

ADOÇÃO DA CURVA ABC NAS VENDAS: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA ATACADISTA DE COSMÉTICOS

SCURA, Hellen Cristina¹

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva – FAIT

SOUZA, Adriano Augusto de²

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva – FAIT

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo, identificar quais são as vantagens e desvantagens que a curva ABC pode trazer para a organização, detalhar o funcionamento da ferramenta e analisar as vendas de uma empresa pré e pós a implantação. Diante disso, visa compreender se há benefícios implantando a ferramenta, e analisar se utilizando a mesma para a compras de produtos na empresa pode-se trazer uma gestão mais alinhada e como ela pode impactar nas vendas da organização. O estudo contou com relatórios de dados internos da empresa dos anos de vendas de 2018 e 2020, e por meio de pesquisas em livros, artigos, dissertações e teses para obter um entendimento mais profundo da ferramenta ABC. Durante a pesquisa, foi analisado isoladamente um item que obteve um aumento em sua venda após a implantação da ferramenta de 85,83%, e observado também que nos meses de pico de vendas também se teve um aumento considerável. Por meio dessas análises feitas, observou-se que a curva ABC pode trazer benefícios a empresa e consegue-se notar um impacto positivo no resultado final das vendas das organizações.

Palavras-Chave: Curva ABC, ferramenta, implantação.

ABSTRACT

This article aims to identify the advantages and disadvantages that the ABC curve can bring to the organization, detailing the operation of the tool and analyzing a company's sales before and after implementation. Therefore, it aims to understand if there are benefits by implementing the tool, and to analyze whether using it to purchase products in the company can bring a more aligned management and how it can impact the organization's sales. The study relied on internal company data reports from the 2018 and 2020 sales years, and through research in books, articles, dissertations and theses to gain a deeper understanding of the ABC tool. During the research, an item that obtained an increase in sales after the implementation of the tool of 85.83% was analyzed in isolation, and it was also observed that in the months of peak sales there was also a considerable increase. Through these analyses, it was observed that the ABC curve can bring benefits to the company and it is possible to notice a positive impact on the organizations' final sales result.

Keywords: ABC curve, tool, implantation

1. INTRODUÇÃO

O termo estoque pode ter um alcance muito amplo, mas podemos considerá-lo como todos os bens materiais mantidos por uma empresa, para suprir suas necessidades. Um estoque com materiais não acompanhados com uma boa gestão, pode não ser suficiente para suprir a necessidade de uma empresa.

¹ Acadêmico do Curso de Administração do 4º ano – FAIT. E-mail: hellen.scura@hotmail.com

² Especialista pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP – Professora na área de Administração na FAIT. E-mail: [colocar o e-mail do Adriano](#)

Diante de uma competitividade local ou global, alinhada a situações econômicas gerando preços competitivos, as empresas devem sempre manter seu estoque abastecido, para atender as necessidades dos seus clientes. Diante disso, se torna importante ter uma boa gestão de estoque, ela pode ser alinhada com a rotatividade da empresa, tornando-a rápida e eficaz.

Para facilitar a gestão de estoque das empresas, existem diversas ferramentas, entre elas está a Curva ABC, que é utilizada para definir o grau de importância dos produtos, permitindo visualizar os produtos com maior e menor giro, mantendo as necessidades globais da empresa.

A Curva ABC é uma ferramenta que auxilia o administrador a visualizar o grau de relevância de cada produto, identificar os produtos que necessitam de maior atenção, tanto pela sua relação em quantidade, quanto pela representatividade financeira dentro do mix de vendas. Servindo como base no estabelecimento de políticas de vendas e na definição de prioridades, a implantação da Curva ABC pode ser bem viável como ferramenta de controle e gestão.

Diante de toda explanação, existe espaço para o surgimento de maiores vantagens do que desvantagens nas vendas, com a implantação eficiente da curva ABC na gestão de estoques?

A pesquisa busca evidenciar quais são os benefícios que a implantação da curva ABC pode trazer a organização, detalhar como é o funcionamento da ferramenta na gestão de estoque e analisar os dados das vendas de uma empresa atacadista de cosméticos no período de 2 anos antes e depois da implantação da ferramenta.

O estudo foi feito com a empresa atacadista de cosméticos, situada no município de Itapeva – SP, por meio de uma pesquisa quantitativa, analisando os dados coletados na empresa nos anos de 2018 e 2020 para uma análise gráfica. Foi realizado estudos por meio de livros, artigos, dissertações e teses para um entendimento mais aprofundado da ferramenta ABC. Para uma melhor compreensão do estudo, é necessário ter em mente, que além dos impactos causados pela ferramenta, as diferentes épocas do ano também influenciam nas vendas.

2. O MÉTODO ABC

2.1 A curva ABC

O presente trabalho tem como finalidade, apresentar os benefícios que a ferramenta pode trazer para a organização, detalhar o funcionamento do método ABC nos estoques de uma empresa atacadista e utilizá-la para a compra de mercadorias da empresa, e demonstrar os resultados que ela pode trazer para empresa em suas vendas, fazendo assim, uma análise do ano anterior e posterior a implantação do método utilizado.

A empresa atacadista de cosméticos, situada no município de Itapeva – SP, foi escolhida para este estudo de caso, pois apresentava dificuldades no operacional do seu estoque. A autora deste estudo, ao entrar na empresa, conseguiu identificar problemas como por exemplo: falta de mercadoria e conseqüentemente acúmulo de pedidos, clientes insatisfeitos, vendas perdidas, etc. A empresa não tinha noção da quantidade de produtos que precisava ter em seu estoque, para que conseguisse suprir as necessidades de seus clientes. Diante dessa situação, foi utilizado o método ABC para sanar as dores da empresa, e assim obter um resultado melhor de vendas. Para o estudo não foi encontrada limitações para o acesso dos dados da empresa, mas foi optado por usar um nome fictício para preservar a identidade da empresa.

Para o desenvolvimento deste estudo, foi realizada uma pesquisa quantitativa, por meio de dados coletados na empresa atacadista de cosméticos, optando por escolher esse período pois foi antes do ingresso da autora na empresa (agosto de 2019), sendo o período de um ano de vendas sem a ferramenta (janeiro de 2018 a dezembro de 2018) e no período de um ano de vendas após a implantação da ferramenta (janeiro de 2020 a dezembro 2020), esse período foi optado pois a ferramenta foi implantada em outubro de 2019. Diante disso, foi possível fazer uma análise entre os dois anos de vendas, comparando os dados de um ano para o outro, para assim conseguir entender quais são os resultados positivos que a ferramenta pode trazer para a organização.

Foi realizada pesquisas por meio de livros, artigos, dissertações e teses para um entendimento mais aprofundado do termo estoque, gestão de estoque e da Curva ABC. O estudo visa trazer uma compreensão melhor dos benefícios causados pela ferramenta, o detalhamento do funcionamento do método e como ela influencia na venda de uma empresa.

2.2 Apresentação da Empresa

A empresa atacadista de cosméticos, situada no município de Itapeva-SP, atua no mercado há mais de 10 anos, atendendo cidades da região de São Paulo e Paraná. Com uma

vasta cartela de clientes, a empresa possui uma necessidade muito grande de produtos em estoque. A empresa possui também em seu catalogo mais de 800 tipos de cosméticos, sendo alguns com uma rotatividade maior que outros (EMPRESA DISTRIBUIDORA A, 2021)

A autora deste trabalho, ingressou na empresa em agosto de 2019, e por fazer parte do corpo de funcionários, enxergou uma falha nos processos de estoque da organização e descobriu uma melhoria continua na utilização da Curva ABC.

Nos anos anteriores em que não se possuía uma ferramenta para o estoque, a empresa apresentava dificuldades no seu giro de estoque, produtos com alta rotatividade acabavam com muita facilidade, sempre havia acumulo de pedidos, clientes cancelando a compra e procurando outros fornecedores, muitas reclamações, estoque sempre estava com furo. Visualizando essas dificuldades, foi optado por implantar a ferramenta, para observar se poderia haver melhoras no fluxo de vendas da empresa e quais outros benefícios a ferramenta poderia trazer.

Os resultados obtidos posteriormente serão explanados no próximo capítulo.

Para a preservação da identidade da empresa vou optado por utilizar um nome fictício sendo ele: Empresa Distribuidora A.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Caracterização do Estoque da Empresa Estudada

O estoque da empresa atacadista de cosméticos, é composto por mais de 800 tipos de produtos, sendo eles agrupados em pontos estratégicos da empresa e separados por tipos de funções, onde ficam expostos em prateleiras ou guardados em um depósito. Martelli e Dandaro (2015), asseguram que no estoque além dos produtos armazenados em depósitos, deve-se levar também em consideração os produtos em prateleiras. Define-se estoque como todo e qualquer produto que seja conservado, por um determinado tempo. Contudo, se entende que toda e qualquer empresa deve possuir um estoque para o armazenamento de seus materiais.

Nas empresas do comércio, possuir um estoque é de suma importância, levando em conta que a movimentação de clientes é maior em determinado período, como por exemplo, em datas comemorativas. A importância do estoque está mais alinhada à competitividade, se em uma empresa não há o produto procurado por seu cliente, é possível que o concorrente tenha seu produto em estoque, fazendo assim o cliente migrar de empresa. Visando o aumento

do lucro, as organizações passaram a ter mais interesse em criar um sistema de gestão de estocagem, não deixando faltar produtos (PEREIRA, 2019).

Assim, o estoque se faz necessário por uma diversidade de fatores, como a variedade de demanda, distribuição de riqueza e renda, preços dos produtos, movimentação da economia, fatores políticos, sociais, tecnológicos, culturais e competitivos. (SILVA, 2018).

Visando uma movimentação maior em diferentes épocas do ano, a organização opta por fazer uma estocagem maior da sua mercadoria. Com uma determinada quantidade de produtos na empresa, é importante ter controle da quantidade de produtos armazenados, dos produtos que entram e saem da organização e decidir quando fazer uma nova compra. E para que se possua um controle adequado desses produtos, é importante que o administrador faça uma gestão de estoque.

3.2 Gestão de estoque

É a ação de analisar se os estoques estão sendo bem localizados, manuseados e controlados, sempre buscando manter a máxima disponibilidade do produto, num equilíbrio entre o estoque e consumo. O nível de estoque deve estar sempre bem atualizado, para evitar problemas provocados pelo crescimento das vendas e alterações dos tempos de reposição. (OLIVEIRA, 2014).

Já os autores Almeida e Schlüter (2012), citam que o objetivo da gestão de estoque é manter um processo produtivo abastecido com os itens necessários à sua operação. Ou seja, um estoque quando bem administrado, gera um aumento na produtividade e uma redução nas faltas de produtos.

Oliveira (2014) salienta que uma gestão de estoque ineficaz acarreta prejuízos a organizações. Dentre eles cancelamentos de pedidos, falta de produtos, falta de espaço para o armazenamento e quantidade excessiva de produtos. Portanto uma boa gestão de estoque se torna importante, pois assim ela pode proteger a organização de incertezas da demanda e no tempo de reabastecimento do estoque. Tendo como suas principais decisões:

- Quanto pedir: especificar quantidade de acordo com demandas futuras esperadas.
- Quando pedir: definir a data através da qual o pedido atende exatamente as necessidades da empresa.
- Qual frequência revisar os níveis de estoque: continuamente ou periodicamente.
- Onde localizar os estoques: decisões de localização.

- Como controlar o sistema: utilização e indicadores de desempenho e monitoramento.

O objetivo básico da gestão de estoque é evitar a falta de produtos, a quantidade excessiva de produtos, sempre mantendo os níveis de estoque em equilíbrio de acordo com as necessidades de demanda, consumo, vendas ou dos custos decorrentes. Evitando assim gerar prejuízos para a organização. (SLOMINSKI, 2016). Diante disso, é importante ter o auxílio de uma ferramenta, para obter uma gestão de estoque eficiente e eficaz

3.3 Aspectos gerais sobre a Curva ABC

O economista, sociólogo e engenheiro Wilfredo Pareto (1842-1923), em 1897, estudou a distribuição de renda na Itália, observou-se que a grande porcentagem de renda total, se concentrava em uma parcela de 20% da população.

Pareto fez uma análise sobre o número de pessoas com diferentes faixas de renda, e assim observou que 80% da população pertenciam a 2 ou 3 classes inferiores. (BRANDALISE, 2017). Criando assim o Princípio 80/20 ou Curva ABC, entende-se que 80% das vendas é gerada por 20% de itens do catálogo de produtos. Os itens de estoque devem ser analisados particularmente, respondendo às seguintes perguntas:

1. Qual é a importância do item no estoque?
2. Como os itens são controlados?
3. Quantas unidades devem ser pedidas de cada vez?
4. Quando um pedido deve ser emitido?

Tendo essas perguntas em mente, o administrador consegue ter um controle melhor dos seus produtos e entender qual é a importância de cada um no estoque. O objetivo da Curva ABC é identificar os itens de maior valor de demanda e fazer uma gestão sobre eles, para permitir reduções nos custos de estoque. (BRANDALISE, 2017).

A classificação é denominada da seguinte forma:

- Itens Classe A: mais caros, em média 80% do capital investido, e em menor número, em média 20% dos itens em estoque.
- Itens Classe B: valores e quantidades intermediários, correspondem a 30% dos itens e em média 15% do capital investido.
- Itens Classe C: pouco valor, em média 5% do capital investido, e de maior volume, correspondem aproximadamente 50% dos itens em estoque.

Ano VIII – Volume – Número – Mês, 2021

Entendendo a denominação de cada classe, foi feita uma análise da Curva ABC na empresa de cosméticos, emitiu-se um relatório de todos os itens vendidos no período de 3 meses, sendo esse período o padrão utilizado, mas pode se tirar a média mensal, bimestral, trimestral ou semestral. Nesse relatório foi destacado a referência, o nome do produto, a quantidade vendida no período selecionado e o valor total vendido. Organizados pelos mais vendidos ao menos vendidos.

REF	DESCRIÇÃO	QUANTIDADE	VALOR
HC611	GEL UMECTANTE CORPORAL FEMININO	9883	R\$ 43.982,71
HC636	OLEO DE MASSAGEM ESQUENTA	6870	R\$ 19.249,72
HC574	GEL UMECTANTE CORPORAL MASCULINO	3994	R\$ 24.283,00
HC599	LOCAO PARA MASSAGEM OLEO DE AMENDOIA	252	R\$ 2.547,07
HC593	LOCAO PARA MASSAGEM OLEO DE SENSACAO	249	R\$ 1.971,38
HZ354B	SABONETE INTIMO DE BARBATIMAO	248	R\$ 1.533,37
HC333	SABONETE INTIMO-MANTEIGA DE KARITE	248	R\$ 1.541,82
HC654	OLEO MASS YLANG YLANG HOT 120ML	230	R\$ 4.451,94
HP240CBN	VELA AROMATIZADA CHOCOLATE COM MENTA	29	R\$ 1.342,07
HT008P	OLEO DE MASSAGEM ESFRIA	29	R\$ 334,20
HP240HBE	POMADA ORIENTAL	28	R\$ 1.071,88
HZ627	ESTIMULADOR BUTTERFLY	28	R\$ 774,40
HF002	DESODORANTE INTIMO ALGODAO	28	R\$ 992,24
HP209NI	GEL HOT SENSACÃO	26	R\$ 966,49
HZ629	BENDELL P	26	R\$ 333,57

Tabela 1 - fonte: Empresa Distribuidora A.

Em seguida, utilizando os mesmos dados da tabela anterior (tabela 1), realizara a soma total dos itens vendidos, calculado a representatividade dos produtos nas vendas: $((\text{valor} \times 100)/\text{total})/100$, calculado a porcentagem acumulada (total do item da primeira linha, com o da segunda linha e assim sucessivamente até o fim), para então conseguir definir qual classe o produto pertence A, B ou C.

Como demonstra na tabela 2 abaixo.

DESCRIÇÃO	VALOR	REPRES. NAS VENDAS	% ACUMULADA	CLASSE
GEL UMECTANTE CORPORAL FEMININO	R\$ 43.982,71	41,7389%	41,739%	A
OLEO DE MASSAGEM ESQUENTA	R\$ 19.249,72	18,2677%	60,007%	A
GEL UMECTANTE CORPORAL MASCULINO	R\$ 24.283,00	23,0442%	83,051%	B
LOCAO PARA MASSAGEM OLEO DE AMENDOA	R\$ 2.547,07	2,4171%	85,468%	B
LOCAO PARA MASSAGEM OLEO DE SENSACAO	R\$ 1.971,38	1,8708%	87,339%	B
SABONETE INTIMO DE BARBATIMAO	R\$ 1.533,37	1,4551%	88,794%	B
SABONETE INTIMO-MANTEIGA DE KARITE	R\$ 1.541,82	1,4632%	90,257%	C
OLEO MASS YLANG YLANG HOT 120ML	R\$ 4.451,94	4,2248%	94,482%	C
VELA AROMATIZADA CHOCOLATE COM MENTA	R\$ 1.342,07	1,2736%	95,755%	C
OLEO DE MASSAGEM ESFRIA	R\$ 334,20	0,3172%	96,073%	C
POMADA ORIENTAL	R\$ 1.071,88	1,0172%	97,090%	C
ESTIMULADOR BUTTERFLY	R\$ 774,40	0,7349%	97,825%	C
DESODORANTE INTIMO ALGODAO	R\$ 992,24	0,9416%	98,766%	C
GEL HOT SENSAÇÃO	R\$ 966,49	0,9172%	99,683%	C
BENDELL P	R\$ 333,57	0,3166%	100,000%	C
VALOR TOTAL DOS ITENS VENDIDOS	R\$ 105.375,86	-	-	-

Tabela 2 - fonte: Empresa Distribuidora A.

Com isso, conseguimos definir a porcentagem de itens que representa cada classe e qual sua representatividade nas vendas da empresa. A coluna LIMITE representa o limite imposto para a soma das porcentagens acumuladas, para que assim consiga se definir as classes, como mostra no exemplo a baixo: classe A – 70%, classe B – 90% e classe C – 100%.

E a coluna do estoque de segurança, para que se consiga posteriormente calcular a necessidade de produtos que a empresa deve comprar na sua próxima remessa de mercadoria, que será demonstrado na tabela 4.

CLASSE	LIMITE	% DE ITENS	REP. VENDAS	EST. SEGURANÇA
A	70%	13,33%	60,01%	30%
B	90%	26,67%	28,79%	20%
C	100%	60,00%	11,21%	10%

Tabela 3 - fonte: Empresa Distribuidora A.

Com base nos dados da tabela 3, conseguimos fazer a seguinte análise:

- Classe A: prioridade alta, com o grupo de maior valor de consumo (60,01%) e menor quantidade de itens (13,33%), devem ter maior atenção do administrador pois são produtos indispensáveis.
- Classe B: prioridade média, com grupo de valor de consumo intermediário (28,79%) e quantidade de itens intermediária (26,67%)
- Classe C: prioridade baixa, com um grupo de valor de consumo baixo (11,21%) e maior quantidade de itens (60,00%), não necessitam de muita atenção do administrador.

De acordo com a análise feita acima como exemplo, conseguimos identificar qual a importância de cada classe. Com isso, a análise ABC é útil para que o administrador consiga classificar quais produtos necessitam de maior e menor atenção, recebendo assim um tratamento logístico diferenciado. O que pode fazer com que os custos operacionais sejam diminuídos, pois nem todos os produtos merecem a mesma atenção ou precisam se manter em estoque para atender a demanda e a satisfação do cliente. E como consequência, entendendo o grau de importância de classe da análise ABC, que mostra quais produtos precisam de mais disponibilidade em estoque, pode acarretar um aumento nas vendas, pois com essa classificação consegue obter-se uma vantagem competitiva pela rapidez e precisão no atendimento. (BRANDALISE, 2017).

Entendo como funciona a ferramenta, conseguimos utiliza-la para descobrir qual a necessidade de produtos que empresa precisa no seu estoque, para que assim consiga suprir a demanda de pedidos, é esse exemplo que vemos na tabela 4. Com os produtos classificados,

Ano VIII – Volume – Número – Mês, 2021

irá se tirar a média da quantidade vendida (quantidade/3), após calcular a quantidade de compra com o estoque de segurança (media x estoque de segurança), exemplo: 1,3 para a classe A, 1,2 para a classe B e 1,1 para a classe C (citados na tabela 3). Se preenche a coluna estoque de acordo com as quantidades de produtos que a empresa tem estocado. E por fim, para calcular a necessidade do produto, utiliza-se o cálculo: quantidade de compra com estoque de segurança – estoque = necessidade.

REF	QUANTIDADE	CLASSE	MÉDIA DE VENDAS	QNTD. COMPRA C/ EST DE SEGURANÇA	Estoque	Necessidade
HC611	9883	A	3294	4283	1404	2879
HC636	6870	A	2290	2977	1236	1741
HC574	3994	B	1331	1598	1025	573
HC599	252	B	84	101	56	45
HC593	249	B	83	100	50	50
HZ354B	248	B	83	99	50	49
HC333	248	C	83	91	30	61
HC654	230	C	77	84	25	59
HP240CBN	29	C	10	11	5	6
HT008P	29	C	10	11	4	7
HP240HBE	28	C	9	10	8	2
HZ627	28	C	9	10	6	4
HF002	28	C	9	10	8	2
HP209NI	26	C	9	10	7	3
HZ629	26	C	9	10	5	5

Tabela 4 - fonte: Empresa Distribuidora A.

Mantendo a tabela sempre atualizada a empresa não possuirá mais dificuldades em saber a quantidade certa de produtos que se precisa naquele instante. Se a organização optou por utilizar as vendas trimestral, ela deve sempre atualizar a planilha a cada três meses, para que assim os dados obtidos através da planilha sejam sempre os mais precisos, para manter o estoque o mais abastecido possível, tantos em meses de pico de venda como em meses mais calmos.

3.4 Implantação: Principais Resultados da Curva ABC

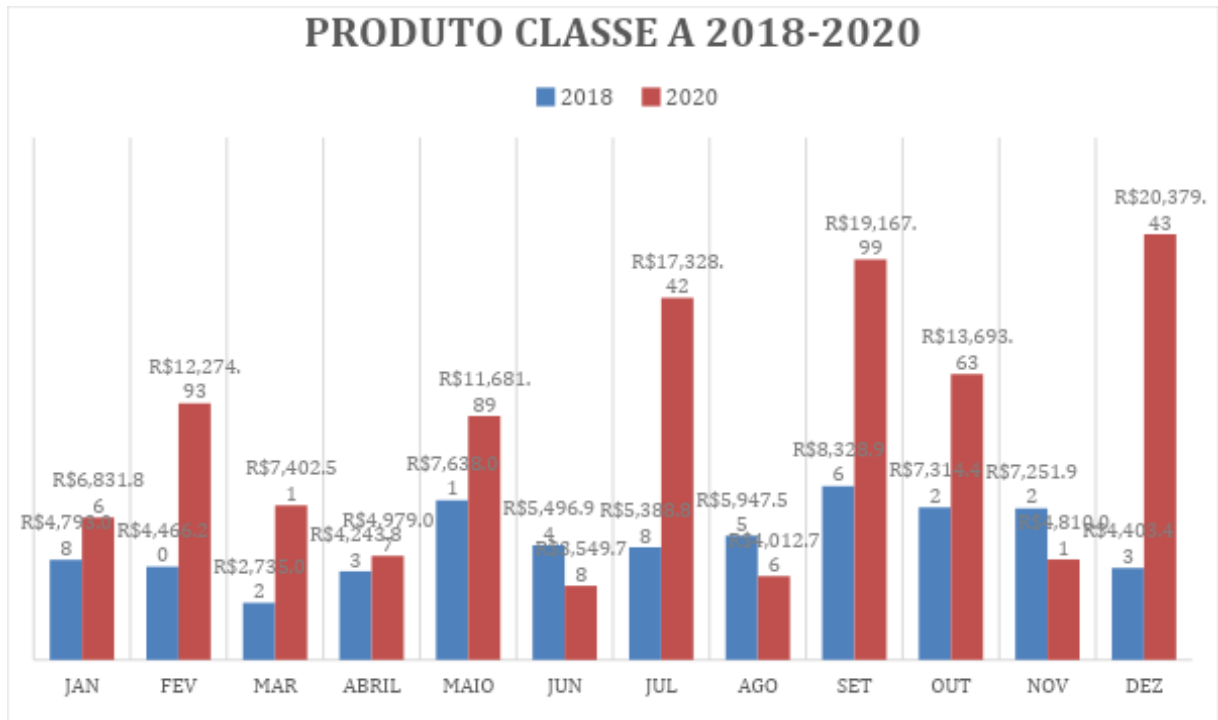
No ano de 2018, a empresa atacadista de cosméticos, possuía uma grande dificuldade em fazer o gerenciamento do seu estoque, todo o processo era feito manualmente e sem o conhecimento adequado, as compras de seus produtos eram feitas sem nenhum tipo de análise, o que acarretava problemas como falta de produtos, pedidos acumulados, cancelamento de pedidos, excesso de produtos, erros no processo de separação, funcionários exaustos pelo acúmulo de produtos, prazo de entrega muito extenso e clientes insatisfeitos. As compras da empresa não eram feitas de acordo com sua necessidade, com isso, o resultado final da empresa era afetado.

Em agosto de 2019, a autora deste estudo ingressou na empresa, e conseguiu observar a dor que a empresa tinha no setor operacional de estoque, visando buscar a melhoria na empresa, em novembro de 2019 a curva ABC foi implantada na empresa, e com o decorrer dos meses, foi observado que a mesma trouxe diversos benefícios para a companhia, entre eles: não faltavam mais produtos, prazo de entrega diminuiu, sem acúmulos de pedidos, diminuição de erros de funcionários e os clientes não estavam mais cancelando seus pedidos. Além dos benefícios citados, conseguiu-se notar uma diferença no resultado final das vendas no ano de 2020, pois as compras da empresa estavam sendo feitas de acordo com sua necessidade, utilizando a análise ABC.

No gráfico abaixo é apresentado um item classe A, com sua venda feita no ano 2018 sem nenhum tipo de análise, e no ano 2020 com sua venda feita já com a implantação da Curva ABC para as compras da empresa.

Ano VIII – Volume – Número – Mês, 2021

Tabela 5 - Vendas 2018 – 2020: item classe A

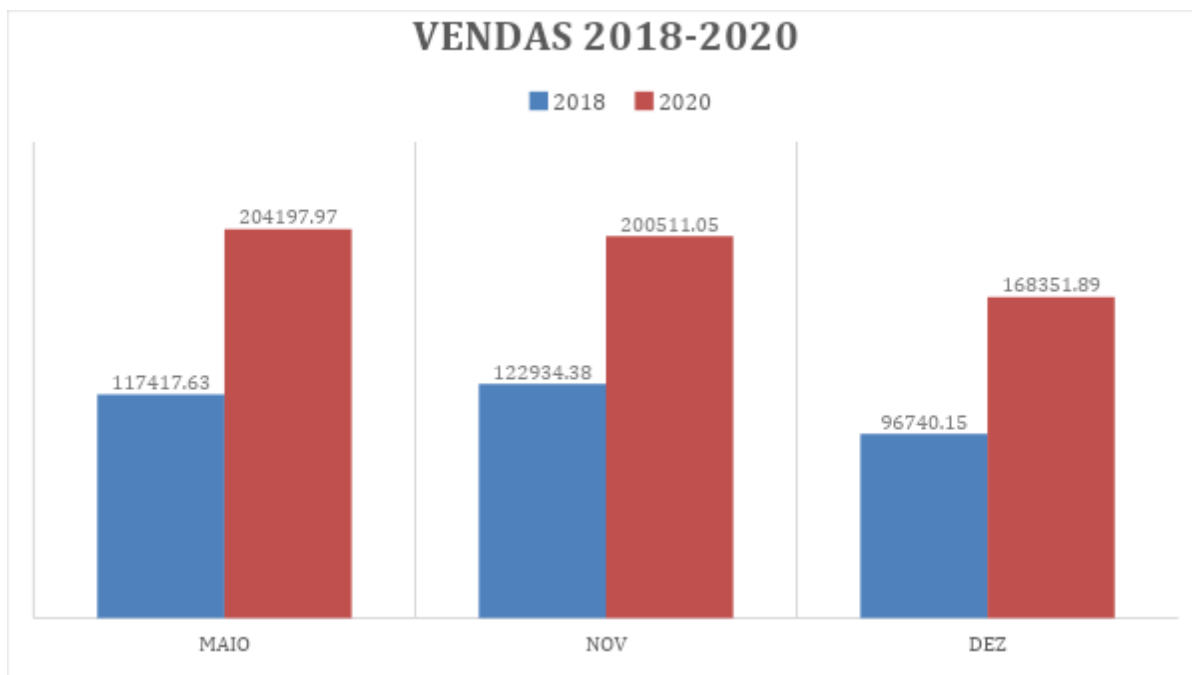


Fonte – Empresa Distribuidora A.

Com a análise do gráfico acima conseguimos perceber uma diferença nítida que a gestão de estoque traz à organização. No ano de 2018, temos uma média de vendas de R\$5.667,35 e no ano de 2020 a média de vendas é de R\$10.531,86, ou seja, temos um aumento nas vendas de 85,83% deste produto. Levando em conta, que o produto analisado é de classe A, conseguimos entender que é um item que precisa estar sempre disponível em estoque, pois tem uma demanda de procura muito alta, tornando-se assim um produto indispensável, que está dentro dos 80% de capital investido pela empresa. Tendo os produtos classificados entre A, B e C é possível ter uma diferença no resultado final das vendas.

Para se obter uma análise mais precisa dos benefícios da Curva ABC, foi feita uma análise dos meses de pico de venda na empresa, que são: maio, novembro e dezembro dos anos de 2018 e 2020.

Tabela 6 - Vendas 2018-2020



Fonte: Empresa Distribuidora A

Fazendo uma análise no gráfico acima, conseguimos perceber que as vendas no ano de 2020 aumentaram consideravelmente nos meses de pico, isso porque as compras da empresa foram feitas de acordo com a necessidade dela naquele momento.

No mês de maio em 2018 a empresa vendeu R\$117.417,63 e no ano de 2019 vendeu R\$204,197,97 obtendo assim um aumento de 73,90%, no mês de novembro no sem a ferramenta a empresa vendeu R\$122.934,38 e após a ferramenta vendeu o valor de R\$200.511,05 tendo assim um aumento de 63,36% e no mês de dezembro vendeu se em 2018 a quantia de R\$96.740,15 e no ano de 2019 vendeu-se R\$168.351,89 tendo assim um resultado de 74,02% a mais de um ano para o outro.

Observando os resultados obtidos após a ferramenta, a empresa mantém os produtos e as quantidades certas em estoque, e consegue-se atender as necessidades de seus clientes, diminuindo seus custos e tendo um atendimento com rapidez e eficácia.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde a implantação da ferramenta na empresa atacadista de cosméticos, a Curva ABC vem trazendo diversos benefícios para a organização. Fazendo uma comparação entre os anos 2018 e 2020, as vendas tiveram um aumento consideravelmente bom.

O que era um problema no ano sem a implantação, foi sanado após a aplicação da ferramenta, clientes não cancelam mais pedidos, prazos de entregas reduzidos, estoque em

equilíbrio, funcionários e clientes satisfeitos. Com os produtos classificados da forma correta, a empresa conseguiu atingir um resultado final melhor que o do ano anterior. Visando isso, a implantação da Curva ABC para o gerenciamento de estoques trouxe diversos benefícios para a organização

No capítulo Curva ABC, pode se entender que com uma gestão de estoque alinhada podemos visualizar com mais facilidade os produtos que trazem um aumento no capital de giro e evitar compras desnecessárias. Neste capítulo, foi detalhado como funciona a ferramenta, e como conseguimos classificar cada item de acordo com sua necessidade, utilizando a mesma para a montagem de um pedido de compra da empresa.

Como dificuldade na montagem da planilha para pedidos, que são as tabelas 1,2,3 e 4, a autoria identificou que, ao puxar o relatório de 3 meses de vendas, produtos que não foram vendidos nesse período, não são inclusos na compra, o que pode ser desvantajoso, pois pode acontecer de os produtos estar zerado no estoque, mas se ter um pedido de compra do mesmo. Sendo assim, o administrador deve incluir esses produtos manualmente na planilha classificados como item C e assim inclui-los na lista de pedidos.

Toda e qualquer organização que não possui uma gestão de estoques a implantação da Curva ABC pode trazer um impacto positivo nas vendas, podemos observar isso em uma análise da Tabela 5, consegue-se notar um volume de venda maior do mesmo produto classificado classe A, sendo um produto que possui uma demanda de procura muito alta, tendo sempre a necessidade ter ele em estoque, as vendas deste produto no mesmo período de tempo aumentou em 85,83%, ou seja, se em 2018 a análise ABC já estivesse em ação, as vendas desse ano poderiam quase se igualar as vendas de 2020. A diferença de um ano para o outro, é o equilíbrio do estoque.

Já na Tabela 6, para que se compreenda o impacto que a ferramenta pode trazer nas vendas da organização, foi comparado o resultado final das vendas nos meses de pico da empresa, de um ano para o outro o aumento das vendas tiveram um grande impacto. Se obteve um aumento médio desses três meses de 69,77% com a implantação.

Contudo, consegue-se se observar os benefícios que a ferramenta ABC pode trazer a organização, como a diminuição no prazo de entrega, produtos em estoque de acordo com a necessidade da empresa, diminuição do cancelamento de pedidos, se obteve um aumento no resultado final das vendas, e consequentemente utilizando a análise para suas compras, com os produtos classificados de forma correta, se evita a compra de itens desnecessários para a

empresa, direcionando a atenção para os itens de maior relevância. E, diante das análises feitas por meio dos gráficos, consegue-se notar o impacto positivo que a implantação da Curva ABC pode trazer à organização.

5. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Celia Mauro Placer Rodrigues de; SCHLÜTER, Mauro Roberto. *Estratégia Logística*. Curitiba: Iesde, 2012. 316 p.

BRANDALISE, Loreni. *Administração de materiais e logística*. Porto Alegre: Simplíssimo, 2017. 646 p.

DANDARO, Fernando; MARTELLO, Leandro Lopes. Planejamento e controle de estoque nas organizações. *Revista Gestão Industrial*, v. 11, n. 2, 2015.

DOCUMENTOS INTERNO. Relatório de Faturamento de Pedidos 2018-2020. Empresa Distribuidora A, 2021.

KARPINSKI, Adriano; SANDRI, Suelen Regina; MENEGAT, Cezar Roberto. Ruptura de estoque. *Revista de Administração e Ciências Contábeis*, v. 4, n. 8, p. 1-19, 2009.

OLIVEIRA, Marcela Maria Eloy Paixão; SILVA, Rafaella Machado Rosa da. *Gestão de estoque*. [...]. Cuiabá: Instituto Cuiabano de Educação, 2014.

OLIVEIRA, Marcela Maria Eloy Paixão; SILVA, Rafaella Machado Rosa da. *Gestão de estoque*. [...]. Cuiabá: Instituto Cuiabano de Educação, 2014.

PEREIRA, Mirelle Cristiane. *GESTÃO ESTRATÉGICA DE ESTOQUE EM EMPRESAS DO COMÉRCIO*. *Revista de Administração e Negócios da Amazônia*, v. 11, n. 1, p. 1-16, 2019.

RIBEIRO, Paulo Pinto. Avaliação da gestão de estoque em uma microempresa de autopeças utilizando a curva abc como ferramenta de apoio. *Revista Cereus*, v. 12, n. 2, p. 130-146, 2020.

SILVA, Giovana Gavioli Ribeiro da. *Gestão de estoques e armazenagem*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2018. 266 p.

SLOMINSKI, Juliana Coelho. A importância da realização da gestão de estoque em pequenas empresas (sic): estudo de caso em pequena indústria de artefatos em acrílico de Curitiba.



Ano VIII – Volume – Número – Mês, 2021



FAIT

Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

Sociedade Cultural e
Educacional de Itapeva

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DA EMPRESA

Empresa: Hot Itapeva ME

CNPJ: 22.706.130/0001-87

Endereço completo: Rua Alberto Vilhena Júnior, 1033, Jd Europa

Responsável: Cibelle Lara Luch de PAiva

Telefone: (15) 35212647

e-mail: cditapeva.cibelle@hotmail.com.br

Tipo de produção intelectual: () TCC (x) Artigo Científico

Título/subtítulo: Curva ABC nas vendas

Autor: Hellen Cristina Scura

Autor: _____

Autor: _____

Curso: Administração

Orientador: Prof. Esp. Adriano Augusto de Souza

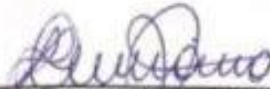
Co-orientador: Prof. Me. Viviane Cristina Martiniuk

Como representante da empresa acima nominada, declaro que as informações e/ou documentos disponibilizados pela empresa para o trabalho citado:

(x) Podem ser publicados sem restrição.

() Possuem restrição parcial por um período de _____ anos, não podendo ser publicadas as seguintes informações e/ou documentos: _____

() Possuem restrição total para publicação por um período de _____ anos, pelos seguintes motivos: _____



Representante da Empresa

Itapeva – SP 31/05/2021

Local e Data