

**11ª Jornada Científica e
Tecnológica do IFSULDEMINAS**

**& 8º Simpósio de
Pós-Graduação**

USO DA CURVA ABC COMO FERRAMENTA GERENCIAL: um estudo de caso

Taciane A. de BEM¹; Pedro L. C. CARVALHO²

RESUMO

O trabalho teve por objetivo aplicar a técnica da curva ABC para identificar quais produtos possuem maior representatividade na venda e no faturamento/lucratividade de uma mercearia. A pesquisa teve caráter exploratório-descritivo na abordagem qualitativa, utilizou-se como instrumento para coleta de dados da mercearia estudada uma planilha do aplicativo Microsoft Excel 2016 durante oito meses pesquisados. Os resultados obtidos mostram que os produtos que têm maior representatividade financeira são: pão francês/ kg, frango inteiro/ kg, leite serrania (saquinho), linguiça pura, salsicha/ kg, biscoito fofo. Os produtos em relação a quantidade vendida, apresentam uma grande porcentagem de venda, porém, não são representativos na receita final pelo seu valor unitário ser baixo. Entretanto são produtos importantes, pois servem como atrativo para que as pessoas entrem no estabelecimento.

Palavras-chave:

Microempresa; Estoque; Lucratividade.

1. INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas vêm cooperando cada vez mais para a economia do Brasil. Em 2011 elas tiveram 27 % de participação no PIB (Produto Interno Bruto) do país sendo mais de 9 milhões de Micro e Pequenas Empresas. Elas estão presentes em todos os segmentos como nos setores industriais, comércios e serviços (SEBRAE, 2017).

Um tipo muito comum desse tipo de negócio são as denominadas mercearias, que de acordo com o Sebrae (2017), é um empreendimento comercial de existência secular no mercado e tem por objetivo atender algumas necessidades do lar, de forma simples e ágil.

Entretanto, Crepaldi e Crepaldi (2014) apontam muitas micro e pequenas empresas não chegam a seis anos de vida. Elas têm sua mortalidade decretada, em sua maioria, em função da falta de planejamento do negócio, muitas vezes, nessas organizações as decisões são tomadas, na maioria dos casos, por improvisação (PINHEIRO, 1996).

Um ponto que possui relevância especialmente nas micro e pequenas empresas, é o estoque. Para Izel, Galvão e Santiago (2015), estoque pode ser compreendido como um conjunto de bens armazenados, com características próprias, para atender aos objetivos e necessidades da empresa, atuando como um amortecedor entre as variações de oferta e demanda, corrigindo as instabilidades.

¹ Formada em Administração, IFSULDEMINAS – *Campus* Machado. E-mail: tacianeab16@gmail.com

² Orientador, IFSULDEMINAS – *Campus* Machado. E-mail: pedro.carvalho@ifsuldeminas.edu.br

Ainda segundo o autor, a gestão de estoque proporciona a otimização do investimento, influencia positivamente o giro do produto, melhora a eficiência dos meios internos da empresa e diminui a necessidade de capital investido, realizando um equilíbrio entre oferta e demanda.

Uma ferramenta muito pouco conhecida, principalmente, para os gestores ou proprietários de micro e pequenas empresas é a Curva ABC. De acordo com Carvalho (2002), a curva ABC é um método de classificação de informação, para que se separem os itens de maior importância ou impacto, os quais são normalmente em menor número, podendo assim contribuir para a organização ter um controle melhor e usar essa prática como estratégia saindo na frente de seus concorrentes.

Embasado nessas temáticas espera-se que esse trabalho responda a seguinte problemática: quais são os produtos com maior representatividade na venda e no faturamento/lucratividade em uma mercearia na cidade de Machado/ MG?

Nesse sentido, tem-se como objetivo geral aplicar a técnica da curva ABC para identificar quais produtos possuem maior representatividade na venda e no faturamento/lucratividade da mercearia em questão. E, como objetivos específicos: i) identificar a importância de avaliações conjuntas dos indicadores financeiros; ii) classificar os itens de maior importância do estoque através da Curva ABC; iii) identificar os produtos com maior relevância na venda e no faturamento/lucratividade dentro da mercearia.

A aplicação deste trabalho se dá pela necessidade de identificar ferramentas que possibilitam ao gestor/proprietário da organização a facilidade nas tomadas de decisões, melhorias nos métodos e técnicas para a gestão de estoque na mercearia que é laboratório da pesquisa com a finalidade de economizar tempo, recursos financeiros e pessoas, criando assim uma harmonia perfeita entre o estoque e a organização, podendo obter vantagens competitivas.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi de caráter exploratório-descritivo, com abordagem quantitativa por meio de um estudo de caso realizado em uma mercearia localizada na cidade de Machado/MG.

Levantou-se nesse local, no período de dezembro de 2017 até julho de 2018 os dados para a construção da curva do ABC, tais como: uma lista de todos os produtos vendidos na mercearia, relacionando-os em uma tabela, discriminados por marca e peso de cada produto respectivamente; quais produtos tem mais saída; o valor unitário de cada produto e; no final o valor total dos produtos vendidos. Os dados foram anotados diariamente, realizado também em feriados e finais de semana.

Com os dados obtidos, ao final de cada mês foi realizada a curva ABC. Para sua construção os produtos foram colocados em ordem decrescente em relação à venda total de cada produto, calculando a porcentagem dos mesmos, a porcentagem acumulada e classificando-os entre classe A: itens de maior importância, classe B: itens intermediários e, classe C: itens de menor importância.

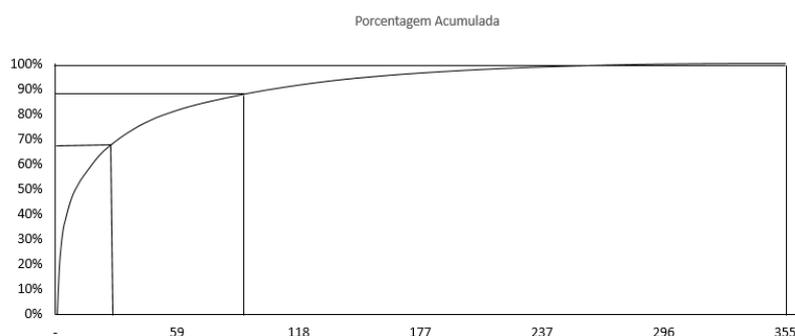
Utilizou-se como porcentagem de corte 70% para classe A, 90% para classe B e 100% para classe C.

Para a tabulação dos dados foi utilizado o aplicativo Microsoft Excel 2016.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

O gráfico 1 mostra a quantidade de itens em cada um dos grupos, (A, B e C), e o percentual da arrecadação da empresa que representa o grupo em que um determinado produto está inserido. Após a organização dos dados, verificou-se que a classe A representa 70 % do faturamento de vendas, contendo nessa classe uma quantidade de 29 produtos. A classe B representa 20 % do faturamento, com uma quantidade de 77 produtos. E, a classe C com 10 % do faturamento, contendo 249 produtos. Sendo assim, dos 355 produtos comercializados na mercearia, apenas 29 tem maior representatividade financeira para a empresa.

Gráfico 1 – Curva ABC em relação a receita da empresa



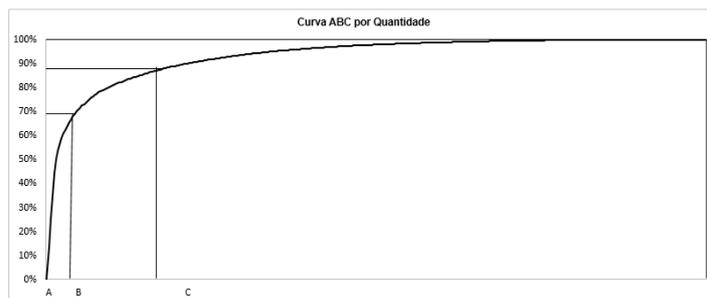
Fonte: Autora, 2018

Dessa forma, 29 são os produtos de maior representatividade na receita da empresa. Dentre eles, pode-se destacar o pão francês/ kg, frango inteiro/ kg, leite serrania (saquinho), linguiça pura, salsicha/ kg, biscoito fofo. Esses produtos, juntos, representam, 70% da receita empresa. Assim, uma política de aumento de vendas deve focar nesses produtos para que o retorno possa ser sentido de forma mais significativa.

No período de pesquisa a empresa teve uma receita de R\$ 100.263,78 e um investimento de R\$ 90.723,60. A lucratividade dos oito meses estudados foi de 9,52% (R\$ 9.540,18) em relação à receita bruta e, a rentabilidade de 1,31 % ao mês. Os gastos desse período são: compras de mercadorias, mão de obra, energia elétrica, água, internet, contador e contribuição com MEI.

O gráfico 2 apresenta a curva ABC em relação à quantidade vendida. Foi observado que, a classe A contém 16 produtos, a B 59 produtos e a classe C 280 produtos. Dentre os produtos da classe A destacam: chiclete megabol pequeno/ unidade, chiclete danibol/ unidade e bala macia/ unidade. Esses produtos tiveram uma quantidade enorme de venda, porém seu baixo preço unitário inviabiliza uma maior representatividade na receita total, fazendo assim, com que esses produtos fiquem longe de ocuparem as primeiras posições no quesito em questão na curva ABC.

Gráfico 2: Curva ABC em relação a quantidade vendida



Fonte: Autora, 2018

Mesmo sendo representativos apenas em relação a quantidade, esses produtos são importantes, pois servem como atrativo para que a pessoa entre no estabelecimento, com intuito de comprar um determinado produto e acaba levando outros. Uma forma simples de atrair o consumidor, já que a mercearia oferece 355 diferentes produtos.

Tendo como base esses resultados, a empresa pode criar estratégias, como por exemplo, a instalação de um sistema na empresa no qual fará um controle maior do estoque e realizar promoções em datas festivas. Além disso, outra estratégia importante é utilizar dos produtos que mais atrai o consumidor para divulgar a empresa, através do marketing que pode ser feito principalmente dentro do bairro, divulgando preços e promoções, tendo a oportunidade de aumentar sua rentabilidade juntamente com sua lucratividade.

4. CONCLUSÕES

Os resultados obtidos mostram que os produtos que têm maior representatividade financeira são: pão francês/ kg, frango inteiro/ kg, leite serrania (saquinho), linguiça pura, salsicha/ kg, biscoito fofo. Os produtos em relação a quantidade vendida, apresentam uma grande porcentagem de venda, porém, não são representativos na receita final pelo seu valor unitário ser baixo. Entretanto são produtos importantes, pois servem como atrativo para que as pessoas entrem no estabelecimento.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, J. M. C. de. **Logística**. 3. ed. Lisboa: Edições Silabo, 2002.
- CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade Gerencial: teoria e pratica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 464 p.
- IZEL, P. A.; GALVÃO, A. U. R.; SANTIAGO, S. B. Gestão de estoque: estudo de caso em uma distribuidora de lubrificantes em Manaus. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 25., 2015, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, 2015.
- PINHEIRO, A. C. M. **Gestão e desempenho das empresas de pequeno porte: uma abordagem conceitual e empírica**. 1996. 269 p. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- SEBRAE. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil**. 2017. Disponível: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> Acesso em: 13 abr. 2018.