

Samuel Ferreira Trega
Thiago Tarcísio da Cruz de Jesus

**UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA CURVA ABC EM
EMPRESAS DO SEGMENTO DE HIPERMERCADO**

FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI

TEÓFILO OTONI-MG

2017

Samuel Ferreira Trega
Thiago Tarcísio da Cruz de Jesus

**UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA CURVA ABC EM
EMPRESAS DO SEGMENTO DE HIPERMERCADO**

Artigo Científico apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso de Administração das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.
Área de Concentração: Gestão de Estoque.
Orientador: Prof. Edvaldo Silva Dutra.

FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI

TEÓFILO OTONI – MG

2017



FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI

NÚCLEO DE TCC / ADMINISTRAÇÃO

Reconhecido pela Portaria 14 de 22/11/2011 – MEC

FOLHA DE APROVAÇÃO

O Artigo Científico intitulado: *Um estudo sobre a importância da Curva ABC em empresas do segmento de Hipermercado na cidade de Teófilo Otoni - MG,*

elaborado pelos alunos Samuel Ferreira Traga
Thiago Tarcísio da Cruz de Jesus,

foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceito pelo curso de Administração das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial da obtenção do título de

BACHAREL EM ADMINISTRAÇÃO.

Teófilo Otoni, 18 de novembro de 2017

Professor Orientador: Edvaldo Silva Dutra

Professor Examinador: Leonardo Scherpl de Carvalho

Professor Examinador: Luciano Campos Lavall

UM ESTUDO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA CURVA ABC EM EMPRESAS DO SEGMENTO DE HIPERMERCADO

Samuel Ferreira Trega¹

Thiago Tarcísio da Cruz de Jesus²

RESUMO

Atualmente, uma das áreas que mais crescem dentro das organizações é a de Gestão de Estoques, entende-se que os itens do estoque que tem um menor giro ficam um período de tempo maior parados no estoque, e retém uma parcela significativa do capital das empresas. Os administradores de materiais e recursos patrimoniais têm uma batalha enorme em manter os estoques coerentes utilizando os recursos de uma maneira mais eficiente. O objetivo desse estudo foi identificar como a curva ABC pode proporcionar melhorias para as atividades do administrador de estoques, averiguarem as necessidades e condições dos estoques, de acordo o valor financeiro e consumo dos itens que tem maior demanda. Diante do exposto conclui-se que a curva ABC no gerenciamento dos estoques garante a qualidade nos resultados, tanto na área de vendas, quanto de compras, percas e também financeiramente. Sendo assim é importante estar sempre atendo as rotinas e certificar de um controle eficaz, e a curva ABC é uma importante ferramenta para aprimorar ao máximo as operações varejistas. A notoriedade nos resultados é a redução de despesas e custos, e aumento no controle provendo-se assim de mais recursos para investimentos e estratégias para aumento da lucratividade das empresas do segmento de hipermercados.

Palavras-Chave: Gestão de Estoques; Curva ABC; Recursos.

¹Graduando em administração pela DOCTUM Teófilo Otoni, Representante Comercial na empresa HAF.
E-mail: Muka.trega@gmail.com

² Graduando em administração pela DOCTUM Teófilo Otoni, Gerente Geral na Empresa Mineirão Atacarejo.
E-mail: Thiago_tarcisiodejesus@hotmail.com/Thiago.jesus@mineiraoatacarejo.com.br

INTRODUÇÃO

A gestão de estoque é a área de concentração do artigo apresentado ao curso de administração como trabalho de conclusão do curso, e constitui uma ferramenta essencial para a administração dentro das organizações, porque um estoque bem gerido irá promover uma melhor disponibilidade dos produtos a serem comercializados, utilizando as ações, de forma correta e diminuindo despesas, eliminando perdas, avarias, e até produtos que possam ter seu prazo de validade vencido dentro do depósito, sem ir para a área de vendas, são casos que acontecem dentro de estoques que não são gerenciados de forma correta. A gestão de estoque constitui uma série de ações que permitam ao administrador saber se os estoques estão sendo bem utilizados e se estão bem localizados em relação aos setores que deles utilizam, bem manuseados e controlados. Através da curva ABC, que permite ao administrador identificar quais itens requerem maior atenção e tratamento adequados quanto a sua importância para fazer, com que a organização do estoque seja de acordo com a necessidade da empresa, podendo assim identificar, quais são os produtos de maior giro e rentabilidade.

O objetivo geral da pesquisa é avaliar a viabilidade e a utilização da curva ABC, como ferramenta de gestão de estoque no segmento de varejista, essa ferramenta ajuda a disponibilizar de maneira mais coerente e adequada, os estoques que são ativos primordiais do varejo, pode-se comprovar que quanto melhor for à gestão melhores serão os resultados, com o aprofundamento no assunto se justifica que realmente é possível melhorar os resultados investindo em organizar os estoques segundo seu grau de importância, baseado na curva ABC. Dentre as hipóteses levantadas a utilização da curva ABC, auxiliaria na disponibilização das mercadorias com eficiência, elevando a geração de recursos por tornar o depósito mais organizado. Foi fundamentada através de colocações de autores do decorrer da pesquisa, onde a utilização dessa importante ferramenta auxilia na geração de melhorias e retornos as empresas do segmento varejista. Essa pesquisa é descritiva e não aplicada. Pois serão abordados os temas relacionados à gestão de estoques e curva ABC, além de descrever as atividades a serem desempenhadas, e as ferramentas que auxiliam no desenvolvimento dessa atividade muito importante que é a gestão de estoques. Tal método propõe observar, registrar,

analisar e ordenar os dados, sem manipulá-los, isto é, sem interferência do pesquisador. A pesquisa é bibliográfica, pois será baseada com referência em bibliografias já publicadas.

A gestão de estoque busca formas de diminuir custos e aumentar a lucratividade, com o objetivo de melhorar ao máximo o investimento aplicado, usando como base a curva ABC, que classifica os materiais quanto ao seu grau de importância, e essa classificação possibilita ver quais itens tem maior relevância e devem ser disponibilizados de melhor forma no estoque, além de trazer retornos significativos gerados pela coerência de quantidades e redução de desperdícios. O segmento varejista exige cada vez mais controle das atividades de gestão de estoques para garantir sobrevivência das empresas no mercado, pois esta em constante evolução e a gestão de estoque do segmento não pode ficar pra trás, é essencial trabalhar com estoques mínimos e máximos para os itens comercializados, diminuindo perdas, e para que sejam possíveis tais controles é essencial uma boa gestão de estoques baseada na ferramenta de curva ABC.

1 GESTÃO DE ESTOQUE

As empresas sempre buscam maneiras de diminuir custos e aumentar os lucros. O aumento do lucro sobre o capital investido é prioridade nos planejamentos estratégicos, ao objetivo de lucratividade alta e custo em baixo. As organizações estão cada vez mais buscando desenvolver suas áreas através da melhoria contínua de suas atividades. Entre todas as estratégias utilizadas para aumentar a rentabilidade sobre capital investido, a administração dos estoques passa a ser um enfoque alvo para as organizações. Administrar estoques busca continuamente o desenvolvimento de técnicas eficazes que possibilitem o abastecimento necessário. (DIAS, 1995, p. 173).

Dias (1995) afirma ainda, que o objetivo é aperfeiçoar o investimento nos estoques aumentando o uso eficiente dos meios internos da empresa. O autor confirma que se entende como função da administração de estoques a habilidade ou

as ações que são tomadas pela empresa no sentido de utilizar melhor os materiais diminuindo a necessidade de investimento de capital em altos estoques.

Acredita-se que no mercado atual se faz necessário desenvolver estratégias que sejam capazes de melhorar os resultados das empresas de acordo com suas necessidades e também com as exigências do mercado, porque os clientes estão cada vez mais comprando o necessário, fazendo com que grandes estoques estejam cada vez mais ultrapassados.

Segundo Cabanas e Ribeiro (2005), as principais funções do estoque são: garantir o abastecimento de materiais à empresa, neutralizando os efeitos de demora ou atraso no fornecimento de materiais, sazonalidades no suprimento, riscos de dificuldade no fornecimento, e proporcionar economias, pela flexibilidade do processo produtivo, pela rapidez e eficiência no atendimento às necessidades dos clientes.

Quando observado do ponto de vista do autor, pode-se identificar que a gestão de estoque se faz cada vez mais necessária para uma boa vida operacional e financeira de qualquer empresa que tenha que gerenciar estoque.

“O gerenciamento de estoque é a atividade de planejar e controlar acúmulos de recursos transformados, conforme eles se movem pelas cadeias de suprimentos, operações e processos.” (BETTS, 2008, p.295).

Essa movimentação é uma função importante, na medida em que os materiais representam cerca de 60% dos custos de um negócio. Contudo, grande parte das pequenas empresas não realiza um controle eficaz dos insumos, apresentando, "furos" de estoque (as quantidades físicas não "batem" com o registro em fichas ou sistema). Uma das consequências da falta de controle está no fato de não ser possível checar se o consumo efetivo dos materiais está de acordo com a sua real necessidade. Com efeito, não conhecer o consumo médio dos materiais dificulta a compra que vise diminuir a necessidade de capital de giro. Martins e Alt (1986) explicam que a gestão de estoques é composta de várias ações que permitem ao administrador verificar se os recursos investidos nos estoques estão sendo bem utilizados.

O estoque de alguns itens, por exemplo, pode estar superdimensionado, o que significa um capital desnecessariamente parado. A falta de gestão tem como consequência, também, a parada na produção ou nas vendas pela falta de materiais ou mercadorias, com diminuição da produtividade. A possibilidade de desvios da

produção também é um resultado da falta de um controle efetivo. Existem e são necessárias muitas técnicas e ferramentas para garantir o controle dos estoques.

1.1 OBJETIVOS DO ESTOQUE

Segundo Dias (2005), a função da administração de estoque é maximizar o efeito lubrificante no *feedback* de vendas e o ajuste do planejamento de produção. Ao mesmo tempo deve minimizar o capital investido no estoque, pois ele é muito caro e aumenta constantemente. Sem estoque se tornaria impossível uma empresa trabalhar, porque funciona como amortecedor entre muitos estágios da produção até a venda do produto final. O objetivo do estoque é melhorar ao máximo o investimento, aumentando o uso eficiente dos meios financeiros, reduzindo as necessidades de capital de giro.

Os estoques são basicamente a forma de se guardar desde suprimentos para produção até mercadorias para revenda, e é de extrema importância a correta gestão do mesmo, através de ferramentas e processos que ajudam a se produzir resultados positivos em prol do objetivo da organização.

Bem como assegura Dias (2010), pode-se dizer que a gestão de estoques tem por objetivo elevar o controle dos gastos e garantir a melhoria dos recursos estocados na organização, porém só é possível definir um estoque ideal através de uma previsão do consumo dos produtos da empresa.

Todo estoque é gerador de recursos financeiros para as empresas, pois é através dele que se produzem retornos dos investimentos feitos, e devem ser tratados dessa forma para se evitar desperdícios e assim não fugir da realidade competitiva em que se vive o mercado.

O estoque de segurança, segundo Slack *et al* (2009), se trata de um estoque isolador, para estar preparado para as incertezas entre oferta e demanda, principalmente no ramo varejista, fazendo dessa maneira que haja uma quantidade de mercadorias ou itens suficientes para atender qualquer necessidade que ocorra fora do giro normal da organização.

1.2 CURVA ABC

De acordo com os autores Martins e Alt (2006) a classificação dos materiais em grau de importância é necessária para avaliar os percentuais de itens que determinam a movimentação do estoque. A classificação dos itens é feita na ordem decrescente de importância.

A curva ABC de estoque é uma importante e indispensável ferramenta para se gerir os estoques de grandes e pequenas empresas, pois ajuda a organizar de forma eficiente o estoque de acordo a necessidade da empresa, pois pode posicionar os produtos de forma a disponibilizar os mesmos de acordo com o seu giro (quantidade que o produto vende em determinado período), facilitando a todos que manipulam as mercadorias.

A curva ABC ou 80-20 é baseada no teorema do economista Vilfredo Pareto, na Itália, no século XIX. Num estudo sobre a renda e riqueza, ele observou uma pequena parcela da população, 20%, que concentrava a maior parte da riqueza, 80%, conforme Pinto (2002, p. 142).

Sendo assim a curva ABC de estoques teve sua origem em estudos realizados pelo economista e sociólogo italiano Wilfredo Frederigo Samaso, ou mais conhecido como Vilfredo Pareto que viveu entre os anos 1848 e 1923. Ele estudou a distribuição de renda entre a população e ressaltou a existência de uma lei geral de má distribuição, ou seja, ele comprovou que uma parte menor da população absorvia uma grande porcentagem de renda, restando uma porcentagem significativamente menor de renda para a parte que representava o maior percentual da população.

Para Cunha, Oliveira e Vignoli (2003), o ponto principal a visualizar no sistema de análise ABC é que, em verdade, os itens que representam o mais alto consumo são os itens que fazem parte do menor percentual de valor do estoque e o contrário disso, ou seja, os itens que fazem parte do maior percentual de valor do estoque são justamente os que representam a menor parte desse estoque. Com isso pode-se concluir que a curva ABC consiste em fazer uma análise do consumo dos materiais ou de produtos comercializados em um determinado espaço de tempo.

1.3 CLASSIFICAÇÃO ABC

A classificação ABC possibilita ver quais itens tem maior relevância e merecem ser disponibilizado de melhor forma no estoque, trazendo desta forma, um maior controle na gestão de estoques da empresa. Baseado nos dados e informações dessa classificação será possível estocar os itens de forma a maximizar os lucros e minimizar os custos, despesas e prejuízos da má gestão do estoque.

Para os autores Martins e Alt (2006) a classificação dos materiais em grau de importância é necessária para avaliar os percentuais de itens que determinam a movimentação do estoque. A classificação dos itens é feita na ordem decrescente de importância. Dessa forma pode-se mudar o ambiente e a arrumação do estoque físico de acordo a classificação ABC, disponibilizando, os materiais da classe A, em maiores espaços, em maiores quantidades, e em locais de acesso mais fáceis para facilitar a sua reposição e o acesso dos clientes aos mesmos.

“Os recursos financeiros investidos na aquisição de estoque poderão ser definidos pela análise e aplicação correta dos dados fornecidos com a curva ABC”. (PINTO, 2002, p. 142).

A análise do sistema ABC de estoques, através da multiplicação do custo unitário pelo volume comprado, permite que cada classe tenha esse tratamento diferenciado. Por outro lado, essa análise pode ser prejudicial para a empresa, pois ela não considera a importância dos materiais como um todo no estoque e não permite ver o sistema integrado onde todos os itens são importantes para o bom funcionamento, pois podem ter situações na empresa em que ambas podem impactar diretamente nos resultados das cadeias produtivas. Como exemplo, itens de alto valor e consumo essenciais para o seu funcionamento e também itens de baixo valor e consumo que, em um determinado momento, a sua falta no estoque pode paralisar toda uma produção.

Mas essa possibilidade se limita a empresas que trabalham com produção de produtos, pois para as empresas que comercializam e que é o foco deste estudo, a melhor maneira é se fazer uma gestão de estoque eficaz e consciente, evitando prejuízos e melhorando a rentabilidade.

1.4 RETORNOS CAUSADOS PELA UTILIZAÇÃO DA CURVA ABC

A curva ABC apresenta algumas vantagens causadas pela utilização desta ferramenta, sendo elas: estoques mais coerentes com a realidade de venda, redução de desperdícios, investimentos mais inteligentes, aumento da lucratividade, elaboração de estratégias mais eficazes para o fluxo de caixa e o capital de giro.

Ao se fazer uso desta ferramenta para gerir os estoques, a empresa poderá identificar os itens mais importantes armazenados e encontrará estratégias para melhorar seu fluxo de entrada e saída, assim os recursos investidos no estoque podem ser potencializados, impossibilitando desperdícios de recursos materiais e financeiros, mantendo uma gestão de estoque eficaz para atender as demandas dos clientes garantindo a receita, fazendo assim que a empresa maximize seus lucros. Mesmo sendo uma atividade operacional atinge diretamente em outros departamentos, envolvendo a saúde financeira da empresa.

Todavia há uma necessidade permanente de revisão, devido à quantidade enorme de dados que muda a todo o momento. Sendo assim a maior preocupação está mais em gerar as informações estratégicas corretas do que em utilizar essas informações.³

1.5 COMO CALCULAR A CURVA ABC

Esse cálculo é feito de acordo as letras ABC da seguinte forma:

- Classe A: itens com um grau superior de importância, quantidade ou valor e equivalem 20% do total e representa 80% do valor monetário.
- Classe B: itens com um grau de valor, quantidade ou importância mediano e representa 30% do total e 15% do valor monetário da empresa.

³ <http://blog.financas360.com.br/5-vantagens-da-curva-abc-para-gestao-de-estoques/>

- Classe C: itens com um grau de quantidade, importância ou valor inferior, eles representam 50% do total e 5% do valor monetário da empresa.

Essa ferramenta pode ser usada não somente no gerenciamento dos estoques, mas também em outras áreas da empresa como pesquisar clientes e produtos, facilitando a visualização de forma mais exata em que poderá dar maior ou menor atenção, e assim formular estratégias para cada um.

Ou também na definição de políticas de vendas, administração de estoques para o estabelecimento de prioridades, para a programação de produção, entre outros mais.⁴

2 SEGMENTO VAREJISTA

O varejo é um ramo que está sempre em transformação, pois tem que se adaptar rapidamente a todas as mudanças pertinentes ao mercado. Historicamente os supermercados surgiram nos Estados Unidos da América (EUA),⁵ como uma ideia para atender as pessoas em todos os setores alimentícios em um só lugar, trazendo assim uma maior comodidade, pois se encontraria padaria, açougue e produtos de mercearia em um só lugar. Os primeiros supermercados eram instalados em grandes garagens, armazéns, onde não havia preocupações com estética e beleza do ambiente. As prateleiras eram de pinho e não havia nenhuma preocupação quanto à separação na arrumação dos produtos. Já no Brasil existiam basicamente feiras especializadas para cada ramo, e a espelho dos EUA, começou-se a constituir a formação de supermercados onde se agruparam todos os ramos alimentícios no mesmo lugar, a fim de trazer uma redução nos custos e comodidade para as pessoas.

⁴ <http://blog.bluesoft.com.br/2015/02/curva-abc-como-utiliza-la-para-tomada-de-decisoes/>

⁵ U.S census of Business: 1958 Retail Trade, BC 58 (a) RSI Sale Rise (advance report) pg.2-5.

De acordo com os autores Levy e Weitz:

O varejo é um dos maiores setores da economia mundial, esses autores definem o varejo como: [...] um conjunto de atividades de negócios que adiciona valor a produtos e serviços vendidos a consumidores para seu uso pessoal e familiar. As pessoas, frequentemente consideram o varejo somente como a venda de produtos em lojas. Entretanto o varejo envolve também a venda de serviços, nem toda venda de varejo é feita em lojas. (LEVY ; WEITZ, 2000, p.27).

O mercado varejista é muito complexo, e cria muitas e diferentes possibilidades. Muitos deles voltados à competitividade, por preços, disputa de clientes e melhores maneiras de gerir os estoques, que para o varejo. O mercado está em um nível de competição que tem levado as organizações a desenvolverem estratégias que visam diminuir as vulnerabilidades às mudanças que vêm ocorrendo nos ambientes externo e interno.

O processo de globalização (financeiro, produtivo e comercial), a introdução de nova tecnologia e a implantação de novos processos organizacionais levam alguns segmentos a um cenário de fusões, incorporações e reestruturação, como tem acontecido com grande frequência aonde grandes empresas vem se juntando para ganhar cada vez mais força no mercado⁶, com o objetivo de manter a competitividade. Para minimizar os efeitos negativos deste ambiente turbulento, deve-se estimular a elaboração de um planejamento estratégico, que irá traçar os melhores caminhos para se seguir onde surgiram as melhores oportunidades e as melhores formas de se aproveitar essas oportunidades que aparecem diariamente e é necessário estar preparado para aproveitar essas oportunidades.

O ramo de supermercados por estar em constante mudança esta sempre buscando formas de evolução, e uma das alternativas foi um grande investimento em propaganda e marketing.

Schiffman e Kanuk (2000, p.200) defendem que:

As comunicações de marketing de uma empresa estão direcionadas para induzir à compra, criar uma atitude positiva em relação ao produto, dar um significado simbólico ao produto, ou mostrar que ele pode resolver o problema do consumidor melhor do que faria o produto (ou serviço) concorrente.

⁶ <http://blog.newtonpaiva.br/pos/wp-content/uploads/2013/02/E4-PP-30.pdf>

No segmento supermercadista, caracterizado pela comercialização de gêneros alimentícios, a propaganda televisiva é amplamente utilizada. Isso porque “é um meio de maior penetração em qualquer público, favorecendo o alcance e a frequência média” (PREDEBON, 2004, p. 170).

Pode-se destacar que existem varias maneiras de divulgação e entendimento do público alvo, por isso existem diferentes formas de se trabalhar o marketing e a propaganda que se produz, para levar ao conhecimento de uma quantidade cada vez maior de pessoas, elevando também os retornos monetários.

Sob essa perspectiva, Karsaklian (2000, p.241) afirma:

Não nascemos consumidores, mas aprendemos a sê-lo. (...) a vontade de obter produtos não é inata [...] é aprendida num contexto social e cultural. Essa consciência virá da observação do comportamento de seus pais e da influência da propaganda e do marketing.

É de suma importância existir a divulgação do negócio, porque se torna possível alcançar através de um marketing bem desenvolvido uma quantidade cada vez maior de possíveis clientes, aumentando assim os rendimentos da organização.

2.1 EVOLUÇÃO NO SEGMENTO VAREJISTA

A evolução do mercado em si obrigou o varejo também, evoluir, pois começaram a aparecer novos ramos de varejo, como os hipermercados, que são um ramo que trabalha com um mix ainda maior de produtos, como eletrodomésticos, e itens mais específicos do que os existentes nos supermercados, caracterizam-se por ter um maior espaço físico de exposição de produtos, e também um mix maior que é ofertado aos clientes.

Cobra (1997) ressalta que o grande crescimento do setor varejista deve-se ao fato de a venda direta do produtor ao consumidor é um processo lento e nem sempre possível. Assim, o varejo funciona como uma maneira de acelerar o processo de distribuição, ou seja, atua como uma ligação entre os fabricantes e o consumidor final, sendo uma das suas principais formas para manter estoque, de modo a atender as necessidades de consumo.

Essas evoluções se caracterizam por mudanças diárias, desde os processos implantados dentro das atividades cotidianas, até a mudança nos itens expostos à venda aos consumidores, é um ambiente que leva a entender muitas das necessidades dos clientes para atendê-las, e assim conseguir abocanhar uma parcela cada vez maior de mercado.

As estratégias utilizadas pelas empresas são ações executadas para melhorar a posição diante dos concorrentes e materializam-se através de procura de vantagens em relação a eles, atendendo às necessidades dos clientes e adaptando às mudanças de mercado. Tachizawa e Rezende (2002, p. 39) definem estratégias empresariais como "o conjunto de ações que uma organização empreende com a finalidade de melhorar o seu desempenho presente e futuro".

Assim é possível prever as exigências futuras do mercado e se adaptar a elas para conseguir atender de forma rápida, mas satisfatória a cada cliente, pois o varejo em muitas das oportunidades busca cada vez mais vender também serviços, agregando valor aos produtos comercializados.

2.2 GESTÃO DE ESTOQUE NO SEGMENTO

A gestão de estoque é muito importante em qualquer segmento e no varejista não é diferente, mas tem suas particularidades. Por possuir um mix muito maior de outros ramos, requer um cuidado e atenção muito maiores, para existir um controle cada vez mais eficaz, a fim de trazer retornos positivos aos investimentos feitos em produtos de revenda.

Segundo Moreira (2004, p.270), "Um sistema de controle de estoque é um conjunto de regras e procedimentos que permitem responder às perguntas de grande importância, e tomar decisões sobre os estoques".

A função principal da gestão de estoques é encontrar um equilíbrio entre comprar e vender, porque estoque ocioso gera custos desnecessários, que na maioria das vezes acaba comprometendo os orçamentos previstos para a

organização, sabendo-se que quanto melhor for esse equilíbrio melhores serão os resultados da empresa.

A maioria das empresas de varejo trabalha com uma variável chamada de estoque mínimo e estoque máximo, onde se estipula um estoque ideal. Quando se chega a uma quantidade mínima, se dispara um alerta de compra para aquele determinado produto, ocasionando uma forma mais fácil de gerir os estoques existentes dentro da empresa, e também se estipula um limite Máximo para determinado produto.

2.2.1 Estoque Mínimo

O estoque mínimo é definido como a quantidade mínima de materiais armazenados, para garantir os eventuais atrasos que possam acontecer no processo de compras. Desta forma também poderá ser chamado de reserva de estoque.

Essa reserva de estoque tem um papel fundamental no dia-a-dia das empresas, e é utilizado como uma maneira de prever eventuais falhas e rupturas causadas por motivos externos.

Para Dias (2012), mesmo que a quantidade representada pelo estoque mínimo não seja usada e, portanto, fique permanente no estoque, a armazenagem e os demais custos seriam muito elevados.

Conforme Martins (2006), o estoque mínimo pode ser representado pela seguinte fórmula:

$$E_{\text{min}} = E_s + P_e \times C$$

E_{min} = estoque mínimo

E_s = estoque de segurança

P_e = prazo de entrega

C = consumo diário

2.2.2 Estoque Máximo

Já o estoque máximo tem por objetivo estipular as quantidades máximas de giro dos materiais em determinados períodos de tempo de acordo com sua necessidade e quantidades vendidas e um histórico de vendas.

Para Pascoal (2008), considera-se estoque máximo a quantidade tolerável de determinado item, sem comprometer as disponibilidades da empresa.

A quantidade de itens designado como o estoque Máximo será uma referencia do limite de vendas de determinado produto dentro do seu prazo de validade, fazendo assim com que haja uma determinação baseada na curva ABC da organização onde o armazenamento seja feito também seguindo os parâmetros estabelecidos dentro da mesma, produzindo um limite maior para os produtos de maior giro e uma quantidade menor para os produtos de menor giro.

Na percepção de Hamilton (2008), estoque máximo é o resultado da soma do estoque de segurança mais o lote de compra, ou seja, o estoque mínimo mais a quantidade de venda estipulado de acordo com o histórico de vendas.

Afirma Dias (2012) que em condições equilibradas entre aquisição e consumo, o estoque varia entre quantidades máximas e quantidades mínimas, e esses níveis só são válidos quando baseados na produtividade. O nível máximo de estoque é representado segundo Pozo (2010, p. 81):

$$E_{\text{máx}} = ES + LC$$

$E_{\text{máx}}$ = estoque Máximo

ES = estoque de segurança

LC = lote econômico de compra

2.3 A IMPORTÂNCIA DA CURVA ABC NO SEGMENTO

Os hipermercados podem ser mais facilmente geridos se utilizarem de ferramentas como a curva ABC, pois, através dela é possível fazer com que os itens constantes em seus estoques estejam classificados de acordo com seu grau de

importância, e dessa forma pode-se disponibilizar os itens de acordo com a necessidade de reposição do hipermercado, posicionando os itens classificados como A em locais mais bem posicionados, facilitando a sua reposição na área de vendas, fazendo com que não perca vendas por falta de uma correta gestão. Já os itens classificados como B e C devem ser geridos com atenção, mas estocados em menores quantidades e menores espaços, pois, sua representatividade nas vendas é muito menor que itens classificados como A.

O método da curva ABC, tem o propósito de classificar os itens segundo seu grau de importância, em que nem todos os itens têm a mesma importância e a atenção deve ser dada para os mais significativos.

Para Ballou (1993, p.97):

O planejamento do suprimento e distribuição física de qualquer firma é a soma dos planos individuais dos produtos. A maioria fabrica ou comercializa muitos produtos, que estão em diferentes pontos do seu ciclo de vida e com variados graus de sucesso comercial em qualquer período de tempo, isto cria um fenômeno chamado curva ABC (ou curva 80/20)

As empresas varejistas podem obter mais resultados ao monitorar seus concorrentes e tomar decisões ágeis, principalmente nos produtos da Curva A. Usando desse método para impulsionar a venda desta categoria, pode-se filtrar essa informação e analisar preços de forma estratégica e tomar decisões sobre eles. Utilizando ferramentas em tecnologia para o varejo, como a ERP, por exemplo, é possível obter uma análise de todos os produtos, mas com a opção de segmentá-los na curva ABC. O gestor pode assim dedicar mais tempo analisando preços de seus produtos e concorrentes na Curva A e fazendo mais atualizações com foco em competitividade. Por outro lado, ele pode dedicar parte do tempo para conferir e atualizar os produtos da Curva B e os da Curva C. Desta forma, é possível fazer uma gestão panorâmica, mas com ações focadas e inteligentes que priorizam os produtos mais relevantes para a empresa.⁷

⁷ <http://blog.infopriacesa.com.br/curva-abc-para-supermercados/>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O segmento varejista tem infinitas possibilidades, mas com o crescimento e aperfeiçoamento do ramo leva a percepção de que se torna cada vez mais importante investir em ferramentas de gestão de estoques, dentre essas ferramentas a curva ABC, que permite levar as melhores formas de controle e gerenciamento, como é argumentado pelos autores de obras relevantes sobre a área.

Todas as referências encontradas caracterizam a evolução do ramo de varejo, têm-se exemplos de supermercados e hipermercados, que se destacam pelo fato de gerir o estoque baseando-se na curva ABC, pois dessa forma se torna possível identificar erros que podem prejudicar o desenvolvimento da organização, considerando que as empresas buscam formas para maior obtenção de lucro, com o menor custo possível, pode usar um bom gerenciamento do estoque reduzindo custos desnecessários e priorizando o que traga maior lucratividade.

De acordo a pesquisa feita pode-se concluir que é eminente a evolução no ramo no decorrer das décadas, baseado nas opiniões dos autores onde as ideias, que eram apresentas a cerca de 40 anos ainda estão presentes em obras mais recentes, e ambos definem a finalidade dos estoques como gerenciáveis e geradoras de recursos para as empresas, mas com novas visões da forma que pode-se abordar essas ideias e as ferramentas a serem utilizadas.

Diante deste estudo realizado atesta-se que o principio de Pareto como ferramenta na gestão de estoques, ampara os administradores a analisar as condições dos produtos em estoque, e serve com importante auxílio na tomada de decisões. Foram de grande importância as pesquisas realizadas, pois trouxeram notório conhecimento e entendimento da correta utilização da ferramenta de análise da curva ABC, a classificação dos materiais em grau de importância é necessária para avaliar os percentuais de itens que determinam a movimentação do estoque.

Dentre as hipóteses levantadas no estudo pode-se verificar como aplicável a que levanta à utilização da curva ABC, como ferramenta de auxílio na disponibilização das mercadorias com eficiência, elevando a geração de recursos por tornar o depósito mais organizado.

A curva ABC é de suma importância para a boa gestão de estoques e essa ideia é unânime para todos os autores citados, onde se consegue identificar várias maneiras viáveis de se fazer uma boa gestão, mas onde todas elas estão ligadas de maneira a deduzir-se que a disponibilização dos itens no espaço físico do estoque deve ser localizada e definida de acordo ao grau de importância de cada item, levando em conta seu giro e a sua relevância dentro do estoque.

Portanto pode-se concluir que a maneira eficaz de obter resultados positivos no gerenciamento de estoques é utilizando a curva ABC, porque através dela, será possível evitar custos desnecessários minimizando-os e maximizando os recursos. Além de permitir ao gestor acompanhar a movimentação do estoque é utilizada como parâmetro para indicar a necessidade de compra de itens. E no ramo de varejo pode ser usada desde a definição de estoques de almoxarifado, podendo ser utilizada até para definir o mix de produtos ofertados a venda, e também a política de vendas da organização.

REFERÊNCIAS

- ACCIOLY F.;AYRES, A.P.S.; SUCUPIRA,C. **Gestão de estoques**. Rio de Janeiro: editora FGV, 2008.
- BALLOU, Ronald H. **Logística empresarial**. São Paulo: Atlas, 1993.
- BETTS, A. **Gerenciamento de Operações e de Processos: Princípios e Práticas de Impacto Estratégico**. São Paulo: Bookman, 2008.
- CABANAS, L. A.; RIBEIRO, M.C. **Apostila de administração de recursos materiais e patrimoniais**. São Paulo:Atlas, 2005.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. São Paulo: editora McGraw-Hill, 1976.
- CHAMBERS, S; JOHNSTON, R; SLACK, N. **Administração da Produção**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- COBRA, Marcos. **Marketing básico: uma abordagem brasileira**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- DIAS, M. A. P. **Gerência de materiais**. São Paulo: Atlas 1995.
- DIAS, M. A. P. **Administração de Materiais: Princípios, Conceitos e Gestão**. 5ª Edição, São Paulo: Atlas, 2005

_____ **Administração de materiais: uma abordagem logística.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____ **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2000.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M.A. **Metodologia do Trabalho Científico.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1987.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Administração de Varejo.** São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, P. G.: ALT. P. R. C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais.** São Paulo: Saraiva, 1986.

MARTINS, P. G.: ALT. P. R. C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais.** 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

MOREIRA, Daniel. **Administração da produção e operações.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

OLIVEIRA JUNIOR, N. C. ; CUNHA, F. ; VIGNOLI, S. **Técnicas de Previsão e Gestão de Estoques.** São Paulo: Atlas, 2003.

PASCOAL, Janaína Araújo. **Gestão estratégica de recursos materiais: controle de estoque e armazenagem.** Monografia apresentada ao Centro Universitário de João Pessoa – UNIPÊ, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração. João Pessoa, 2008.

PINTO. C. V. **Organização e Gestão da Manutenção.** 2 ed. Lisboa: Edições Monitor, 2002.

POZO, H. **Administração de recursos materiais e patrimoniais: uma abordagem logística.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PREDEBON, José (Coord.) **Curso de Propaganda: do anúncio à comunicação integrada.** São Paulo: Atlas, 2004.

SCHIFFMAN, Leon G.: KANUK, Leslie Lazar. **Comportamento do consumidor.** 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TACHIZAWA, T.; REZENDE, W. **Estratégia empresarial: tendências e desafios.** São Paulo: Pearson Education Makron Books, 2002.

Disponível em: < <https://blog.bluesoft.com.br/2015/02/curvaabccomoutiliza-laparatomadadedecisoies/> > Acesso: 03 setembro 2017.

Disponível em: < <http://blog.financas360.com.br/5vantagensdacurvaabcparagestaodeestoques/> > Acesso: 03 setembro 2017.