

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA

EDMILSON BRESSAN

ANÁLISE E PROPOSTA DE MELHORIA NA GESTÃO DE ESTOQUE E  
LUCRATIVIDADE EM UM MERCADO DE PEQUENO PORTE DO MEIO OESTE  
CATARINENSE

CAÇADOR, SANTA CATARINA

15/12/2023

EDMILSON BRESSAN

ANÁLISE E PROPOSTA DE MELHORIA NA GESTÃO DE ESTOQUE E  
LUCRATIVIDADE EM UM MERCADO DE PEQUENO PORTE DO MEIO OESTE  
CATARINENSE

Monografia apresentada a  
graduação de Engenharia  
de Produção do Instituto  
Federal de Santa Catarina  
para a obtenção do diploma  
de Bacharel em Engenharia  
de Produção

Orientador: Vinícius Jaques  
Gerhardt

CAÇADOR, SANTA CATARINA

15/12/2023

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

B843a Bressan, Edmilson  
Análise e proposta de melhoria na gestão de estoque e lucratividade em um mercado de pequeno porte do meio oeste catarinense / Edmilson Bressan ; orientador: Vinicius Jaques Gerhardt. -- 2023.  
52 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, Bacharelado em Engenharia de Produção, Caçador-SC, 2023.  
Inclui bibliografia.

1. Lucratividade. 2. Estoque. 3. Ferramentas. I. Gerhardt, Vinicius Jaques. II. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina. IV. Título.

CDD 620

EDMILSON BRESSAN

ANÁLISE E PROPOSTA DE MELHORIA NA GESTÃO DE ESTOQUE E  
LUCRATIVIDADE EM UM MERCADO DE PEQUENO PORTE DO MEIO OESTE  
CATARINENSE

Este trabalho foi julgado adequado para obtenção do título em Bacharel em Engenharia de Produção, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina, e aprovado na sua forma final pela comissão avaliadora abaixo indicada.

Caçador, 15 de dezembro de 2023.

---

Prof. Msc. Vinícius Jaques Gerhardt  
Orientador  
(IFSC)

---

Prof. Dr. Danilo Sá Ribeiro (IFSC)

---

Prof. Dra. Patricia Stefan de Carvalho (UFSC)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente a Deus por me conceder a bondade do dia e a oportunidade de contemplá-lo e vivê-lo em mais uma vez.

Ao meu pai Edir, e minha mãe Neusa, por tudo que fizeram por mim, por todos seus ensinamentos, pela proteção, pelo seu conhecimento passado aos longos dos anos, para construção das atitudes e ações tomadas ao longo da vida.

Aos meus irmãos Daniel Bressan e Entoni Dario Bressan, pela parceria.

A minha esposa Ana Claudia Etges, pelo carinho e compreensão por estar construindo e fazendo parte da minha jornada da vida.

E ao meu filho Theo Pyetro Bressan, que nasceu esse ano para encher a minha vida de felicidade.

Aos professores que passaram seu conhecimento para construção desse trabalho.

“O conhecimento é um investimento a longo prazo.  
Sua moeda é o saber que vai se acumulando durante a vida.  
O que se constrói não se destrói tão fácil.  
Conhecimento e sabedoria fazem da vida uma verdadeira arte.”

Gleudson Melo

## RESUMO

Os mercados de pequeno porte apresentam uma significativa parcela na contribuição da economia do país. Com intuito de contribuir para o setor, o presente trabalho busca otimizar o controle de lucratividade e o controle de estoque de produtos em um mercado de pequeno porte localizado em Herval do Oeste - SC, que comercializa mercadorias em geral. A análise da receita interna permite avaliar o desempenho do estabelecimento, de modo que quanto maior o controle da lucratividade maior será sua rentabilidade. Dessa forma busca-se identificar como a falta de controle impacta diretamente na situação econômica no mercado de pequeno porte. Para solucionar os problemas foram utilizadas ferramentas estudadas durante o período da graduação e elaborado uma planilha da Microsoft Excel buscando visualizar os defeitos dentro da organização e buscar possíveis soluções de melhorias. A pesquisa foi realizada utilizando métodos quantitativos na coleta de dados tendo por objetivos uma pesquisa de natureza aplicada. Foi possível identificar que a ferramenta de monitoramento das vendas e estoque torna possível o controle do crescimento do mercado de pequeno porte.

Palavras-Chave: Lucratividade; Estoque; Ferramentas.

## **ABSTRACT**

Small markets have a large share in contributing to the country's economy. Therefore, this work seeks to improve profitability control and product inventory control in a small market located in Herval do Oeste - SC, which operates around general merchandise trade. The analysis of internal revenue allows you to evaluate your performance, the greater the control over profitability the greater your profitability, thus seeking to understand how the lack of control directly impacts the economic situation in the small market. To measure the problems, tools studied during the undergraduate period were used and a Microsoft Excel spreadsheet was created to visualize the defects within the organization and seek possible improvement solutions. The research was carried out using quantitative methods in data collection with the objectives of research of an applied nature. The result is that a monitoring system makes it possible to control and grow the small market, keeping the organization alive in a competitive market.

Keywords: Profitability; Stock; Tools.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura da pesquisa .....	14
Figura 2 - Demonstração gráfica da curva ABC .....	20
Figura 3 - Desenvolvimento da planilha da Microsoft Excel .....	28
Figura 4 - Colunas A, B, C.....	28
Figura 5 - Colunas D, E, F.....	29
Figura 6 - Colunas G, H, I .....	30
Figura 7 - Colunas J, K, L, M.....	31
Figura 8 - Produtos Vendidos .....	31
Figura 9 - Informação de venda .....	32
Figura 10 - Limpar e registrar vendas .....	33
Figura 11 - Recebimento de valores.....	33
Figura 12 - Cadastro de Clientes.....	33
Figura 13 - Classificação das categorias.....	35
Figura 14 - Curva A B C dos produtos vendidos.....	36

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Classificação GUT.....	17
Tabela 2 – Princípios do método 5W2H. ....	19
Tabela 3 – Matriz GUT aplicada .....	26
Tabela 4 – Plano de Ação utilizando a ferramenta 5W2H. ....	27
Tabela 5 – Programação em VGA estoque. ....	29
Tabela 6 – Programação em VGA vendas.....	32
Tabela 7 – Categoria A B e C dos produtos.....	42

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
1.1	Formulação do problema.....	12
1.1.1	Objetivo geral .....	12
1.1.2	Objetivo específico .....	12
1.1.3	Justificativa do tema .....	13
1.1.4	Estrutura da pesquisa.....	14
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>16</b>
2.1	Gestão de estoque.....	16
2.2	Matriz GUT... ..	16
2.3	Ferramenta 5W2H ... ..	18
2.4	Curva ABC... ..	19
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>22</b>
3.1	Enquadramento metodológico... ..	22
3.2	Cenário... ..	23
3.3	Procedimentos metodológicos.....	23
<b>4</b>	<b>ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>25</b>
4.1	Matriz GUT aplicada ... ..	24
4.2	Aplicação da ferramenta 5W2H ... ..	26
4.3	Elaboração da planilha de controle.....	27
4.4	Aplicação da curva ABC.....	34
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>37</b>
<b>6</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>38</b>
<b>7</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento do mercado e das vendas, muitas empresas abandonam a utilização de métodos de gestão das suas operações. Por falta de gestão e planejamento, perdem oportunidades de venda e de atender seus clientes, e com isso, crescer anualmente. Por meio da análise da literatura científica, é possível adquirir conhecimento para aplicar melhorias em vários setores das empresas, tornando evidente a aplicação das ferramentas com base em gestão e planejamento (LIMA, 2018).

Atualmente, o gerenciamento de estoques desempenha um importante papel na busca por vantagem competitiva. A capacidade de monitorar os itens em estoque e determinar o momento adequado para reabastecer torna-se uma estratégia essencial para as companhias (STANKEVECZ e DIAS, 2019). As empresas enfrentam desafios para se manterem competitivas no mercado, isso se ocorre pelo fato de não possuírem um planejamento na sua estratégia de lucratividade. Para isso é importante que o mercado de pequeno porte mantenha uma base financeira sólida, e uma maneira de alcançar esse objetivo é por meio de um sistema de controle de finanças e estoque.

O controle de estoque assume um processo relevante dentro das organizações, a fim de suprir as demandas expostas, controlar o fluxo de caixa por meio da compra adequada. O processo de compra e controle de estoque deve constar entre as partes do cotidiano das organizações, pois influencia diretamente no desempenho financeiro, sendo analisado de forma estratégica e objetivando sempre maior competitividade e lucro dos negócios (PINTO, 2017).

As empresas estão em busca de novas técnicas e ferramentas para aumentar seu retorno sobre o investimento e minimizar seus custos. Entretanto, as decisões relacionadas a gestão de estoque representam alto nível de complexidade, visto que com o excesso de caixa investido em produtos, elevam-se drasticamente os custos de manutenção de estoque e os custos de oportunidade (CARDOZO et al., 2020). Além disso, a gestão de estoque demanda avaliações periódicas, de modo que as informações de entrada e saída de material são demonstradas por inventários e métodos de controle.

Diante do exposto, pode-se considerar essencial o desenvolvimento da gestão de estoques para a administração da empresa, estando diretamente

relacionada a eficiência no gerenciamento de seus processos (MARTELLO e DANDARO, 2015).

A importância de um controle de estoque e de lucro no mercado de pequeno porte é um diferencial para aumento da performance da empresa, de forma que implementar ferramentas que auxiliem no monitoramento do estoque e do lucro da companhia otimiza tempo e acarreta uma maior lucratividade para a empresa. A metodologia utilizada neste estudo aborda conceitos relacionados à gestão atual do mercado de pequeno porte. Os dados foram utilizados como base para desenvolvimento e aplicação de uma ferramenta que visa otimizar a gestão de estoque e lucratividade do mercado de pequeno porte em questão.

### 1.1 Formulação do problema

Através da revisão da literatura e informações proporcionadas pelos proprietários do estabelecimento, foi possível identificar o seguinte problema de pesquisa: Como otimizar o controle de lucratividade e estoque de um mercado de pequeno porte?

### 1.2 Objetivo geral

O objetivo geral é propor melhorias no processo de controle de estoque e lucratividade do mercado de pequeno porte através de ferramentas estudadas durante a graduação de Engenharia de Produção, com ênfase nos processos de entrada e saída dos produtos e de sua organização.

### 1.3 Objetivo específico

Os objetivos específicos são:

- Coletar informações de colaboradores envolvidas no processo.
- Identificar ferramentas para aperfeiçoar o processo de gestão de estoque e lucro.
- Propor estratégias utilizando da ferramenta 5W2H.
- Identificar as melhores opções e critérios para aplicar as propostas de melhorias utilizando a matriz GUT.

- Classificar os produtos para monitorar o controle de lucratividade.
- Elaborar uma proposta de melhoria para o mercado de pequeno porte.

#### 1.4 Justificativa do tema

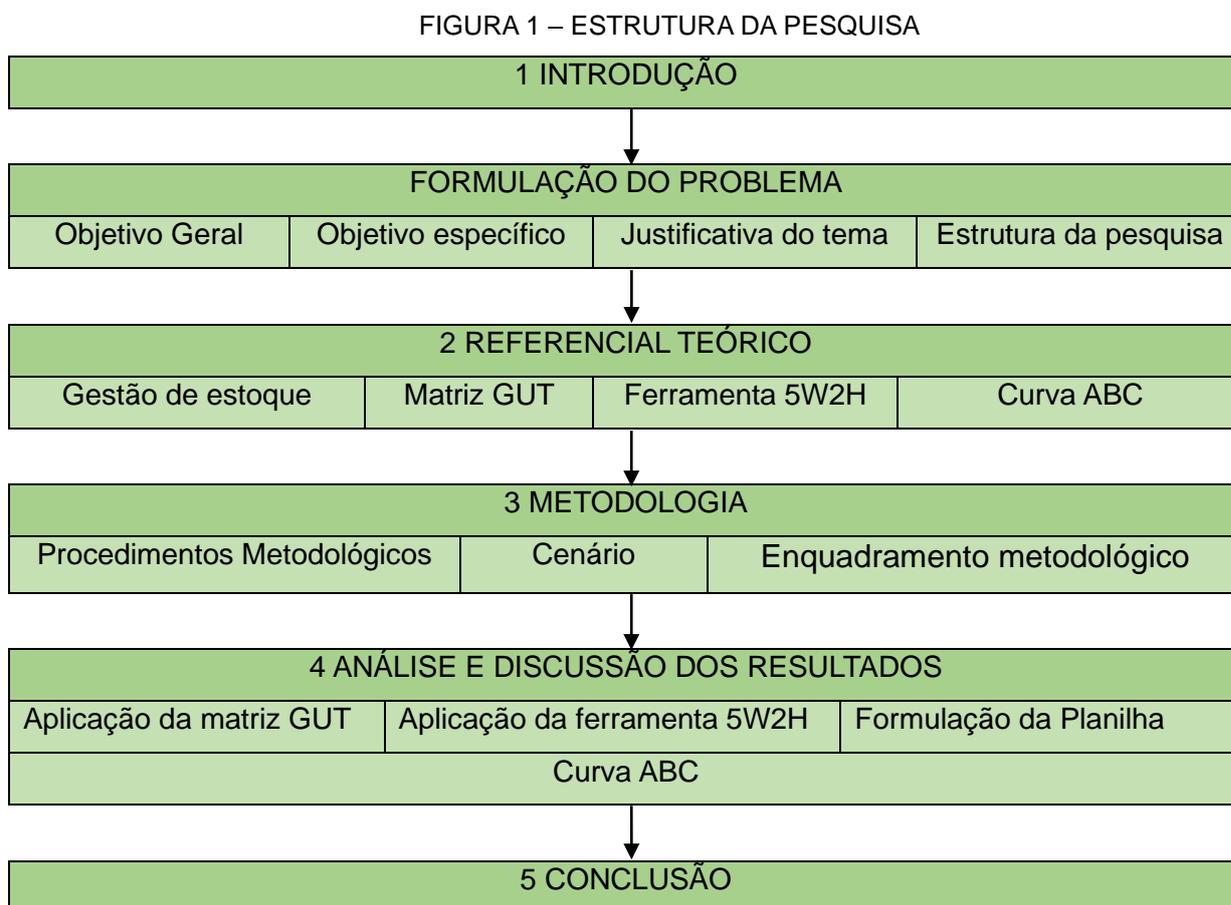
A estratégia a ser aplicada foi baseada em literatura científica, com a finalidade de comprovar a eficiência dos estudos, buscando a melhoria dos processos que não estão atendendo aos objetivos do mercado de pequeno porte (SILVA, 2018).

O projeto de pesquisa visa assumir padrões decisivos para o direcionamento das atitudes da organização em relação ao seu plano, de modo a proporcionar uma previsão acerca do futuro da empresa, independentemente do seu porte (GUAZZELLI e XARÃO, 2018).

Visto que o mercado de pequeno porte não possui um sistema formal de gerenciamento de seu estoque e lucro, foi identificado a necessidade da criação de ferramentas para auxiliar na melhoria do processo, analisado e buscando um controle de entradas e saídas dos produtos.

## 1.5 Estrutura da pesquisa

A estrutura da pesquisa se baseia-se nas seguintes etapas que determinam a sequência das atividades a serem realizadas mostradas abaixo na Figura 1.



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

A proposta de trabalho foi organizada e desenvolvida em cinco capítulos, sendo eles:

Capítulo 1 – Introdução: Contextualização dos principais assuntos a serem desenvolvidos durante o decorrer do trabalho e objetivos a serem concluídos.

Capítulo 2 – Referencial teórico: Revisão de pesquisas científicas sobre o tema que será abordado. Realização de estudo para fundamentar o trabalho em pesquisas bibliográficas para alcançar qualidade científica.

Capítulo 3 – Metodologia: Segmentação da pesquisa em etapas para desenvolvimento do assunto proposto. Classificação da apresentação do ramo de atuação da empresa e sua localização;

Capítulo 4 – Análise e discussão dos resultados: Aplicação das ferramentas

estudadas no referencial teórico a realização dos objetivos indicados na introdução.

Capítulo 5 – Conclusão sobre a realização do trabalho sua contribuição para o estabelecimento, assim como os benefícios gerados com a implementação do estudo;

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Gestão de Estoque

A estratégia de gestão de estoques ajuda a controlar a necessidade de estoque mínimo e estoque de segurança. A variação de giro de estoque de acordo com o prazo de uma nova compra, é um ponto difícil de se prever na quantidade mínimo relevante para atender a demanda em determinado período. Diante desta variação, a aplicação de estoque de segurança tem como objetivo atender o mínimo de demanda dentro daquele período (RIGOLETO; PEREIRA, 2017).

O registro de entradas e saídas dos estoques garantem um controle de produtos existentes a disposição, os erros da falta de registros geram falhas na gestão de estoque e se perde o controle de quantidades de itens a disposição, sendo assim gerando maior custo para empresa na reorganização e na compra de mais estoques. O giro de produtos é o controle que acompanha o índice de um produto de acordo com o tempo em que ele se encontra em estoque, levando em consideração o tempo de vida médio do mesmo de acordo com as entradas e saídas. O giro de produto é definido pelo tempo em que ele permanece em estoque, sendo computado no momento exato de compra de mais estoque de acordo com a demanda (RIGOLETO; PEREIRA, 2017).

De acordo com Araújo (2018) a falta de produtos ou excesso de produtos em estoque geram perdas e custos para empresa. Devido à falta de acompanhamento de estoque e a falta de contabilização do giro do estoque, gera falha na gestão do estoque sendo necessário a reorganização total de um item ou do estoque por completo, refletindo em perdas e desperdícios de resultados de vendas.

### 2.2 Matriz GUT

A matriz GUT é uma ferramenta muito utilizada pelas empresas para priorizar os problemas que devem ser atacados pela gestão, bem como para analisar a prioridade que certas atividades devem ser realizadas e desenvolvidas. A Matriz GUT é utilizada para solução de problemas, estratégias, desenvolvimento de projetos e tomada de decisões, a matriz GUT é utilizada para todas essas questões, GUT é a sigla para resumir as palavras Gravidade, Urgência e Tendência.

(PERIARD, 2011).

Tal método foi escolhido para essa aplicação devido a sua simplicidade e fácil aplicação. Como o dia a dia nas funções exige muita disciplina com as tarefas, o método implementado deveria ser de simples aplicação, para não impactar a execução das demais atividades.

De acordo com (KEPNER e TREGOE,1981) para utilizar o método, deve-se parametrizar os riscos de uma atividade, onde são definidas a seriedade, urgência e taxa de crescimento. Após realizar essa análise é possível comparar e tirar conclusões sobre as atividades, definindo as mais relevantes e, dessa forma, priorizá-las.

Conforme descreve (MEIRELES, 2001) a ferramenta GUT deve ser usada para definir prioridades, guiando o usuário por diversas alternativas de ação, traçando um caminho a ser seguido para alcançar seus objetivos.

Para aplicar a ferramenta deve-se categorizar as ações quanto a gravidade, considerando a intensidade e profundidade dos danos que seriam causados caso não sejam executadas a tempo. Depois, determina-se a urgência, considerando o tempo para eclosão de problemas severos e resultados indesejáveis se não for dada atenção à ação. E por último considerar-se a tendência do problema se não for tratado.

Este ranking ajuda a determinar a importância de cada atividade, para que então elas possam ser ordenadas e executadas de forma a sempre concluir as mais críticas primeiro e ter mais tempo para resolver as atividades de menor importância ou gravidade. A determinação dos níveis de gravidade, urgência e tendência podem ser classificados de 1 a 5, conforme a Tabela 1:

TABELA 1 – CLASSIFICAÇÃO GUT

Nota	Gravidade	Urgência	Tendência
5	extremamente grave	precisa de ação imediata	irá piorar rapidamente
4	muito grave	muito urgente	irá piorar no curto prazo
3	grave	urgente, merece atenção a curto prazo	irá piorar no médio prazo
2	pouco grave	pouco urgente	irá piorar no longo prazo
1	sem gravidade	pode esperar	não irá mudar

Fonte: Adaptado de Meireles (2001)

Essa classificação ajuda a considerar a profundidade dos danos que seriam experimentados caso nenhuma ação seja realizada, ou seja, as consequências sobre ignorar o problema. Quanto à urgência, precisa-se medir o tempo para aparição de danos ou resultados indesejáveis caso não se atue sobre ele. Já para a tendência, considera-se qual o comportamento do problema caso nenhuma ação seja tomada. (MEIRELES, 2001).

### 2.3 Ferramenta 5W2H

O 5W2H é uma ferramenta de gestão que foi desenvolvida para sanar problemas que ocorrem nos processos metodológicos das empresas. De acordo com Lucinda (2016), ela funciona como um checklist de atividades bem claras e definidas que devem ser realizadas em um projeto. Essa ferramenta tem a propriedade de resumir as atividades diárias e por conseguinte auxilia no planejamento, distribuição de afazeres, definir os itens que estarão contidos em um plano de ação, bem como registrar e estipular prazos para a sua concretização.

Araújo (2017) entende que o 5W2H auxilia nas decisões a serem tomadas para quem quer implementar um plano de ação de melhorias, constituindo uma maneira para estruturar os pensamentos de maneira bem elaborada, planejada e precisa. Lucinda (2016) esclarece que o 5W2H são as iniciais de sete perguntas a serem respondidas, a fim de que sejam descortinadas quaisquer dúvidas acerca do que deve ser feito. 5W e 2H são iniciais de perguntas em inglês. Dessa forma, a ferramenta tem a capacidade de identificar quem serão os responsáveis pelas atividades, o que se deve fazer, quanto tempo têm para realizá-las, quanto vai custar, o porquê de se fazê-las e quando vão ser realizadas. A Tabela 2 revela de maneira mais didática cada uma das perguntas.

TABELA 2 — PRINCÍPIOS DO MÉTODO 5W2H.

	Termo original	Traduzido	Ação
5W	What	O quê	O que vai ser realizado?
	When	Quando	Quando essa ação será realizada?
	Why	Por que	Por que isso será realizado?
	Where	Onde	Onde essa ação será desenvolvida
	Who	Quem	Quem é o responsável por isso?
2H	How	Como	Como essa ação será feita?
	How Much	Quanto	Quanto custará por essa atividade?

Fonte: Adaptado de Lucinda (2016)

De acordo com a tabela 02, para pôr em prática o plano de ação com o 5W2H, deve-se responder qual objetivo da ação utilizando-se da pergunta “O que?”, depois justificar o porquê dessa ação ter que ser realizada, passando pela definição de qual local será realizada, que prazo terá para se concretizar e quem será o responsável pela sua execução. Uma vez esclarecidas essas perguntas, deve-se planejar como será realizada essa atividade e, por fim, quanto será o orçamento para que tudo isso seja de fato concluído.

#### 2.4 Curva ABC

A Curva ABC foi fundamentada no teorema do economista Vilfredo Pareto, na Itália, no século XIX, onde trata-se da classificação estatística de materiais, considerando a importância dos materiais, baseada nas quantidades utilizadas e no seu valor (PINTO, 2002).

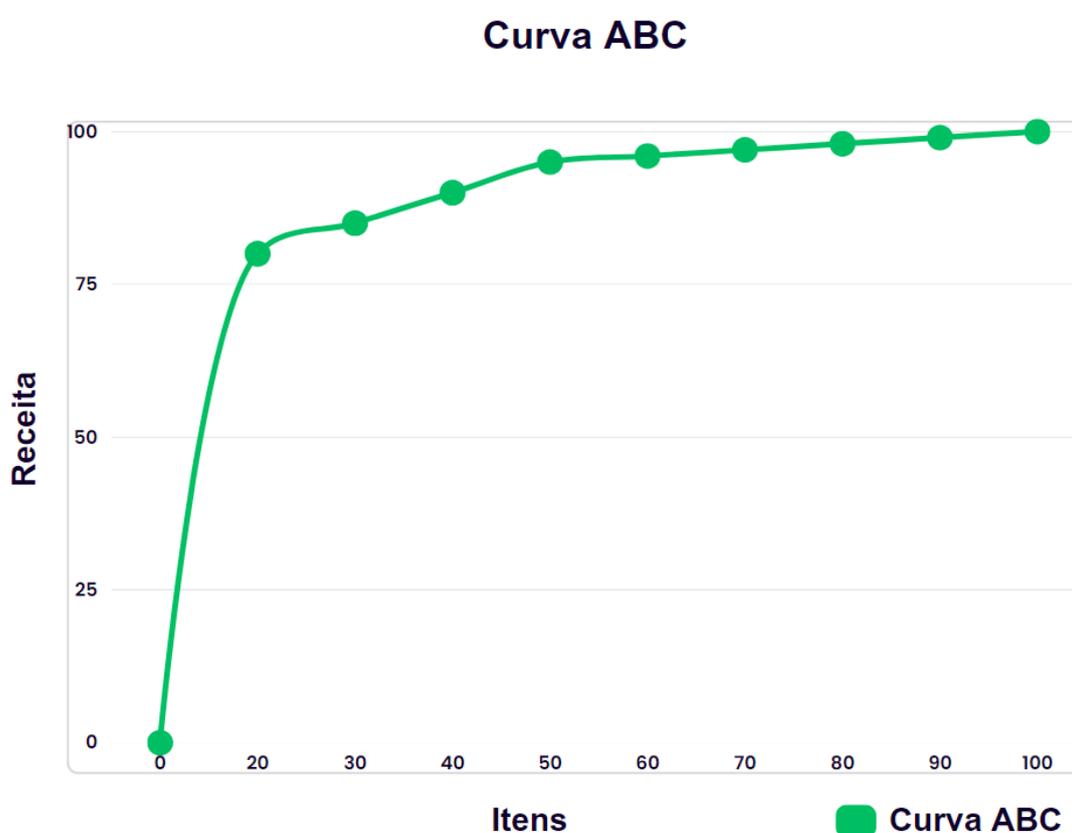
De acordo com Martins (2015) os produtos são classificados segundo seu grau importância. Os materiais que compõem o estoque e representam um alto nível de valor de consumo, denomina-se itens classe A. Aos materiais que representam um nível intermediário de valor de consumo, denomina-se itens de classe B e os materiais que representam um nível baixo de valor de consumo, denomina-se itens de classe C.

De acordo com Dias (2010), a curva ABC é um importante instrumento para o administrador, pois permite que o gestor identifique aqueles itens que justificam atenção especial e tratamento adequados quanto a sua administração.

Conforme Fernandes e Godinho (2010), cerca de 20% dos itens representam 80% do valor gerado em receita acumulada e são considerados itens classe A. Os itens de valor médio, que representam 30% do estoque e 15% do valor acumulado, são chamados de itens classe B. E por último temos os itens que representam 50% do estoque e 5% do valor gerado em receita, que são os itens classe C.

A Figura 2 abaixo evidencia a curva ABC:

FIGURA 2 – DEMONSTRAÇÃO GRÁFICA DA CURVA ABC



Fonte: Adaptado de Fernandes e Godinho (2010)

De acordo com Slack (2012), itens classe A devem ser tratados com maior vigor. Já produtos B e C não necessitam de um acompanhamento tão efetivo quanto os produtos classe A.

De acordo com Viana (2010), após identificar-se a importância relativa dos materiais, as classes da curva ABC podem ser definidas em: (a) classe A – representa 20% dos itens, que são os mais importantes e devem ser tratados com atenção especial; (b) classe B – compreende 50% dos itens e apresenta importância

intermediária; e (c) classe C – composta pelos 30% restantes que são menos importantes.

Lourenço e Castilho (2006) argumentam que o método da curva ABC permite um controle seletivo do estoque, a partir do qual se faz possível adotar uma prática discriminatória de importância. Nesse aspecto, os autores afirmam que dispensar o mesmo grau de importância a produtos diferenciados não é uma prática recomendável, dadas as peculiaridades de cada produto, como: custos, demandas, prazos de entregas e alternativas de fornecimento.

A análise ABC consiste na verificação, em certo espaço de tempo (normalmente 6 meses ou 1 ano), do consumo, em valor monetário ou quantidade, dos itens de estoque, para que eles possam ser classificados em ordem decrescente de importância. Aos itens mais importantes de todos, segundo a ótica do valor ou da quantidade, dá-se a denominação itens classe A, aos intermediários, itens classe B, e aos menos importantes, itens classe C (MARTINS; CAMPOS, 2009).

### 3 METODOLOGIA

O presente capítulo é composto por três seções que constituem a estrutura metodológica do estudo. A primeira seção define o enquadramento metodológico, na qual são abordadas as diferentes classificações da pesquisa. A seção seguinte apresenta o cenário em que o estudo é implementado. A terceira seção demonstra os procedimentos metodológicos, visto que apresenta as etapas desenvolvidas para conclusão da pesquisa.

#### 3.1 Enquadramento metodológico

Conforme as características do estudo, a atual pesquisa é classificada como um estudo de caso. O estudo de caso é um método de pesquisa que amplia os conhecimentos das áreas estudadas, sendo elas, sociais, grupais ou organizacionais. As etapas de pesquisa são: coletar dados, analisar e planejar as ações, implementar as ações, avaliar os resultados e gerar um relatório de conclusão (MIGUEL, 2018).

A abordagem desta pesquisa é classificada como quantitativa, reunindo dados numéricos em busca de quantificar um problema. A estrutura da pesquisa aponta objetivo do estudo constituindo a ação a ser tomada, sendo necessário compreender o cenário atual para sugerir melhorias dentro da empresa ou em um plano de competitividade de mercado (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). O objetivo desta pesquisa é categorizado como exploratório, uma vez que busca uma aproximação ao tema em questão. Essa abordagem é essencial para a definição dos objetivos necessários para o desenvolvimento eficaz do trabalho (MATIAS-PEREIRA, 2016).

Os procedimentos metodológicos utilizados são o bibliográfico e o estudo de caso. Foram utilizadas referências da literatura científica para desenvolvimento das técnicas necessárias, assim como foi necessário conhecer o processo da empresa e dos setores envolvidos no estudo. O passo-a-passo da elaboração do trabalho foi estudada através dos dados obtidos no mercado de pequeno porte através de um caso real com objetivo de aumentar o faturamento e adquirir conhecimentos na área (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

### 3.2 Cenário

Para Kotler (1993), o mercado consiste na existência de um conjunto de clientes potenciais, que compartilhem um mesmo desejo ou necessidade, e que estejam dispostos e sejam capazes de entrarem em um processo de troca para, então, satisfazerem esse desejo ou necessidade. Coloquialmente é utilizado para abranger vários grupos de consumidores.

Segundo Sebrae (2017), o mercado de vizinhança, como é mais popularmente conhecido, é caracterizado por até 4 caixas registradoras ou check outs. Este tipo de negócio é responsável por, cerca de, 35% do volume total de vendas do setor de varejo de autosserviço. Conforme o Sebrae (2017), há aproximadamente 350 mil estabelecimentos com estas características em todo o território nacional. O Estudo Setorial Minimercados, produzido pelo Sebrae, demonstra ainda que os minimercados, correspondem por 56% das vendas de todo o setor supermercadista. Estes números destacam a força do segmento e a importância desse tipo de negócio para a economia nacional.

O Hortifruti Varela é um mercado de pequeno porte Catarinense, localizada na cidade de Herval do Oeste, no bairro José Rupp, na rua São Sebastião número 135. Fundada em 2020 pelos sócios Deived Varela e Ana Lúcia Etges Varela, como uma empresa de pequeno porte dedicada ao comércio varejista de mercadorias em geral atendendo clientes locais nas proximidades.

### 3.3 Procedimentos metodológicos

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos na elaboração deste estudo sendo dividido nas subseções: método de pesquisa e método de trabalho. A metodologia deve ser entendida como o caminho que vai levar à construção da pesquisa. São as regras elaboradas para compreender o problema e ofertar uma resposta que possa ser justificável para ele (LEÃO, 2019).

A metodologia aborda estudos teóricos e o conjunto de técnicas que possibilitam a construção da realidade e o conhecimento do planejador. Dessa forma, a metodologia deve ser entendida como o caminho que vai levar à construção da pesquisa. São as regras elaboradas para compreender o problema e ofertar uma resposta que possa ser justificável para ele. A escolha da metodologia adequada

para o problema de pesquisa é um momento fundamental para concretização do estudo (MAZUCATO et al., 2018).

As técnicas de coleta de dados “são um conjunto de preceitos ou processos de que se serve uma ciência; são, também, as habilidades para usar esses preceitos ou normas, na obtenção de seus propósitos”. Correspondem, portanto, à parte prática do conteúdo coletado e observado (LAKATOS; MARCONI, 2000).

Os procedimentos técnicos utilizados na coleta dos dados da pesquisa quantitativa foram: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo.

- a) A Pesquisa Bibliográfica: se deu através de consultas em livros, sites, com o objetivo de fundamentá-la teoricamente, abordando teorias da gestão do conhecimento e os conhecimentos necessários para implementação do trabalho.
- b) A Pesquisa de Campo: permitiu uma investigação e análise dos problemas relatados pelos proprietários do mercado de pequeno porte, conhecimento prático do dia a dia de trabalho ajudaram na identificação dos problemas e na construção de ferramentas para facilitar e controlar o fluxo de mercadorias.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesse capítulo serão apresentadas análises e discussão dos resultados obtidos com a aplicação das ferramentas para melhoria nos processos do mercado de pequeno porte mencionados no decorrer do trabalho.

### 4.1 Aplicação da Matriz GUT

Na Matriz GUT, classifica-se os problemas com notas de 1 a 5 para os três parâmetros analisados (Gravidade, Urgência e Tendência), obtendo-se a prioridade e criticidade do problema com que o mesmo deve ser resolvido a partir de uma multiplicação  $G \times U \times T$ . Posteriormente, é possível estabelecer uma sequência de atividades, listando as mais graves, urgentes e que possuem a maior tendência de piora do quadro. Dessa forma, o maior valor encontrado a partir da multiplicação é o problema mais crítico a ser resolvido, facilitando a tomada de decisão (PERIARD, 2011).

Diante do exposto, houve a necessidade de classificar os problemas do mercado de pequeno porte mencionados pelos proprietários, a fim de minimizar os riscos que possam acarretar prejuízos futuros. Dentre os problemas mencionados estão:

- Necessidade do controle de estoque de mercadorias, atualmente não possui um controle.
- Controle sobre o lucro obtido na venda dos produtos, realizado de forma manual não sendo totalmente eficaz.
- Otimização do tempo para a venda e compra, realizado de forma manual a anotação dos itens vendidos
- Organização setorial dos produtos, itens expostos para uma melhor visualização
- Marketing de venda, atualmente não é realizado ofertas e promoções.

A identificação dos problemas mencionados se deu através de relatos dos proprietários em uma conversa formal, onde pontuaram suas dificuldades e o interesse em controlar o negócio para expandir seu crescimento, diante disso, foi distribuído dentro da matriz GUT os problemas mencionados para os três parâmetros: gravidade, urgência e tendência no qual obtém notas de mínimo 1 e

máximo 5.

Na Tabela 3, foi realizado uma classificação para determinar um cronograma para realização das tarefas quanto a gravidade.

TABELA 3 – MATRIZ GUT APLICADA

<b>Comércio de mercadorias Varela</b>					
Problemas	G Gravidade	U Urgência	T Tendência	GxUxT	Prioridade
Melhoria do controle sobre o lucro obtido na venda dos produtos.	5	5	4	100	Alta
Melhoria do controle de estoque de mercadorias	5	5	4	100	Alta
Otimização do tempo para a venda e compra.	4	4	3	48	Média
Organização setorial dos produtos	4	3	3	36	Baixa
Marketing de venda.	4	2	2	16	Baixa

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Foi considerado as opções: melhoria do controle de estoque de mercadorias e melhoria do controle sobre o lucro obtido na venda dos produtos como grave, sendo prioridade de urgência, pois o mercado de pequeno porte não possui controle desses itens. Os demais itens foram classificados como média e baixa devido as colocações e prioridades dos proprietários.

#### 4.2 Aplicação da ferramenta 5W2H

Levando em consideração a necessidade de elaborar um plano de ação, através dos resultados obtidos na matriz GUT, a prioridade dos itens a serem melhorados em sequência, foi utilizado de ferramentas para implementação de propostas de melhoria entre as pessoas envolvidas no processo.

Logo abaixo na Tabela 4, foi realizado um plano de ação proposto para o setor.

TABELA 4 – PLANO DE AÇÃO UTILIZANDO A FERRAMENTA 5W2H.

<b>O que?</b>	Elaborar uma ferramenta de controle de lucratividade e estoque para organização e otimização de tempo.
<b>Quando?</b>	De julho de 2023 a novembro de 2023.
<b>Por quê?</b>	Para evitar faltas de mercadorias, controle de consumo e controle de lucro do mercado de pequeno porte.
<b>Onde?</b>	Em um mercado de pequeno porte em Herval do Oeste, Santa Catarina.
<b>Quem?</b>	Autor da pesquisa e colaboradores da empresa.
<b>Como?</b>	Elaboração de uma planilha do Microsoft Excel onde contém informações de quantidade de estoque, apuração dos produtos em estoque, valor de compra e venda, percentual de lucro e cálculos para realização da venda ao cliente.
<b>Quanto?</b>	Não contém valor definido.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para Araújo (2017) a ferramenta 5W2H auxilia nas decisões a serem tomadas para quem quer implementar um plano de ação de melhorias. O autor arremata que 5W2H constitui uma maneira para estruturar os pensamentos de maneira bem elaborada, planejada e precisa além de ser simples de ser utilizado.

Utilizando a ferramenta 5W2H, foi possível realizar uma proposta de implementação de melhoria estruturada no parecer das pessoas envolvidas através do problema identificado.

#### 4.3 Elaboração da planilha de controle

Devido a necessidade da implementação de um controle de lucro, vendas e estoque dentro do mercado de pequeno porte foi desenvolvida uma planilha em formato do Microsoft Excel que registra o fluxo de cada produto vendido. Atualmente, este controle é realizado de forma manual.

Com a manipulação de células do software Microsoft Excel, é possível realizar controle de estoque, controle de vendas, setorização dos produtos e o lucro obtido por cada produto. Esse desenvolvimento facilita o controle de cada item, que fica armazenado na própria planilha, facilitando a visualização para possíveis alterações

de preços de itens. Também foi elaborado uma planilha para cadastro de clientes para um futuro plano de marketing e promoções. Segue abaixo um passo a passo da elaboração da planilha de controle de estoque e lucratividade da empresa. A Figura 3 demonstra a planilha Microsoft Excel.

FIGURA 3: DESENVOLVIMENTO DA PLANILHA EM MICROSOFT EXCEL

PLANILHA DE CONTROLE DE MERCADORIAS (DADOS DOS PRODUTOS)													
Setor	encontrar Produto	Produto	Quantidade em estoque	Quantidade vendida	Somatório da Quantidade Vendida	Quantidade do estoque restante > 5	Valor de compra	Valor de venda	lucro	% de Lucro	Venda	Quantidade vendida	
A	FALSO	A	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	B	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	C	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	D	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	E	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	F	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	G	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	H	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	I	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	J	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	L	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	M	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	N	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	O	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	P	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	
	FALSO	Q	100	0	0	100	RS -	RS -	RS -	#DIV/0!	RS -	0	

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Na primeira coluna “A” (Setor) temos a setorização dos produtos pertencentes ao mercado de pequeno porte, que facilita a procura de um determinado produto. A coluna ‘B’ (Encontrar Produtos) apresenta uma opção de localização rápida, de modo que se a condição for verdadeira o produto é localizado. Na coluna “C”, (Produtos), realiza-se o cadastro dos produtos a serem oferecidos para comercialização do mercado, de forma que os itens podem ser acrescentados conforme a demanda. A Figura 4 representa as colunas A, B e C.

FIGURA 4: COLUNAS A, B, C

A	B	C
PLANILHA DE		
Setor	encontrar Produto	Produto

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Na coluna “D”, encontra-se a quantidade em estoque, que representa a quantidade total de produtos comprado por cada fornecedor. Na coluna “E”, apresenta-se a quantidade de itens a serem vendidos ao cliente. Na coluna “F” é realizado um somatório da quantidade vendida de cada item. Como a Microsoft

Excel não possibilita uma gravação de dados em uma mesma célula, é necessário habilitar a barra desenvolvedor e executar uma programação para realizar a função de somatório em uma mesma célula sendo executada linha por linha. A função é demonstrada na Tabela 5:

TABELA 5 – PROGRAMAÇÃO EM VBA ESTOQUE.

```
Private Sub Worksheet_Change(ByVal Target As
Range)
If Target.Address <> "$D$5" Then Exit Sub
[E5] = [E5] + [D5]
End Sub
```

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para cada produto realizado a uma venda, o Microsoft Excel faz um somatório na mesma célula, adicionando os valores de forma crescente de produtos vendidos de linha a linha. Conseqüentemente, há uma redução decrescente dos produtos em estoque, de forma que em uma próxima venda de itens do mesmo produto, não haverá perda de informações de itens vendidos. A Figura 5 representa as colunas D, E e F.

FIGURA 5: COLUNAS D, E, F

D	E	F
<b>CONTROLE DE MERCADORIA</b>		
Quantidade em estoque	Quantidade e vendida	Somatório da Quantidade Vendida

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Na coluna "G" temos a quantidade de estoque restante que é dada pela seguinte equação 1.

$$\textit{Quantidade em estoque restante} = \textit{Quantidade em estoque} - \textit{Quantidade vendida} \quad (1)$$

Para exibir um alerta de estoque foi adicionado um valor mínimo de estoque determinado em 5 itens no menu (Formatação Condicional). Sendo assim seguindo nas colunas "H e I" iremos cadastrar o valor de venda ao cliente e de compra de

cada produto pelo fornecedor. A Figura 6 representa as Colunas G, H e I.

FIGURA 6: COLUNAS G, H, I

G	H	I
AS (DADOS DOS PRODUTOS)		
Quantidade do estoque restante > 5	Valor de compra	Valor de venda

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Na coluna “J” temos a condição lucro que é apresentada na equação 2.

$$\text{Lucro} = \text{Valor de venda} - \text{Valor de compra} \quad (2)$$

Na coluna “K” para uma análise de venda de cada item, e buscar soluções de fornecedores mais baratos ou um possível acréscimo no valor de venda de um determinado produto, foi elaborado uma fórmula na equação 3 de percentual de lucro obtido por cada produto aonde:

$$\% \text{ de Lucro} = \frac{\text{Lucro de cada produto}}{\text{Valor de compra}} * 100 \quad (3)$$

Se o percentual de lucro for abaixo do esperado 50%, foi adicionado outra formatação condicional, sendo assim, para visualização na planilha o percentual de lucro tem que ser sempre superior a 50% de cada item a ser vendido.

Na coluna “L” encontramos o valor final repassado ao cliente de cada produto que é dada pela seguinte equação 4.

$$\text{Venda} = \text{quantidade vendida} * \text{Valor de venda} \quad (4)$$

A Figura 7 representa as colunas J, K, L e M sendo elas o lucro obtido por cada produto o percentual de lucro e sua respectiva quantidade vendida.

FIGURA 7: COLUNAS J, K, L, M

J	K	L	M
TOS)			
lucro	% de Lucro	Venda	Quantidade vendida

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Na Equação 5 apresentamos o total de venda que é o somatório de todos os produtos vendidos e o troco que é o valor monetário de recebimento pelo cliente menos o valor da venda total.

$$\textit{Total da Venda} = \textit{Somatório da coluna venda}$$

$$\textit{Troco} = \textit{Valor recebido pelo cliente} - \textit{Total da venda} \quad (5)$$

Na Figura 8, apresenta-se os resultados da venda, que representa o valor final repassado ao cliente e troco se houver. As fórmulas das equações são dadas a seguir:

FIGURA 8: PRODUTOS VENDIDOS

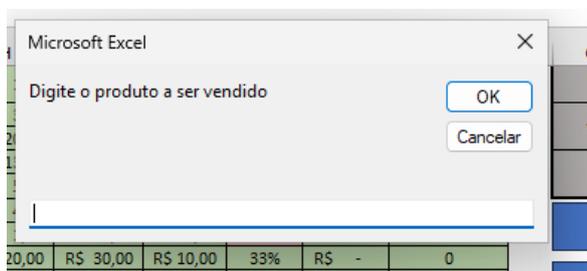
Produtos Vendidos	
Total da Venda	R\$ -
Valor Recebido	R\$ -
Troco	R\$ -

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para efetuar uma venda de um item ou de vários itens foi realizado uma programação em VGA no menu desenvolvedor da Microsoft Excel, que registra uma venda fazendo uma pergunta ao vendedor: Digite o produto a ser vendido sendo

assim o vendedor adiciona o produto a ser vendido na planilha. Abaixo na Figura 9 apresenta a informação de venda.

FIGURA 9: INFORMAÇÃO DE VENDA



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Essa programação realiza a procura no Microsoft Excel da palavra igual a palavra digitada pelo vendedor depois que a palavra for encontrada é realizada a próxima pergunta sobre a quantidade a ser vendida, e então é inserido o valor da quantidade dos produtos a serem vendidos duas células a direita na coluna quantidade vendida. A programação na tabela 6 é mostrada abaixo:

TABELA 6 – PROGRAMAÇÃO EM VBA VENDAS.

```
Sub registro ()
produto = InputBox("Digite o produto a ser vendido")
venda = InputBox("Digite a quantidade a ser vendida")
Cells.Find(produto). Offset (0, 2) = venda
End Sub
```

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Após efetuado a venda, é realizado a limpeza das células de vendas para realizar a próxima venda, para um funcionamento correto ele apaga todas as quantidades vendidas na coluna correspondente da Microsoft Excel através da utilização de uma macro da que grava os passos a serem executados se for pressionado o botão limpar vendas. A Figura 10 representa o registro e vendas.

FIGURA 10: LIMPAR E REGISTRAR VENDAS



Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

E por fim para facilitar o troco ao cliente foi adicionado macros para adicionar valores na célula “Valor recebido”, que com um único clique é adicionado valores facilitando assim o troco para executar essa função foi gravado macros correspondentes ao valor de cada célula em reais. A Figura 11 representa o recebimento de valores pelo cliente.

FIGURA 11: RECEBIMENTO DE VALORES



Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para divulgação em redes sociais foi elaborado um plano de marketing para promoções dos produtos disponíveis no mercado, sendo assim com a fixa cadastral com endereço, nome e telefone facilitara que as informações cheguem mais rápido ao cliente através de aplicativos Android. A Figura 12 representa o cadastro de clientes.

FIGURA 12: CADASTRO DE CLIENTES

Ficha para Cadastramento de Clientes		
Nome:	Telefone:	Endereço:

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

#### 4.4 Aplicação da curva ABC

Foi utilizado o gráfico ABC para amostragem do controle de lucro, e possível aumento dos preços dos produtos mais vendidos do mercado de pequeno porte. Produtos mais relevantes correspondem a classe “A”, os itens da classe “B” produtos importantes que se enquadram nas ofertas e promoções, e grupo “C” os menos relevantes que pode ser analisado a viabilidade da permanência desses produtos pois não agregam valor.

Para exemplificar foi elaborado os seguintes passos:

- 1) Multiplicar a quantidade vendida pelo lucro unitário do produto para se descobrir o valor total.
- 2) Ordenar do maior valor para o menor valor encontrado, tendo assim uma sequência para organização dos resultados.
- 3) Realizar a soma total do faturamento uma soma acumulada de todos os produtos.
- 4) Encontrar a porcentagem do faturamento dividindo o valor do produto pelo valor total do faturamento.
- 5) Com o somatório de todos os produtos vendidos é encontrado o percentual acumulado de cada item.

Logo após, é separado na tabela 7 em anexo os itens que correspondem a classe “A”, “B” e “C”.

Para preservar os dados do mercado de pequeno porte, não haverá informações do faturamento.

Abaixo na Figura 13 é apontado o início da classificação das categorias.

FIGURA 13 – CLASSIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS

Produto	Quantidade vendida	Lucro	Total	Total do faturamento	Porcentagem do faturamento	Percentual acumulado	Categoria
CIGARRO CLASSIC	200	R\$ 1,54	R\$ 308,00	R\$ 308,00	3,80%	3,80%	A
KAISER	240	R\$ 1,25	R\$ 300,00	R\$ 608,00	3,70%	7,50%	A
PÃO FRANCÊS	1200	R\$ 0,25	R\$ 300,00	R\$ 908,00	3,70%	11,20%	A
CIGARRO GIFT	200	R\$ 1,50	R\$ 300,00	R\$ 1.208,00	3,70%	14,90%	A
BRAHMA	180	R\$ 1,48	R\$ 266,40	R\$ 1.474,40	3,29%	18,19%	A
COCA 2L	64	R\$ 4,00	R\$ 256,00	R\$ 1.730,40	3,16%	21,35%	A
REPOLHO	80	R\$ 2,50	R\$ 200,00	R\$ 1.930,40	2,47%	23,82%	A
PAO FATIADO	60	R\$ 3,00	R\$ 180,00	R\$ 2.110,40	2,22%	26,04%	A
BANANA	80	R\$ 1,99	R\$ 159,20	R\$ 2.269,60	1,96%	28,00%	A
TOMATE	35	R\$ 3,50	R\$ 122,50	R\$ 2.392,10	1,51%	29,51%	A
SALG BAMPINHO 140G	50	R\$ 2,13	R\$ 106,50	R\$ 2.498,60	1,31%	30,83%	A
OVOS BANDEJA 30UN	17	R\$ 6,00	R\$ 102,00	R\$ 2.600,60	1,26%	32,08%	A
ENGENHO BRAVO PURA 2L	12	R\$ 8,34	R\$ 100,08	R\$ 2.700,68	1,23%	33,32%	A
ALHO	10	R\$ 10,00	R\$ 100,00	R\$ 2.800,68	1,23%	34,55%	A
ERVA MATE PORTO VITÓRIA 1 KG	25	R\$ 4,00	R\$ 100,00	R\$ 2.900,68	1,23%	35,79%	A
LEITE TERRA VIVA	48	R\$ 2,00	R\$ 96,00	R\$ 2.996,68	1,18%	36,97%	A
SORVETE 2L	10	R\$ 9,00	R\$ 90,00	R\$ 3.086,68	1,11%	38,08%	A
COXINHA DA ASA	15	R\$ 5,90	R\$ 88,50	R\$ 3.175,18	1,09%	39,17%	A
PAPELH	30	R\$ 2,88	R\$ 86,40	R\$ 3.261,58	1,07%	40,24%	A
TIROLZINHO	115	R\$ 0,73	R\$ 83,95	R\$ 3.345,53	1,04%	41,27%	A
FRANGO A PASSARINHO	15	R\$ 5,50	R\$ 82,50	R\$ 3.428,03	1,02%	42,29%	A
COCA 600ML	36	R\$ 2,25	R\$ 81,00	R\$ 3.509,03	1,00%	43,29%	A
CUCA	20	R\$ 4,00	R\$ 80,00	R\$ 3.589,03	0,99%	44,28%	A
QUEIJO	20	R\$ 3,69	R\$ 73,80	R\$ 3.662,83	0,91%	45,19%	A

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Viana (2006) afirma que para realização do gráfico necessita-se da tabela mestra ordenada, pois os pontos a serem marcados dependem dos percentuais acumulados obtidos, onde é posto no eixo das ordenadas. Com o quadrado posto entre as ordenadas e abscissas e os pontos delimitados, traça-se a curva ABC, onde apresentará a característica da curva. Deve ser feito um traço diagonal, embaixo da curva e uma reta tangente, paralela a outra, no ponto mais alto da curva. A bissetriz é feita por meio dos ângulos formados entre as retas diagonal e tangente, sendo esses pontos a delimitação A, B e C.

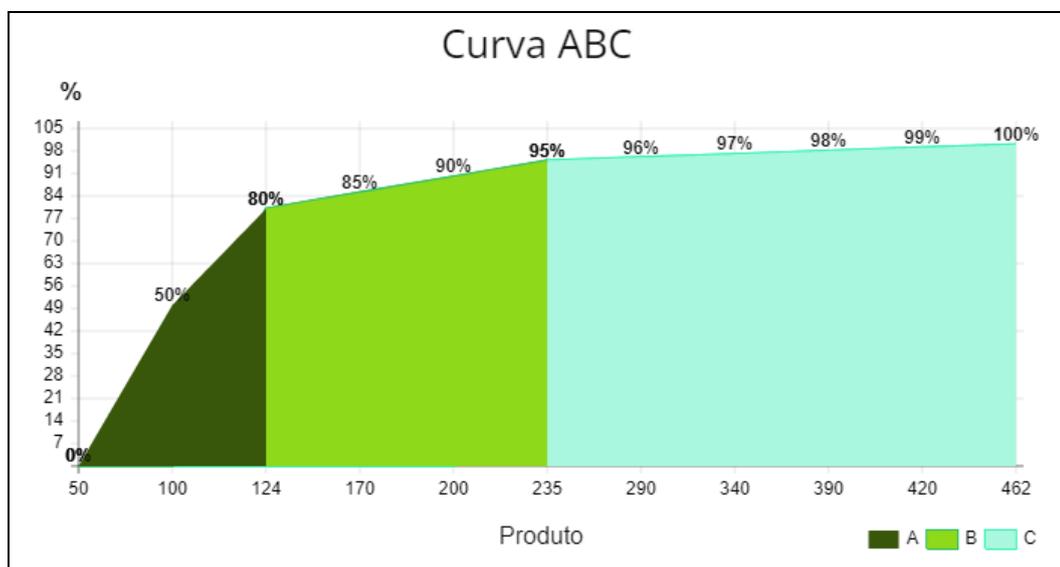
Logo abaixo na Figura 14 temos a ilustração da classificação dos produtos vendidos no mês de outubro:

Categoria “A”: produtos do 1 ao 124 considerados mais relevantes no mercado de pequeno porte.

Categoria “B”: produtos do 124 ao 235, considerados produtos importantes, enquadrando-se na situação de ofertas e promoções.

Categoria “C”: produtos acima de 235, considerados menos relevante com a possibilidade de ser retirado do estoque.

FIGURA 14 - CURVA ABC DOS PRODUTOS VENDIDOS



Devido a quantidade de produtos foi elaborado na tabela 7, em anexo, uma amostragem dos itens vendidos no mês de outubro, o seu percentual de faturamento acumulado e a qual classe o produto pertence A, B ou C.

Sendo assim os produtos da categoria “A” representam 80% do faturamento do mercado de pequeno porte, são os produtos mais importantes vendidos atualmente, sendo assim necessário a prioridade total para conservar em estoque pois sem eles há uma redução extrema no rendimento da empresa.

Já os produtos da categoria “B” que correspondem a 15% do lucro são produtos necessários que agregam um valor mais baixo de faturamento, são produtos de baixo ciclo de venda.

E na categoria “C” encontramos os 5% restantes os produtos que não estão gerando rotatividade, sendo assim é necessário a realização de uma análise de verificação da importância desses produtos para venda uma possível retirada de estoque.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho foi realizado em um mercado de pequeno porte em Herval do Oeste Santa Catarina, partindo da necessidade de realizar um controle da sua lucratividade e estoque dos produtos comprados.

Primeiramente, visando aprofundar o entendimento do leitor, foram apresentados os conceitos referentes a algumas ferramentas estudadas no decorrer da graduação de Engenharia de Produção, sendo elas matriz GUT, 5W2H e Curva ABC, apontando problemas e buscando possíveis soluções a serem criadas no decorrer do trabalho.

Após classificação dos produtos na curva ABC, constatou-se as mercadorias que mais contribuem para o seu faturamento, identificando também as mercadorias que não estão agregando valor, sendo assim possível realizar uma reavaliação de necessidade de permanências das mercadorias, sugere-se aplicar mensalmente essa ferramenta, verificando assim no decorrer do tempo se há alterações de venda dos produtos analisados.

Com base nisso, conclui-se que o objetivo geral de evidenciar as causas e oferecer propostas para a melhoria do processo de controle dos produtos em um mercado de pequeno porte foi eficaz. O trabalho contribuiu positivamente para empresa, pois a um monitoramento instantâneo e confiável dos produtos trazendo benefícios para o setor estudado.

## 6 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Gustavo Castro et al. **Previsão de demanda e análise simplificada da gestão de estoque aplicadas a uma empresa do setor alimentício.** Brazilian Journal of Production Engineering, [S. l.], v. 4, n. 2, p. 48–64, 2018. Disponível em: [https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/v4n2\\_4](https://periodicos.ufes.br/bjpe/article/view/v4n2_4). Acesso em: 15 set. 2023.

ARAÚJO, Luciane Dantas Montenegro de. **Gestão da qualidade nos serviços públicos de saúde: uma abordagem multidimensional.** VILA REAL (Portugal), 2015 Dissertação (Gestão de Saúde) - Utad - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal, 2015.

ARAÚJO, André Luiz Santos de. **Gestão da Qualidade:** implantação das ferramentas 5S's e 5W2H como plano de ação no setor de oficina em uma empresa de automóveis na cidade de João Pessoa-PB. João Pessoa, 2017 Trabalho de Conclusão de Curso (Engenharia de Produção Mecânica) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. **Empreendedorismo: conceitos e definições.** Rev. De Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia. 1(1): 25-38, 2014 - ISSN 2359-3539

CARDOSO, G., Quirós, D. C., Souza, G. S., & Ribeiro, K. (2020). **Gestão de estoque e desempenho de empresas brasileiras listadas na B3.** Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, 14(1), 118-133.

DANDARO, F., & Martello, L. L. (2015). **Planejamento e controle de estoque nas organizações.** Revista Gestão Industrial, 11(2), 170-185.

DIAS P. M. A. **Administração de materiais: Uma abordagem logística.** São Paulo: Atlas, 2010.

FERNANDES, F. C. F.; GODINHO FILHO, M.; **Planejamento e Controle da Produção.** São Paulo: Atlas, 2010, 270 p.

GERHARDT, TatianaEngel; SILVEIRA, DeniseTolfo. **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GUAZZELLI, A. M.; XARÃO, J. C. **Planejamento estratégico.** Porto Alegre: SAGAH, 2018.

**Ideias de negócios** disponível em: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)  
[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/2cab7f8c104e57e358cb5abb3dee9fa8/\\$File/9889.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/2cab7f8c104e57e358cb5abb3dee9fa8/$File/9889.pdf). Acesso em 15 de nov. 2023.

KOTLER, Philip. **The major tasks of marketing management, Marketing Management.** Chicago, 1993, v. 2, issue 3; p. 52.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. (2000). **Metodologia científica**. 3ª ed. São Paulo: Atlas.

LEÃO, Lourdes Meireles. **Metodologia do estudo e pesquisa: facilitando a vida dos estudantes, professores e pesquisadores**. Porto Alegre: Editora Vozes, 2019.

LIMA, Joilson Souza de. **O Planejamento Estratégico como Ferramenta de Gestão**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, ano 3, ed. 3, v. 3, pp. 58-69, mar. 2018. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/wp-content/uploads/artigocientifico/pdf/planejamento-estrategico.pdf> Acesso em: 18 set. 2023.

LOURENÇO, K. G.; CASTILHO, V. **Classificação ABC dos materiais: uma ferramenta gerencial de custos em enfermagem**. Revista Brasileira de Enfermagem – Reben. v. 59, n. 1, 2006.

LUCINDA, Marco Antônio. **Análise e Melhoria de Processos - Uma Abordagem Prática para Micro e Pequenas Empresas**. Simplíssimo Livros Ltda, f. 66, 2016. 106 p.

MARTINS, P. G. e LAUGENI, F. P. **Administração da Produção - 3ª Ed**. Editora Saraiva, 2015

MARTINS, P. G.; CAMPOS, P. R. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MATIAS-PEREIRA, J. **Manual da metodologia da pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MAZUCATO, Thiago et al. **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico**. Penápolis: FUNEPE, 2018.

MEIRELES, Manuel. **Ferramentas administrativas para identificar, observar e analisar problemas: organizações com foco no cliente**. São Paulo: Arte & Ciência, 2001.

MIGUEL, P. et al. **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção e Gestão de Operações**. 3a ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

OLIVEIRA, Isabelly Bordinhão de. **A utilização da análise SWOT como ferramenta**

**de planejamento estratégico em micro e pequenas empresas:** Estudo de caso na empresa ourióticas do município de Ourinhos-SP. *Hórus*, v. 12, n. 1, p. 1-31, 2017. Disponível em: <http://periodicos.estacio.br/index.php/revistahorus/article/view/4137> Acesso em: 18 set. 2023.

PERIARD, Gustavo. **Matriz GUT: Guia Completo**, 2011. Disponível em: <http://www.sobreadministracao.com/matriz-gut-guia-completo/>. Acesso em: 24 out. 2023.

PINTO, R. S. (2017). **A importância do gerenciamento de estoque nas micro e pequenas empresas de materiais de construção de São Gonçalo**. *Revista de Trabalhos Acadêmicos – Campus Niterói*, 14(1), 1-29.

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

REIS, Evandro Paes dos.; ARMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

RIGOLETO, Ândria de Almeida; PEREIRA, Érika Mendes, DURAN, José Estevão. **A gestão de estoque como ferramenta estratégica na redução de custos**. *Revista Eletrônica Organizações e Sociedade*, Iturama (MG), v. 6, n. 6, p. 103-114, jul./dez. 2017. Disponível em: 10.29031/ros.v6i6.308 Acesso em: 17 set. 2023.

STANKEVECZ, F. C.; Dias, I. C. P. (2019). **Sistema integrado de gestão para o gerenciamento de estoques em uma distribuidora de bebidas:** uma proposta baseada em um estudo de caso. *ITEGAM-JETIA*, 5(18), 58-64.

SLACK, Nigel; STUART Chambers e ROBERT Johnston, **Planejamento e Controle da Qualidade** (Cap.17 P. 549 a 586), 2012; In: *Administração da Produção*.

SILVA, Jessica Belém da; ANASTÁCIO, Francisca Alexandra de Macedo. **Método Kanban como Ferramenta de Controle de Gestão**. ID online. *Revista de psicologia*, [S.l.], v. 13, n. 43, p. 1018-1027, dez. 2019. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1575> Acesso em: 16 set. 2023.

SILVA, Adriana Lopes da. **Ferramentas do planejamento estratégico: aplicabilidade nas micro e pequenas empresas**. *Revista de Iniciação Científica da Universidade Vale do Rio Verde*, v. 8, n. 1, 2018. Disponível em: <http://periodicos.unincor.br/index.php/iniciacaocientifica/article/view/4316> Acesso em: 16 set. 2023.

VIANA, João José. **Administração de materiais: um enfoque prático**. São Paulo: Atlas S.a, 2006.

VIANA, J. J. **Administração de materiais:** um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2010.

KEPNER, Charles H.; TREGOE, Benjamin B. **O administrador racional**. São Paulo:

Atlas, 1981.

PERIARD, Gustavo. **Matriz Gut** - <<https://sobreadministracao.com/>> Guia Completo.  
Disponível: Acesso em: 17 set. 2023.

## 7 ANEXOS

TABELA 7 – CLASSIFICAÇÃO A, B E C DOS PRODUTOS.

Legenda:					
QV	Quantidade Vendida				
%F	Porcentagem de faturamento				
%A	Percentual acumulado				
C	Categoria de enquadramento				
Nº	Produto	QV	%F	%A	C
1	CIGARRO CLASSIC	200	3,75%	3,75%	A
2	KAISER	240	3,66%	7,41%	A
3	PÃO FRANCÊS	1200	3,66%	11,06%	A
4	CIGARRO GIFT	200	3,66%	14,72%	A
5	BRAHMA	180	3,25%	17,96%	A
6	COCA 2L	64	3,12%	21,08%	A
7	REPOLHO	80	2,44%	23,52%	A
8	PAO FATIADO	60	2,19%	25,71%	A
9	BANANA	80	1,94%	27,65%	A
10	TOMATE	35	1,49%	29,14%	A
11	SALG BAMPINHO 140G	50	1,30%	30,44%	A
12	OVOS UNIDADE	300	1,24%	31,69%	A
13	OVOS BANDEIJA 30UN	17	1,24%	32,93%	A
14	ENGENHO BRAVO PURA 2L	12	1,22%	34,15%	A
15	ALHO	10	1,22%	35,37%	A
16	ERVA MATE PORTO VITÓRIA 1 KG	25	1,22%	36,58%	A
17	LEITE TERRA VIVA	48	1,17%	37,75%	A
18	SORVETE 2L	10	1,10%	38,85%	A
19	COXINHA DA ASA	15	1,08%	39,93%	A
20	PAPELH	30	1,05%	40,98%	A
21	TIROLZINHO	115	1,02%	42,00%	A
22	FRANGO A PASSARINHO	15	1,01%	43,01%	A
23	COCA 600ML	36	0,99%	44,00%	A
24	CUCA	20	0,97%	44,97%	A
25	QUEIJO	20	0,90%	45,87%	A
26	LINGUICINHA	10	0,63%	46,50%	A
27	BATATINHA	25	0,61%	47,11%	A
28	BIS AO LEITE	20	0,61%	47,72%	A
29	ESPINHAÇO	10	0,61%	48,33%	A
30	LEITE TIROL	24	0,58%	48,92%	A
31	COCA LATA	30	0,58%	49,50%	A
32	HOLA LARANJINHA	20	0,55%	50,05%	A
33	CHEETOS ONDA 140G	9	0,54%	50,58%	A

34	CARNE MOIDA	8	0,54%	51,12%	A
35	SUKITA UVA 2L	15	0,54%	51,65%	A
36	GUARANA 2L	12	0,52%	52,18%	A
37	CARVÃO 4 KL	7	0,51%	52,69%	A
38	CEBOLA	20	0,49%	53,18%	A
39	SUSPIRO SANTA CLARA	10	0,49%	53,66%	A
40	TRENTO MARACUJA	32	0,49%	54,15%	A
41	AÇUCAR DOÇULA	20	0,49%	54,64%	A
42	JAPIRA CANINHA	20	0,48%	55,12%	A
43	PAÇOCAO	30	0,46%	55,58%	A
44	TORRESMO	6	0,45%	56,03%	A
45	TIROL 1L	12	0,43%	56,46%	A
46	SUKITA LARANJA 2L	12	0,43%	56,89%	A
47	MANGA	10	0,43%	57,32%	A
48	VINHO TINTO SECO	6	0,43%	57,74%	A
49	VINHO BRANCO SECO	6	0,43%	58,17%	A
50	GUARANA 600ML	12	0,42%	58,59%	A
51	TAFFOS BACON	15	0,41%	59,00%	A
52	TIXANYPE	5	0,41%	59,41%	A
53	ERVA MATE JABORÁ 1KG	6	0,40%	59,81%	A
54	TRINK LARANJA	45	0,38%	60,20%	A
55	FANDANGOS PRESUNTO 140G	6	0,37%	60,57%	A
56	ÁGUA CRISTALINA C/ GAS	20	0,37%	60,93%	A
57	ENERGETICO HITS 260ML	20	0,37%	61,30%	A
58	JAPIRA LIMAO	20	0,37%	61,66%	A
59	CONSERVA PEPINO	6	0,37%	62,03%	A
60	EMPANADO	20	0,37%	62,40%	A
61	ÓLEO COAMO	10	0,37%	62,76%	A
62	CIGARRO GILT MENTA	20	0,37%	63,13%	A
63	LEITE CONDENSADO	10	0,36%	63,49%	A
64	MORTANDELA SEM GORDURA	10	0,35%	63,84%	A
65	FARINHA DE MILHO	10	0,35%	64,20%	A
66	MILHO	20	0,34%	64,54%	A
67	HOLA FRAMBOESA	12	0,33%	64,87%	A
68	NATA	6	0,33%	65,19%	A
69	ARROZ KIARROZ	10	0,33%	65,52%	A
70	AMACIANTE DELICATA	6	0,33%	65,85%	A
71	PEPSI BLACK 2L	8	0,32%	66,17%	A
72	QBOA	15	0,32%	66,50%	A
73	ENGENHO BRAVO BANANA	3	0,30%	66,80%	A
74	COCADA	20	0,30%	67,10%	A
75	BIS BRANCO	10	0,30%	67,41%	A
76	GELADINHO	50	0,30%	67,71%	A
77	ALCOOL	3	0,30%	68,02%	A
78	MARGARINA VIGOR	10	0,30%	68,32%	A

79	TIKITO LARANJA	24	0,29%	68,61%	A
80	TIKITO MORANGO	24	0,29%	68,91%	A
81	TIKITO UVA	24	0,29%	69,20%	A
82	FINI TUBS	30	0,29%	69,49%	A
83	IOGURTE BANDEJA VIGOR	10	0,29%	69,78%	A
84	HAMBURGUER	30	0,29%	70,07%	A
85	IUGURTE PACOTE COCO	10	0,28%	70,36%	A
86	PRESUNTO	6	0,28%	70,63%	A
87	TAFOOS CEBOLA	10	0,28%	70,91%	A
88	LARANJA	15	0,27%	71,18%	A
89	CHOPP 1,5 L	6	0,27%	71,45%	A
90	MARSHMALOWS	6	0,27%	71,72%	A
91	ROIAL	6	0,27%	71,99%	A
92	PICOLÉ FLOCOS	20	0,27%	72,26%	A
93	PICOLÉ CHOCOLATE	20	0,27%	72,53%	A
94	SÃO BERNADO PURA	12	0,26%	72,79%	A
95	CHICLETES	300	0,26%	73,04%	A
96	TRINK MORANGO	30	0,26%	73,30%	A
97	TRINK ABACAXI	30	0,26%	73,56%	A
98	PASTEL DE GADO MIMASSAS	3	0,26%	73,81%	A
99	KIT FEIJOADA	6	0,26%	74,07%	A
100	BANHA	2	0,26%	74,32%	A
101	GOMAS FLORESTAL	10	0,24%	74,57%	A
102	MELAO	8	0,24%	74,81%	A
103	CONTRERI	3	0,24%	75,06%	A
104	BATATA DOCE	10	0,24%	75,30%	A
105	PEPINO	10	0,24%	75,55%	A
106	PIMENTAO	5	0,24%	75,79%	A
107	CENOURA	8	0,24%	76,03%	A
108	MAÇA	8	0,24%	76,28%	A
109	TRENTO CHOCOLATE	16	0,24%	76,52%	A
110	TRENTO CAPUCCINO	16	0,24%	76,76%	A
111	IOGURTE PACOTE MORANGO	10	0,24%	77,01%	A
112	AVIU	8	0,24%	77,25%	A
113	CAFÉ SACHE	10	0,24%	77,49%	A
114	FANDANGOS PRESUNTO 45G	10	0,24%	77,73%	A
115	PIZZA CALABREZA	3	0,24%	77,97%	A
116	CHEETOS ONDA 40G	10	0,24%	78,21%	A
117	CHEETOS LUA 40G	10	0,24%	78,44%	A
118	SODA 2L	6	0,23%	78,67%	A
119	ÁGUA CRISTALINA S/ GAS	12	0,22%	78,89%	A
120	DETERGENTEIPE	12	0,22%	79,11%	A
121	BILU BATATA ORIGINAL	12	0,22%	79,33%	A
122	MOLHO DE TOMATE	30	0,22%	79,55%	A
123	SABÃO EM PO BRILHANTE	6	0,22%	79,77%	A

124	AMACIANTE FLORATA	4	0,22%	79,99%	A
125	CREME DE LEITE TERRA VIVA	15	0,22%	80,21%	B
126	GUARANA LATA	10	0,20%	80,41%	B
127	ENGENHO BRAVO FUNCHO	2	0,20%	80,61%	B
128	VELHO BARREIRO	3	0,20%	80,81%	B
129	PICOLÉ NATA	15	0,20%	81,01%	B
130	PASTEL FRANGO MIMASSA	2	0,19%	81,21%	B
131	BOLACHA DELÍCIA NATA	4	0,19%	81,40%	B
132	BOLACHA DELÍCIA LEITE COND.	4	0,19%	81,60%	B
133	PIPOCA DOCE BILU 80G	10	0,19%	81,79%	B
134	BRAHMA MALZBIER	8	0,19%	81,98%	B
135	JAPIRA BLUEBERRY	10	0,18%	82,16%	B
136	CONSERVA OVO CODORNA	3	0,18%	82,35%	B
137	CONSERVA CEBOLA	3	0,18%	82,53%	B
138	PAO CAZERO	5	0,18%	82,71%	B
139	CAFÉ IGUAÇU	2	0,18%	82,89%	B
140	ERVA MATE JABORÁ 500G	6	0,18%	83,08%	B
141	MACARRÃO PARAFUSO	10	0,18%	83,26%	B
142	CANJICA AMARELO	5	0,18%	83,44%	B
143	BSMPINHO TORRESMO BACON	6	0,17%	83,61%	B
144	ABSORVENTEC	6	0,17%	83,78%	B
145	TRINK GUARANA	20	0,17%	83,95%	B
146	BOLACHA ÁGUA E SAL	4	0,17%	84,12%	B
147	VINAGRE TINTO	5	0,17%	84,29%	B
148	HOLA GUARANA	6	0,16%	84,45%	B
149	HOLA LIMAO	6	0,16%	84,62%	B
150	HOLA LARANJA	6	0,16%	84,78%	B
151	CACHAÇA51	3	0,16%	84,95%	B
152	PAÇOQUINHA	30	0,16%	85,11%	B
153	TIRA MANCHAS 1L	3	0,16%	85,28%	B
154	DORITOS 84G	3	0,16%	85,44%	B
155	PIZZA DE FRANGO	2	0,16%	85,60%	B
156	MACARRÃO PENNE	10	0,16%	85,75%	B
157	SARDINHA LAGE	5	0,16%	85,91%	B
158	TRENTO DARK	10	0,15%	86,06%	B
159	CALDO DE GALINHA MAGGI	10	0,15%	86,21%	B
160	FARINHA TRIGO	5	0,15%	86,37%	B
161	BACON	5	0,15%	86,52%	B
162	APTI LIMAO	15	0,15%	86,66%	B
163	TIKITO ABACAXI\HORTELA	12	0,15%	86,81%	B
164	PIPOCA KANTY	6	0,15%	86,96%	B
165	BOLACHA DELÍCIA MANTEIGA	3	0,15%	87,10%	B
166	BOLACHA DOCES DELÍCIA	4	0,15%	87,25%	B
167	MASSA DE PASTEL JOÃO DAS MASSAS	4	0,15%	87,39%	B
168	ACHOCOLATADO APTIL	4	0,15%	87,54%	B

169	TEMPERO PARA AVES	4	0,15%	87,69%	B
170	COOP NODLES GALINHA CAIPIRA	6	0,15%	87,83%	B
171	MACARRÃO ESPAGUETE	6	0,15%	87,98%	B
172	BATATA PALHA	6	0,15%	88,12%	B
173	SAL FINO APOLO	10	0,14%	88,27%	B
174	VINHO TINTO SUAVE	2	0,14%	88,41%	B
175	REQUEIJÃO	5	0,14%	88,55%	B
176	DISQUETI	10	0,14%	88,69%	B
177	PEPSI 200ML	12	0,13%	88,82%	B
178	PIRULITO IOGURT	50	0,13%	88,96%	B
179	PIZZA PAULISTA	2	0,13%	89,09%	B
180	PICOLÉ MILHO VERDE	10	0,13%	89,22%	B
181	TRINK MANGA	15	0,13%	89,35%	B
182	TRINK UVA	15	0,13%	89,48%	B
183	TRINK MARACUJA	15	0,13%	89,61%	B
184	TRINK LIMAO	15	0,13%	89,74%	B
185	FREEGELS CHOC. MARACUJA	15	0,13%	89,86%	B
186	FREEGELS MENTA	15	0,13%	89,99%	B
187	SAGU	3	0,13%	90,12%	B
188	CX BOMBOM NESTLE	2	0,12%	90,24%	B
189	BOLACHA SORTIDAS 600G	2	0,12%	90,37%	B
190	KOSTOFF	2	0,12%	90,49%	B
191	VASSOURA	2	0,12%	90,61%	B
192	SAZON	4	0,12%	90,73%	B
193	MIOJO APTI CARNE	10	0,12%	90,85%	B
194	ICE LIMAO	4	0,12%	90,97%	B
195	AMENDOIM KANTY	4	0,12%	91,10%	B
196	IOGURTE BANTEJA TIROL	5	0,12%	91,22%	B
197	BRAHMA ZERO ALCOOL	5	0,11%	91,33%	B
198	ENERGETICO HITS 2L	2	0,11%	91,44%	B
199	JAPIRA RED FRUTAS	6	0,11%	91,55%	B
200	JAPIRA MARACUJA	6	0,11%	91,66%	B
201	DETERGENTE LIMPOL	6	0,11%	91,77%	B
202	FREEGELS GUM MORANGO	6	0,11%	91,88%	B
203	BARRA GAROTO SERENATA	3	0,11%	91,99%	B
204	PILHA PALITO	3	0,11%	92,10%	B
205	CALABREZA	3	0,11%	92,21%	B
206	ACETONA	3	0,10%	92,31%	B
207	SUKITA LATA	5	0,10%	92,41%	B
208	BILU TOP BACON	11	0,10%	92,51%	B
209	INSETICIDA BUZZ	2	0,10%	92,61%	B
210	BATOM CHOCOLATE	10	0,10%	92,71%	B
211	NESCAFÉ	1	0,10%	92,80%	B
212	MIOJO APTI GALINHA CAIPIRA	10	0,10%	92,90%	B
213	MIOJO APTI GALINHA	10	0,10%	93,00%	B

214	ENGENHO BRAVO OURO	1	0,10%	93,10%	B
215	BOLACHA DELÍCIA AMENDOIM	2	0,10%	93,19%	B
216	BOLACHA DELÍCIA COCO	2	0,10%	93,29%	B
217	COLORAL	2	0,10%	93,39%	B
218	SAPOLIO CLORO	3	0,10%	93,48%	B
219	PASTADEDENTECLOSAUP	5	0,09%	93,57%	B
220	SABONETE CLIN	6	0,09%	93,66%	B
221	ESCOVA ADULTO	3	0,09%	93,76%	B
222	GRAMPO ROUPA PLÁSTICO	3	0,09%	93,85%	B
223	BILU TOP CEBOLA	10	0,09%	93,94%	B
224	BILU TOP CHURRASCO	10	0,09%	94,03%	B
225	DOCE DE LEITE	10	0,09%	94,12%	B
226	ICE BLUE	3	0,09%	94,21%	B
227	SAMBIKIRA	3	0,09%	94,30%	B
228	GRAMPO ROUPA MADEIRA	6	0,09%	94,39%	B
229	SACO LIXO 100L	3	0,09%	94,48%	B
230	FERMENTO DE PÃO	3	0,09%	94,57%	B
231	MAIONESE	6	0,09%	94,66%	B
232	DESINFETANTE PINHO 2L	2	0,09%	94,74%	B
233	FREGELS MORANGO	10	0,09%	94,83%	B
234	FREGELS MELAO	10	0,09%	94,91%	B
235	BOLACHA MARIA	2	0,09%	95,00%	B
236	BARRA ARCOR AO LEITE	3	0,08%	95,08%	C
237	NAFTALINA	5	0,08%	95,16%	C
238	BILU TOP PIZZA	9	0,08%	95,25%	C
239	PICOLÉ ABACAXI	6	0,08%	95,33%	C
240	PICOLÉ LEITE CONDENSADO	6	0,08%	95,41%	C
241	PICOLÉ CREME	6	0,08%	95,49%	C
242	LENÇO UMED.COTTONBABY	2	0,08%	95,57%	C
243	DESODORANTE COLBERT	1	0,08%	95,65%	C
244	COTONETE	5	0,08%	95,73%	C
245	COXINHA MIMASSAS	1	0,08%	95,81%	C
246	AMIDO DE MILHO	5	0,08%	95,89%	C
247	DUETO	5	0,08%	95,96%	C
248	BLOCO CAIXA ACOPLADA	2	0,07%	96,04%	C
249	RODO PRIMAVERA	1	0,07%	96,11%	C
250	BILU TOP PRESUNTO	8	0,07%	96,18%	C
251	FREGELS GUM HORTELA	4	0,07%	96,26%	C
252	GOMETS	15	0,07%	96,33%	C
253	BARRA GAROTO AO LEITE	2	0,07%	96,40%	C
254	BARRA GAROTO CROCANTE	2	0,07%	96,48%	C
255	CARTOON CHOCOLATE	6	0,07%	96,55%	C
256	PICOLÉ UVA	6	0,07%	96,62%	C
257	GILETTE BIC	2	0,07%	96,70%	C
258	MACARRÃO YAKSOBA	3	0,07%	96,77%	C

259	GILLETTE NEVE	3	0,07%	96,84%	C
260	FITA ISOLANTE	3	0,07%	96,91%	C
261	SABONETE UVA	5	0,07%	96,98%	C
262	SABONETE FRUTA V	5	0,07%	97,05%	C
263	SABONETE ABACAXI	5	0,07%	97,12%	C
264	SABONETE PESSEGO	5	0,07%	97,18%	C
265	PICOLÉ LIMÃO	5	0,07%	97,25%	C
266	PICOLÉ COCO	5	0,07%	97,32%	C
267	VINAGRE BRANCO	4	0,06%	97,38%	C
268	COURO BOM PRETO	1	0,06%	97,44%	C
269	CX BOMBOM GAROTO	1	0,06%	97,51%	C
270	PAO DE MEL	1	0,06%	97,57%	C
271	CARTOON MORANGO	5	0,06%	97,63%	C
272	CARTOON FLOCOS	5	0,06%	97,69%	C
273	MASSA DE PASTEL MIMASSAS	2	0,06%	97,75%	C
274	MISTURA PARA EMPANAR	2	0,06%	97,81%	C
275	DESODORANTE ABOVE WOMEN	1	0,05%	97,86%	C
276	FREEGELS GUM TUTI FRUTTI	3	0,05%	97,92%	C
277	FREEGELS GUM EXTRA FORTE	3	0,05%	97,97%	C
278	SUPER COLA	3	0,05%	98,03%	C
279	CADEADO	1	0,05%	98,08%	C
280	ESCOVA ROUPA	2	0,05%	98,14%	C
281	FREEGELS CEREJA	6	0,05%	98,19%	C
282	BAND. SUSPIRO	2	0,05%	98,24%	C
283	AMENDOIM CRI CRI	2	0,05%	98,29%	C
284	WAFER MINUETO BRIGADEIRO	4	0,05%	98,34%	C
285	WAFER ISABELA MORANGO	4	0,05%	98,38%	C
286	FÓSFORO	10	0,05%	98,43%	C
287	BOLACHA DELÍCIA LIMAO	1	0,05%	98,48%	C
288	BOCAL	1	0,05%	98,53%	C
289	AÇUCAR MASCAVO	1	0,05%	98,58%	C
290	ÁGUA COCO 200ML	3	0,05%	98,62%	C
291	LIXA FOGAO	3	0,05%	98,67%	C
292	KETCHUP	2	0,04%	98,71%	C
293	CANJQUINHA	2	0,04%	98,76%	C
294	TEMPERO PARA LEGUMES	2	0,04%	98,80%	C
295	DOCE RITTER ABOBORA	1	0,04%	98,84%	C
296	DOCE RITTER MORANGO	1	0,04%	98,88%	C
297	DOCE RITTER UVA	1	0,04%	98,92%	C
298	BARRA GAROTO MEIO AMARGO	1	0,04%	98,95%	C
299	CARTOON BRIGADEIRO	3	0,04%	98,99%	C
300	WAFER MINUETO CHOC/BAU	3	0,04%	99,03%	C
301	WAFER ISABELA LIMAO	3	0,04%	99,06%	C
302	VEDA ROSCA	2	0,04%	99,10%	C
303	JOELHO90G	2	0,04%	99,13%	C

304	CURVA 90G COM ROSCA	2	0,04%	99,17%	C
305	LÂMINA DE BARBEAR	3	0,04%	99,21%	C
306	PUDIM	1	0,04%	99,24%	C
307	PILHA AA	1	0,03%	99,28%	C
308	PALTO DE DENTE	3	0,03%	99,31%	C
309	ROSQUINHA CHOCOLATE	1	0,03%	99,34%	C
310	PAPEL TOALHA	1	0,03%	99,37%	C
311	PIMENTA DO REINO	1	0,03%	99,40%	C
312	TORNEIRA PRETA	1	0,03%	99,43%	C
313	TORNEIRA BRANCA	1	0,03%	99,46%	C
314	VELA MORTO	1	0,03%	99,49%	C
315	PEDRA SANI LAVANDA	2	0,03%	99,52%	C
316	ORÉGANO	2	0,03%	99,55%	C
317	DESENGORDURANTE TRIEX	1	0,03%	99,58%	C
318	CLUBE SOCIAL	1	0,02%	99,60%	C
319	GOIABADA	1	0,02%	99,63%	C
320	ESPONJA	3	0,02%	99,65%	C
321	GUARDANAPO	2	0,02%	99,67%	C
322	T ENCANAMENTO	2	0,02%	99,70%	C
323	LUVA	2	0,02%	99,72%	C
324	COCO RALADO	1	0,02%	99,74%	C
325	ESPONJA LEVE 4	1	0,02%	99,76%	C
326	FREEGELS GUM MENTA	1	0,02%	99,77%	C
327	PIPOCA MICRO NATURAL	1	0,02%	99,79%	C
328	GRANULADO	1	0,02%	99,81%	C
329	MOSTARDA	1	0,02%	99,83%	C
330	AÇAFRÃO EM PÓ	1	0,02%	99,84%	C
331	GELATINA LIMÃO	2	0,02%	99,86%	C
332	GELATINA UVA	2	0,02%	99,88%	C
333	GELATINA FRAMBOESA	2	0,02%	99,90%	C
334	GELATINA DE PESSEGO	2	0,02%	99,91%	C
335	GELATINA DE MORANGO	2	0,02%	99,93%	C
336	GELATINA DE ABACAXI	2	0,02%	99,95%	C
337	GELATINA DE CEREJA	2	0,02%	99,96%	C
338	PALHA AÇO BRILLO	1	0,02%	99,98%	C
339	AÇUCAR DE BAUNILHA	1	0,01%	99,99%	C
340	FILTRO PARA BOMBA	1	0,01%	100,00%	C
341	CACHAÇA PATRICIA	0	0,00%	100,00%	C
342	JAPIRA CATUABA	0	0,00%	100,00%	C
343	ÁGUA DA PEDRA S/ GAS	0	0,00%	100,00%	C
344	VINHO BORDO SECO	0	0,00%	100,00%	C
345	VINHO BORDO SUAVE	0	0,00%	100,00%	C
346	VINHO BRANCO SUAVE	0	0,00%	100,00%	C
347	DOCE DE FIGO	0	0,00%	100,00%	C
348	SABÃO EM PÓ OMO	0	0,00%	100,00%	C

349	ABSORVENTEBS	0	0,00%	100,00%	C
350	CONDICIONADOR	0	0,00%	100,00%	C
351	SHAMPOO LISO	0	0,00%	100,00%	C
352	SHAMPOO ABACATE	0	0,00%	100,00%	C
353	ALGODAO	0	0,00%	100,00%	C
354	ROLON	0	0,00%	100,00%	C
355	ESCOVA INFANTIL	0	0,00%	100,00%	C
356	FIO DENTAL	0	0,00%	100,00%	C
357	COURO BOM MARROM	0	0,00%	100,00%	C
358	LENÇO UMED. BABY FREE	0	0,00%	100,00%	C
359	ESFREGAO AÇO RAMAR	0	0,00%	100,00%	C
360	SAPOLIO CITRUS	0	0,00%	100,00%	C
361	SAPOLIO LAVANDA	0	0,00%	100,00%	C
362	SAPOLIO PO LIMAO	0	0,00%	100,00%	C
363	SAPOLIO PO LAVANDA	0	0,00%	100,00%	C
364	AROMATIZANTE EUCALIPTO	0	0,00%	100,00%	C
365	AROMATIZANTE LAVANDA	0	0,00%	100,00%	C
366	AROMATIZANTE JASMIM	0	0,00%	100,00%	C
367	ODORIZANTE LAVANDA	0	0,00%	100,00%	C
368	ODORIZANTE ESSENCIA	0	0,00%	100,00%	C
369	ODORIZANTE GOURMET	0	0,00%	100,00%	C
370	LUSTRA MOVEIS	0	0,00%	100,00%	C
371	PASTILHA ADESIVA OCEANO	0	0,00%	100,00%	C
372	LUVAS MULTIUSO G	0	0,00%	100,00%	C
373	PEDRA SANI JASMIM	0	0,00%	100,00%	C
374	PEDRA SANI FLORAL	0	0,00%	100,00%	C
375	PEDRA SANI EUCALIPTO	0	0,00%	100,00%	C
376	PEDRA SANI SOL	0	0,00%	100,00%	C
377	CORDA VARAL	0	0,00%	100,00%	C
378	DESINFETANTE LAVANDA 500ML	0	0,00%	100,00%	C
379	VENENO RATO	0	0,00%	100,00%	C
380	PA LIXO	0	0,00%	100,00%	C
381	SACO LIXO 50L	0	0,00%	100,00%	C
382	SACO LIXO 30L	0	0,00%	100,00%	C
383	SACO LIXO 15L	0	0,00%	100,00%	C
384	CERA ANDREIA INCOLOR	0	0,00%	100,00%	C
385	CERA GIOCA VERMELHA	0	0,00%	100,00%	C
386	CERA GIOCA AMARELA	0	0,00%	100,00%	C
387	FANDANGOS QUEIJO 45G	0	0,00%	100,00%	C
388	CHEETOS MIX 40G	0	0,00%	100,00%	C
389	APERITIVO MIGNON	0	0,00%	100,00%	C
390	BAND CHOCO MOLE	0	0,00%	100,00%	C
391	FLOCOS DE ARROZ	0	0,00%	100,00%	C
392	BARRA GAROTO UVA PASSAS	0	0,00%	100,00%	C
393	BARRA ARCOR MEIO AMARGO	0	0,00%	100,00%	C

394	CARTOON MEIO	0	0,00%	100,00%	C
395	MARGARINA QUALI	0	0,00%	100,00%	C
396	MANTEIGA COM SAL	0	0,00%	100,00%	C
397	MANTEIGA SEM SAL	0	0,00%	100,00%	C
398	MORTANDELA COM GORDURA	0	0,00%	100,00%	C
399	RISOLIZ MIMASSAS	0	0,00%	100,00%	C
400	MAISENA	0	0,00%	100,00%	C
401	ADOÇANTE	0	0,00%	100,00%	C
402	COADOR DE CAFÉ PAPEL	0	0,00%	100,00%	C
403	MELADO DE CANA	0	0,00%	100,00%	C
404	BICARBONATO DE SÓDIO FF	0	0,00%	100,00%	C
405	BICARBONATO DE SÓDIO HS	0	0,00%	100,00%	C
406	CANELA EM PÓ	0	0,00%	100,00%	C
407	CHANTILI	0	0,00%	100,00%	C
408	LENTILHA	0	0,00%	100,00%	C
409	PIPOCA MICRO BACON	0	0,00%	100,00%	C
410	PIPOCA MICRO PIZZA	0	0,00%	100,00%	C
411	PIPOCA NATURAL COM SAL	0	0,00%	100,00%	C
412	SAL GROSSO TEMPOERADO	0	0,00%	100,00%	C
413	SAL FINO TEMPERADO	0	0,00%	100,00%	C
414	ÓLEO SOYA	0	0,00%	100,00%	C
415	COPO DESCARTÁVEL	0	0,00%	100,00%	C
416	PAPEL ALUMÍNIO	0	0,00%	100,00%	C
417	PAPEL FILME	0	0,00%	100,00%	C
418	CRAVO DA INDIA	0	0,00%	100,00%	C
419	ALECRIM	0	0,00%	100,00%	C
420	MANGERICÃO	0	0,00%	100,00%	C
421	CANELA EM RAMA	0	0,00%	100,00%	C
422	NOZ MOSCADA	0	0,00%	100,00%	C
423	ANIS ESTRELADO	0	0,00%	100,00%	C
424	GENGIBRE	0	0,00%	100,00%	C
425	CAMOMILA FLOR	0	0,00%	100,00%	C
426	CAPIM CIDRERA	0	0,00%	100,00%	C
427	ERVA DOCE	0	0,00%	100,00%	C
428	MIX PARA CHIMARRÃO	0	0,00%	100,00%	C
429	CHÁ DE MELISSA	0	0,00%	100,00%	C
430	CHÁ DE CAMOMILA	0	0,00%	100,00%	C
431	CHA DE ERVA DOCE	0	0,00%	100,00%	C
432	CHA DE ALECRIM	0	0,00%	100,00%	C
433	CHA DE CARQUEJA	0	0,00%	100,00%	C
434	CHA DE HORTELÃO	0	0,00%	100,00%	C
435	CHA DE BOLDO	0	0,00%	100,00%	C
436	CHE DE HIBISCO	0	0,00%	100,00%	C
437	VELA PARA FESTA	0	0,00%	100,00%	C
438	PRATO FESTA 21	0	0,00%	100,00%	C

439	PRATO FESTA 15	0	0,00%	100,00%	C
440	PACOTE DE BALÃO	0	0,00%	100,00%	C
441	T. ELETRICO	0	0,00%	100,00%	C
442	INTERRUPTOR	0	0,00%	100,00%	C
443	TOMADA	0	0,00%	100,00%	C
444	PLUG MACHO	0	0,00%	100,00%	C
445	TAMPOFINAL	0	0,00%	100,00%	C
446	CURVA 45G	0	0,00%	100,00%	C
447	SIFÃO	0	0,00%	100,00%	C
448	VASSOURA	0	0,00%	100,00%	C
449	RODO	0	0,00%	100,00%	C
450	PLUG FEMEA	0	0,00%	100,00%	C
451	PROTETOR LABIAL	0	0,00%	100,00%	C
452	RABICO	0	0,00%	100,00%	C
453	CANETA DELTA	0	0,00%	100,00%	C
454	LINHA DE ROUPA	0	0,00%	100,00%	C
455	PENTE	0	0,00%	100,00%	C
456	LIXA DE UNHA	0	0,00%	100,00%	C
457	ESPELHO	0	0,00%	100,00%	C
458	DUREX	0	0,00%	100,00%	C
459	BANDEID	0	0,00%	100,00%	C
460	AGULHA	0	0,00%	100,00%	C
461	FITADUREXGRANDE	0	0,00%	100,00%	C
462	CORTADOR DE UNHA	0	0,00%	100,00%	C

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)