 175 produtos agrupados. Sua classe A contém 10 produtos com um total de 855.118,10 (oitocentos e cinquenta e cinco mil, cento e dezoito reais e dez centavos), que são correspondentes a 63,67% do capital investido. A classe B com 28 dos produtos tem o total de 352.685,35 (trezentos e cinquenta e dois mil, seiscentos e oitenta e cinco reais e trinta e cinco centavos), que correspondem a 26,27% do capital. Na classe C com 137 produtos, o valor é de 135.144,88 (cento e trinta e cinco mil, cento e quarenta e quatro reais e oitenta e oito centavos); o capital investido é de 10,06%.

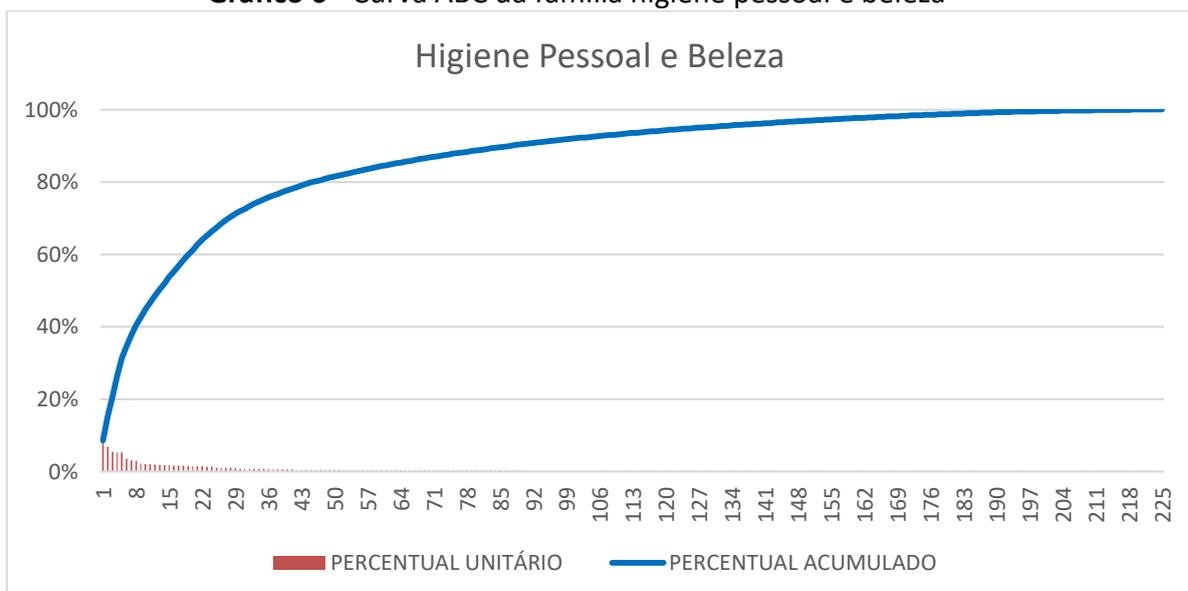
Gráfico 5 - Curva ABC dos materiais de limpeza



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

A família higiene pessoal tem 225 produtos agrupados. No Gráfico 6, é possível ver a sua curva ABC. A classe A contém 22 produtos com o total de 233.852,68 (duzentos e trinta e três mil, oitocentos de cinquenta e dois reais sessenta e oito centavos), que representam 63,97% do capital investido. Na classe B, 25,80% fazem parte do capital, possuindo 64 produtos; o total de 94.296,66 (novecentos e quatro mil, duzentos e noventa e seis reais e sessenta e seis centavos). Na classe C, são 139 dos produtos com o total de 37.392,22 (trinta e sete mil, trezentos e noventa e dois reais e vinte e dois centavos), que representam 10,23% do capital investido.

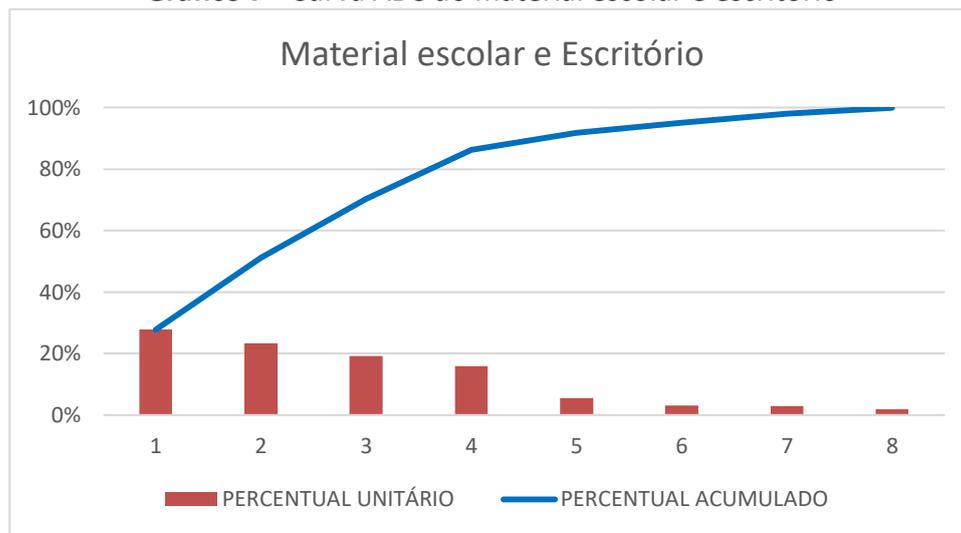
Gráfico 6 - Curva ABC da família higiene pessoal e beleza



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

A família material escolar e escritório contém 8 produtos e sua curva ABC está representada no Gráfico 7. Dois produtos pertencem à classe A; um total de 1.362,25 (um mil, trezentos e sessenta e dois reais e vinte e cinco centavos), que tem como capital investido 51,18%. A classe B também tem dois produtos com o valor de 935,47 (novecentos e trinta e cinco reais e quarenta e sete centavos), que correspondem a 34,94% do capital. A C tem 4 produtos com o total de 364,14 (trezentos e sessenta e quatro reais e quatorze centavos), que correspondem a 13,88% do capital investido.

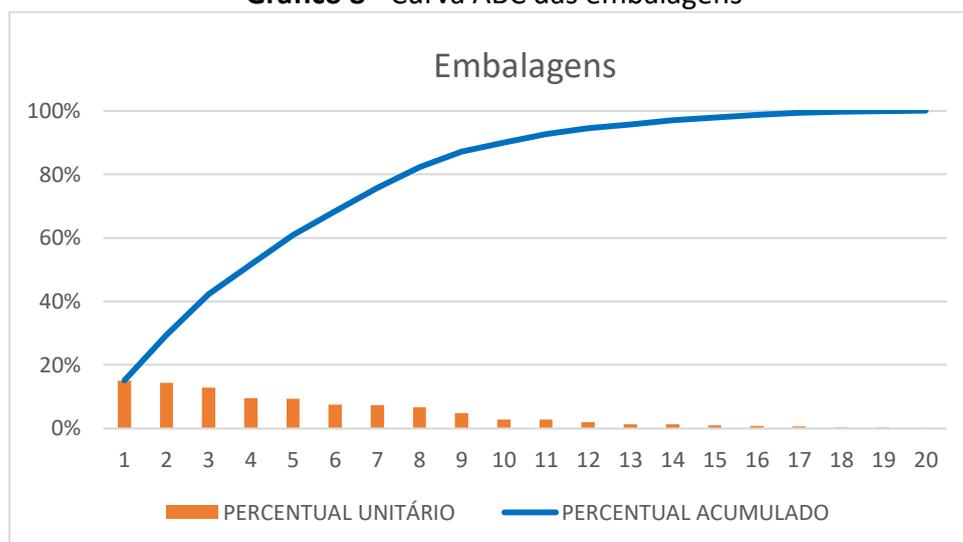
Gráfico 7 - Curva ABC do material escolar e escritório



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Nota-se que na família de embalagens, há 20 produtos, conforme Gráfico 8. A classe A tem 5 produtos com o total de 12.509,22 (doze mil, quinhentos e nove reais e vinte e dois centavos), correspondendo a 60,92% do capital investido. Na classificação B, o total é de 5.958,95 (cinco mil, novecentos e cinquenta e oito reais e noventa e cinco centavos), representando 28,99% ligados a 5 produtos, correspondendo ao capital investido. A classificação C tem 10 itens com o total de 2.066,34 (dois mil, sessenta e seis reais e trinta e quatro centavos), correspondentes a 10,06% do capital.

Gráfico 8 - Curva ABC das embalagens



Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Como exemplo das tabelas utilizadas para a construção da curva ABC, segue a tabela de embalagens. Foram necessárias as informações sobre a quantidade vendida no período de janeiro a junho de 2019 e o preço unitário de cada item, tornando possível realizar o cálculo para a porcentagem unitária e acumulada, chegando à classificação dos produtos.

Quadro 1 - Tabela da família de produtos embalagens com aplicação da análise ABC

CÓDIGO	DESCRIÇÃO	EMBALAGEM	QUANTIDADE VENDIDA	PREÇO DE CUSTO	VALOR TOTAL UNITÁRIO	PERCENTUAL UNITÁRIO	PERCENTUAL ACUMULADO	
3249	COPO DESC.COPOSUL TRANS.200ML 100X1	PCT	1586	1,95	3.085,56	15,03	15,03	A
252	SACOLA REC.VERDE 40X50 5KG *	PCT	95	31,00	2.945,00	14,34	29,37	
3944	GUARD.BALCAO ANEPEL 4X500UN	PCT	311	8,49	2.640,39	12,86	42,23	
3251	COPO DESC.COPOSUL TRANS.300ML 100X1	PCT	623	3,11	1.940,27	9,45	51,68	
4156	SACOLA LIBREPLAST 40X50 BLUE STAR *	PCT	73	26,00	1.898,00	9,24	60,92	
4157	SACOLA LIBREPLAST 30X40 C/500 BLUE STAR	CX	78	19,80	1.544,40	7,52	68,44	B
2189	COPO DESC.COPOSUL BCO 180 ML 100X1	CX	888	1,68	1.494,59	7,28	75,72	
139	GUARD.SANTEPEL 16X50 PEQ.24X22	PCT	84	16,24	1.364,00	6,64	82,36	
253	SACOLA REC.VERDE 30X45 5KG *	PCT	32	31,00	992,00	4,83	87,19	
1186	SACOLA BRANCA 30X40 C/ MIL BR	PCT	40	14,10	563,96	2,75	89,94	C
1187	SACOLA BRANCA 38X48 C/ MIL BR	PCT	25	22,40	560,05	2,73	92,66	
1185	SACOLA BRANCA 25X35 C/MIL BR	PCT	30	12,80	383,99	1,87	94,53	
777	FITA EMPAC.3M SCOTCH TRANSP.4X1 45M *	PCT	29	8,95	259,43	1,26	95,80	
1353	SACOLA REC.VERDE 50X60 5KG *	PCT	8	31,00	248,00	1,21	97,01	
1830	COPO DESC.CAFE TERMOPOOT 50X50ML*	PCT	163	1,13	183,90	0,90	97,90	C
3213	SACOLA BRANCA 38X48 C/MIL NORMAL	PCT	6	26,40	158,42	0,77	98,67	
3836	PRATO DESC.CRISTALCOPO 21CM 10X10UN *	PCT	15	9,41	141,14	0,69	99,44	
3790	PRATO DESC.CRISTALCOPO 15CM 10X10UND	PCT	13	5,17	67,18	0,25	99,69	
1178	COPO DESC.CAFE COPOBRAS100X50ML	PCT	29	1,74	50,46	0,25	99,94	
3834	PRATO DESC.COPOBRAS 15CM 10X10UN *	PCT	2	6,88	13,77	0,07	100,00	
	TOTAIS				20.534,52	100%		

Fonte: Dados da pesquisa, 2019

Após a classificação realizada, foram percebidos em cada família os produtos que fazem parte da classe A. Esses produtos têm a maior porcentagem do investimento da empresa, que terão um maior destaque, em virtude de ter uma alta

demanda. Desse modo, para que não faltem esses produtos, que têm alto volume de vendas, a empresa deve cumprir a política de compras: comprar as unidades na quantidade adequada e comprar no momento correto para suprir a demanda dos seus clientes.

Os produtos da classe B e C, por ser menos importantes, não significa que devem sair do mix, uma vez que aumentam a estabilidade do negócio e o ticket médio do cliente. Precisam de atenção e de uma gestão moderada por gerar custo para manter o estoque.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo fazer uma análise dos processos de gestão de estoque por meio da aplicação da curva ABC no atacado Comercial Biriba de Patos de Minas (MG). Foi proposto descrever a gestão de estoque e aplicar a análise ABC aos produtos que fazem parte do mix da empresa.

Para alcance do objetivo principal, foi feita revisão teórica, por meio de pesquisa bibliográfica, de análises documentais da empresa e os resultados do controle e classificação dos itens dos estoques.

Quanto à classificação realizada, foi possível identificar a classe A, B e C de cada família, o que viabiliza a melhoria das práticas de gestão desses produtos, principalmente os de classe A, os quais têm o maior percentual do capital investido.

Foi sugerida ao gestor a realização de inventários periódicos para cada classe: a cada 3 meses para a classe A; a cada 6 meses para classe B; a cada 12 meses para a classe C.

Ainda foi sugerido estipular o estoque mínimo, conhecido também como estoque de segurança, que é a quantidade mínima em estoque que deve existir. O cálculo é realizado para encontrar os atrasos no ressuprimento com a finalidade de não ocorrer falta dos produtos, causando interrupções nos processos da empresa.

Foi possível concluir a pesquisa, mostrando que o objetivo proposto foi atingido. Por meio da classificação ABC, a organização é capaz de melhorar sua gestão, a fim de reduzir custos, ampliar mercados para proporcionar a lucratividade desejada pelos gestores.

Para a realização de trabalhos futuros, sugere-se a análise da quantidade de perda de estoque por variações, a apresentação dos produtos aos clientes por meio de visitas e catálogos, a criação de uma página na web para divulgação da empresa.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rzosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração**: guia completo de conteúdo e forma. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DISTRIBUIÇÃO (ABAD). **Revista Distribuição**, ranking 2005. Disponível em: www.abad.com.br. Acesso em: 16 abril 2019.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. 5. ed.

São Paulo: Bookman, 2006.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos**: planejamento, organização e logística empresarial. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BERNARDI, L. A. **Manual de empreendedorismo e gestão**: fundamentos, estratégias e dinâmicas. São Paulo: Atlas, 2007.

CAMAROTTO, Márcio Roberto. **Gestão de atacado e varejo**. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2009.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais**: princípios, conceitos e gestão. 5. ed. São Paulo. Atlas, 2005

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais**: princípios, conceitos e gestão. 6. ed. São Paulo: Atlas 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**: a Bíblia do Marketing. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

NAVES, Antônio G. **Logística e gerenciamento da cadeia de distribuição**: estratégia, operação e avaliação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

POALESCHI, Bruno. **Almoxarifado e gestão de estoques**: do recebimento, guarda e expedição à distribuição de estoques. 2. ed. São Paulo: Érica, 2009.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Maria del Pilar Baptista. **Metodologia da pesquisa**. Tradução de Daisy Vaz de Moraes. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.