



GESTÃO DE ESTOQUE DE UMA EMPRESA COMERCIAL DE COSMÉTICOS DA REGIÃO DO NORTE DE MINAS GERAIS, BRASIL

STOCK MANAGEMENT OF A COMMERCIAL COSMETICS COMPANY IN THE NORTH MINAS GERAIS REGION, BRAZIL

Luciano José Vieira Franco, FUPAC, Brasil, lucianov_franco@hotmail.com

Jussara Fernandes Leite, FUPAC, Brasil, leite.jussara@yahoo.com.br

Alisson Rodrigo dos Santos, FUPAC, Brasil, alissonsantos@unipaclafaeite.edu.br

Nilo Antunes Ferreira, FUPAC, Brasil, niloclmg@yahoo.com.br

Thulio Marcus Marcenes de Souza, FUPAC, Brasil, thuliomarcus@hotmail.com

Resumo

O crescente desejo pela busca dos melhores cuidados de beleza levou o mercado responsável pelo setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos a investir em tendência, inovação e tecnologia. Isso fez com que a diversidade de produto aumentasse e a administração dos estoques passou a ser um desafio para as empresas do setor. Por tais razões, esta pesquisa tem o objetivo de apresentar melhorias no processo de gestão de estoque de uma empresa que trabalha com cosméticos na região do Norte de Minas Gerais. Esse trabalho consiste em um estudo de caso, com características bibliográfica, documental, exploratória e descritiva. A pesquisa foi desenvolvida em uma loja comercial de pequeno porte que atua na área de vendas de cosméticos, a técnica de amostragem não probabilística. Em razão disso, as sugestões de melhorias propostas foram a implantação de um sistema de informação relacionado ao controle de estoque; a utilização dos valores gerados pela apresentação de resultados referentes a demanda, estoque de segurança e ponto de pedido; e realizar novos cálculos dos mesmos em períodos curtos a cada três meses. Dessa maneira, acredita-se que a empresa terá um melhor gerenciamento do estoque.

Palavras-chave: Demanda; Estoque; Gestão de Estoque.

Abstract

The growing desire for the search for the best beauty care has led the market responsible for the personal hygiene, perfumery and cosmetics sector to invest in trend, innovation and technology. This has made product diversity increase and inventory management has become a challenge for companies in the industry. For these reasons, this research has the objective of presenting improvements in the inventory management process of a company that works with cosmetics in the North of Minas Gerais region. This work consists of a case study, with bibliographic, documentary, exploratory and descriptive characteristics. The research was developed in a small commercial shop that operates in the area of cosmetics sales, the technique of non-probabilistic sampling. As a result, the suggestions for improvements proposed were the implementation of an information system related to inventory control; the use of the values generated by the presentation of results referring to demand, security stock and order point; and perform new calculations of them in short periods every three months. In this way, it is believed that the company will have better inventory management.

Keywords: Demand; Stock; Inventory Management.



1. INTRODUÇÃO

O crescente desejo pela busca dos melhores cuidados de beleza levou o mercado responsável pelo setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC) a investir em tendência, inovação e tecnologia que atendessem as necessidades dos consumidores.

De acordo com a *Euromonitor International* (ABIHPEC, 2016), em 2009, o Brasil ocupava o terceiro lugar e em 2015 passou a ocupar o quarto lugar mundial de maior mercado consumidor do setor de HPPC. Mesmo perdendo uma colocação no *ranking* devido à crise, o Brasil é um dos países que mais investem e crescem no ramo de produtos de consumo pessoal e é o setor que menos sofreu diante a crise. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2015) publica que os brasileiros preferem continuar a investir no consumo desses produtos do que investir em atividades de lazer.

A crescente busca por produtos de consumo pessoal começou a apresentar uma mudança em seu público ao longo dos anos. Antigamente, as empresas de cosméticos frisavam atender as necessidades femininas, mas com o tempo o público masculino passou a valorizar com mais ênfase o bem estar, a saúde e a aparência física e assim a procurar por produtos que atendessem seus anseios. Por isso notou-se nesses últimos anos uma crescente demanda de produtos voltados para os homens. Conforme a ABIHPEC (2015), os produtos masculinos correspondem mais de 10% do consumo total de produtos de consumo pessoal no Brasil. Devido a esse fator, as empresas procuram lançar e melhorar produtos que satisfazem e ganhem esse público.

Outro público que pode ser citado é o da terceira idade, que com o aumento da expectativa de vida houve a necessidade da busca de cosméticos que cumprissem as exigências desse público. Vale lembrar que as mulheres correspondem e continuam a ocupar o primeiro lugar de maiores consumidoras de produtos de consumo pessoal, sejam elas crianças, adolescentes, adultas ou da terceira idade.

A par disso, para as empresas conseguirem atender a demanda da população oferecendo produtos que satisfaçam as necessidades dos clientes, se faz necessário uma gestão de estoque de forma eficiente e eficaz. Segundo Tubino (2000), as empresas passaram a priorizar o gerenciamento de estoques pelo fato da crescente demanda do mercado competitivo. Com isso é relevante conhecer os diferentes tipos de estoques.

Nessa perspectiva apresentada, Ching (2010) ressalta que o volume de estoques pode variar de acordo com a previsão da demanda de uma empresa, podendo existir estoques em grandes e em pequenas escalas, e até mesmo estoque zero. Desta forma, para não faltar produtos e nem aumentar os custos da empresa, que conseqüentemente minimiza a margem de lucros, as empresas devem estabelecer estratégias para planejar, organizar e controlar seus estoques.

Nesse sentido, este trabalho tem como objetivo calcular o ponto de pedido e estoque de segurança, apresentando melhorias no processo de gestão de estoque de uma empresa que trabalha com cosméticos da Região do Norte de Minas.



2. DEMANDA E GESTÃO DE ESTOQUE

O estudo da gestão de estoque foi criado para que as organizações planejem e controlem seus estoques tendo como equilíbrio os níveis de oferta e demanda. De acordo com Lustosa *et al.* (2008), a atividade logística de estoque é a mais significativa para o desempenho total das organizações. Pois o estoque está associado em torno de dois terços dos custos totais da logística, e também por apresentar a omissão de vários problemas que atingem as outras atividades operacionais.

Ainda segundo Lustosa *et al.* (2008), para definir a demanda, são utilizados planejamento e controle de produção e estoque, baseados em dados do histórico de vendas. A demanda é uma variável no processo de uma organização, sendo imprescindível a observação do fluxo de vendas durante o ano, visto que pode exibir períodos irregulares.

Bowersox e Closs (2010) informam que o gerenciamento de estoque é delicado, pois as decisões relacionadas para a estratégia de estoque é de alto risco e de alto impacto. De acordo com Slack, Chambers e Johnston (2009), o planejamento e o controle na gestão de estoque facilitam as tomadas de decisões referentes ao fornecimento e demanda dentro da organização. Além disso, asseguram-nas sobre as incertezas geradas pela alta demanda em certas ocasiões. Pois o gerenciamento de estoque existe pelo fato dos dados entre o fornecimento e a demanda nunca conseguirem fechar com exatidão um com outro.

Dessa forma, Lustosa *et al.* (2008), Bowersox e Closs (2010) e Slack, Chambers e Johnston (2009) concordam que as organizações dependem de um excelente planejamento de gestão de estoque para reduzir os seus níveis e obter lucro. Esse controle se torna possível através de dados de entrada e saída de materiais. Envolve também, o controle de custos de manutenção ao manter um estoque mínimo, ou seja, de segurança.

2.1 Estoque de segurança e ponto de pedido

O estoque de segurança se destaca entre os vários tipos de estoques existentes. Tem a função de assegurar a falta de itens quando a procura é maior que o fornecimento. De acordo com Dias (2010), o estoque de segurança, ou estoque mínimo, é a quantidade mínima de um produto ou material, necessário para atender a demanda em um determinado tempo.

A seguir é apresentada Figura 1 a fórmula para calcular o estoque de segurança, segundo Dias (2010).

$$E.Mn = \sqrt{C \times TR}$$

onde: E.Mn = estoque mínimo
 C = consumo médio mensal
 TR = tempo de reposição

Figura 1 – Fórmula do estoque de segurança. Fonte: Dias (2010)

Conforme Fórmula, para o cálculo de estoque de segurança é preciso ter os dados do consumo médio mensal e do tempo de reposição.



Na visão do Dias (2010), o ponto de pedido é o cálculo do indicador que fornecerá qual o momento e quanto deverá ser feito para a reposição do estoque, quando este se encontrar abaixo ou igual do estoque virtual.

$$PP = C \times TR \times E.Mn$$

onde: PP = ponto de pedido
 E.Mn = estoque mínimo
 C = consumo médio mensal
 TR = tempo de reposição

Figura 2 – Fórmula do ponto de pedido. Fonte: Dias (2010)

A Fórmula da Figura 2 mostra que para calcular o ponto de pedido, é preciso ter o tempo de reposição, o consumo médio mensal (demanda média mensal) e o estoque mínimo.

3. METODOLOGIA

Este trabalho consiste em um estudo de caso realizado em uma loja comercial de pequeno porte que atua na área de vendas de cosméticos, localizada na Região Norte de Minas Gerais, Brasil. A loja é composta por três funcionários: uma gerente (proprietária), uma vendedora e uma auxiliar de serviços gerais. Neste trabalho, a empresa será denominada de Alfa Cosmético e Perfumaria.

O trabalho apresenta na sua pesquisa características como bibliográfica, documental, exploratória e descritiva.

A técnica de amostragem é definida como não probabilística, pois os autores da pesquisa optaram pela acessibilidade do local de estudo. Sendo que ambos os envolvidos possuem uma relação cordial, onde a coleta e análise dos dados são de fácil acesso e consequentemente haveria uma oferta de melhoria para a empresa.

Para fazer a coleta dos dados deste trabalho, a pesquisa se fez em quatro etapas. A primeira etapa é realizada por meio da observação a fim descrever o processo de estoque da empresa e assim explicar o que foi feito em seguida. Logo, a segunda etapa é a fase onde foram coletadas as quantidades de entrada e saída dos produtos, durante os meses de junho a agosto do ano de 2017. Assim, os instrumentos utilizados para a coleta desses dados fizeram por meio dos formulários e documentos da empresa. Os dados nesta etapa possui característica quantitativa. Da mesma maneira, a terceira etapa faz o uso dos dados coletados na segunda etapa para apresentar o estoque atual. E por fim, na quarta etapa, são elaboradas as tabelas e gráficos, a partir dos dados.

4. APRESENTAÇÃO DOS DADOS E RESULTADOS

As decisões de obter produtos e fazer estoques na empresa, na qual se desenvolveu a pesquisa, são realizadas apenas por informações visuais. Além disso, pode-se acrescentar que não há a existência de relatórios arquivados referente à entrada e saída dos produtos durante os meses passados. Com isso cria-se uma dificuldade em traçar o planejamento do estoque de forma eficiente e eficaz.



Ainda, foi possível notar que a empresa não costuma realizar com tanta frequência a conferência dos produtos para obter os dados necessários que auxiliem no controle da quantidade existente no estoque. Sendo assim, fica confirmado que a gestão de estoque da empresa é realizada de forma empírica, ou seja, conforme experiência vivida pela gestora.

De modo geral, sabe-se que para uma empresa conseguir planejar e controlar seus estoques de forma correta é necessário o conhecimento e qualificação de sua demanda. Para isso, nota-se que a loja Alfa Cosméticos e Perfumaria precisa de uma pessoa especializada para atuar nas atividades de estoque ou que a pessoa responsável pela área aprenda a desenvolver as competências e habilidades necessárias para realizar as atividades, como por exemplo definir o momento certo para repor os estoques, conferir as entradas, as saídas e a armazenagem dos produtos, sendo que uma possibilidade de melhoria seria o uso de um sistema de serviço de informação relacionado ao controle de estoque.

Os pedidos para reposição de estoque da loja Alfa Cosmético e Perfumaria são realizados após a procura do cliente. Desse modo, como não existe um banco de dados concreto que auxilie o controle de estoque, o procedimento para realização de pedidos é falho. A falta de informações e dados comete ao surgimento de falhas nos estoques e nos serviços prestados aos clientes. Importante destacar que a responsável pela realização dos pedidos pode esquecer-se de comprar os produtos que possuem uma importância significativa para a organização ou ainda correr com o risco de seus fornecedores não terem disponíveis os produtos em estoque.

A partir desse estudo foi desenvolvido nesta pesquisa o fluxo do processo para reposição de estoque da loja Alfa Cosmético e Perfumaria: quando o cliente busca os serviços da loja para atender suas necessidades, ora ele conseguirá ora não encontrará o que deseja. Por essa razão, o estabelecimento corre com grandes riscos de perder seu cliente por não conseguir suprir suas necessidades caso falte os produtos. Assim, por não possuir o produto, a loja ainda irá providenciar o que o cliente deseja por meio da realização de um novo pedido ao fornecedor. O tempo de espera entre fazer o pedido e sua entrega pode ser um empecilho entre o contato com empresa/cliente. Outro fator que irá ser uma consequência para a loja, seria o cliente falar da sua má satisfação para outras pessoas que queiram usufruir dos serviços da loja. Logo, na Figura 3, pode ser observado o fluxograma que detalha o processo de funcionamento para reposição de estoque da loja.

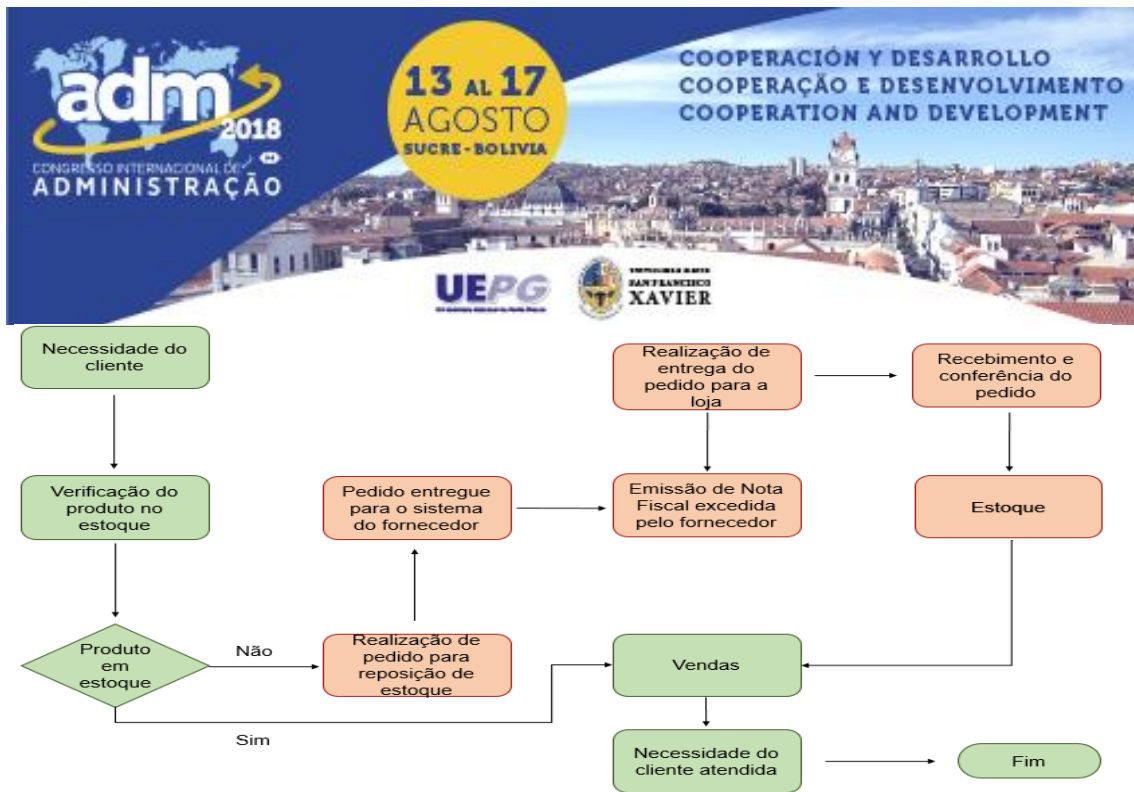


Figura 3 – Fluxograma do processo de reposição de estoque. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Assim, a partir dos fatores apresentados são traçadas e sugestionadas às melhorias que podem auxiliar na adequação do volume de estoque de acordo com a demanda.

4.1 Lead time dos produtos

A cada mês ou a cada quinze dias são feitos pedidos para reposição de estoque em empresas fornecedoras dos produtos vendidos na loja. Os fornecedores representam suas próprias marcas e oferecem aparentemente quase as mesmas formas de serviços.

Como exemplo dos serviços, os fornecedores disponibilizam o catálogo de seus produtos e a cada certo período de dias um novo catálogo é apresentado. A cada ciclo, o fornecedor disponibiliza à empresa oportunidade de desconto em produtos selecionados possibilitando que esta, aumente sua lucratividade. Para realizar o pagamento dos produtos aos fornecedores, a empresa pode escolher em pagar via boletos bancários ou cartões de crédito.

Já em relação à entrega dos pedidos, nota-se uma diferença de serviço prestado pelos fornecedores. Os prazos de entrega (lead time) geralmente ocorrem de acordo com os serviços que cada um oferece na área. A empresa possui fornecedores em Cajamar/SP, Montes Claros/MG e Januária/MG. Os pedidos fornecidos pela fornecedora de Cajamar são entregues no prazo de uma semana de tempo corrido da data de faturamento do pedido. E, os fornecedores referentes às cidades de Montes Claros e Januária, por serem mais próximas da região onde se localiza a empresa, as entregas costumam ser feitas com dois a três dias corridos da data de faturamento do pedido. Os produtos são entregues na empresa por transporte próprio ou por transportadoras contratadas pelos fornecedores.

4.2 Demanda e volume de estoque

Para identificar os dados referentes ao estoque, fez necessária a análise e contagem da entrada e da saída dos produtos da loja. Por se tratar de uma loja de cosméticos o processo de coleta e análise ocorreu no período de três meses, que se referem aos meses de junho, julho e agosto do ano de 2017. O período de três meses foi escolhido devido os catálogos dos fornecedores



apresentarem variações de preços nos produtos normalmente em trimestre, isto é, promoções ou reajustes de valores.

Dessa maneira, os Gráficos a seguir foram construídos para melhor análise e visualização do grau de importância que as categorias possuem dentro da loja. A seguir o Gráfico da Figura 4 apresenta as vendas de produtos por categoria nos meses de junho a agosto de 2017.

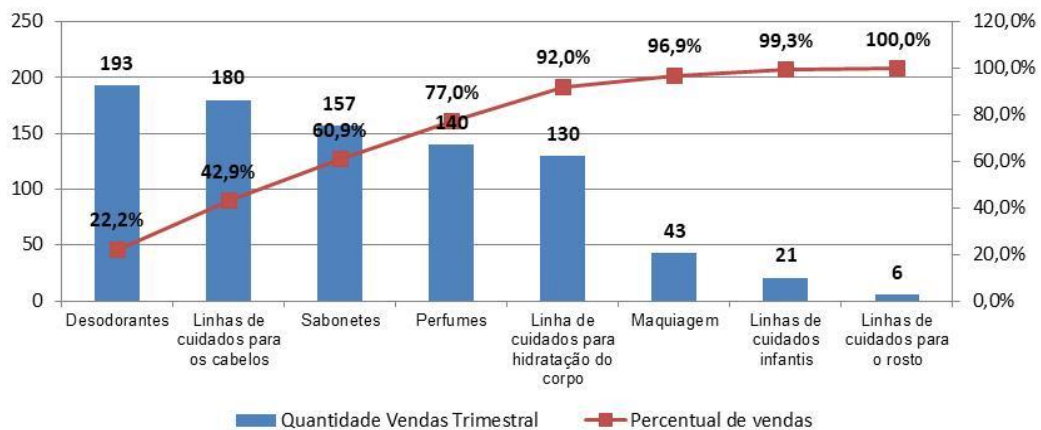


Figura 4 – Gráfico: Vendas no período de junho a agosto de 2017. Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Por meio do Gráfico da Figura 4, nota-se que as categorias que destacam uma maior frequência de vendas durante os três meses observados na loja são os desodorantes, as linhas de cuidados para os cabelos, os sabonetes e os perfumes. Essas linhas atingiram um percentual de 77,01% da quantidade venda no período de junho, julho e agosto de 2017. Assim pode-se notar que as vendas nos meses de junho, julho e agosto de 2017 foram de 870 produtos, desse valor, a categoria desodorante destaca-se e atingiu 22,20% das vendas do valor acumulado.

Existem vários tipos diferentes de produtos que se encaixam dentro de uma mesma categoria, mas que possuem funções específicas para o cuidado com cada área do corpo.

Sabe-se que além da classificação dos tipos de produto, os produtos podem ser classificados de acordo com as fragrâncias, quanto à unidade de medida de cada item contido nas embalagens e os tipos de marca. Vale ressaltar empresa comercializa 299 tipos de produtos.

Em seguida, foi identificado o volume de estoque no final do período de mês de agosto de 2017. O Gráfico da Figura 5 apresenta a quantidade e produtos em estoque.



Figura 5 – Gráfico: Quantidade do Estoque Atual e Percentual Acumulado. Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

É possível notar no Gráfico da Figura 5 que, da mesma forma que foi feito o Gráfico 1, às quantidades dos produtos em estoque foram apresentadas de acordo com as categorias que representam, para facilitar a análise dos dados aferidos. Dessa forma, pode-se observar que a empresa possui em seu estoque um volume de 735 produtos. Percebe-se também que as categorias que possuem um maior volume de quantidade de produtos em estoque é a linha de cuidados para os cabelos, desodorantes, perfumes, maquiagem e a linha de cuidados para o corpo. Essas categorias representam 74,67% da composição do estoque no dia 31 de agosto de 2017.

Assim, comparando os dados obtidos nos Gráficos da Figura 4 e 5, é possível afirmar que algumas categorias não estão recebendo os cuidados especiais no seu estoque. Inclusive, a categoria que mais vende são os desodorantes e, o seu volume de quantidade de produtos em estoque encontra-se classificado em segundo plano, ou seja, mesmo estando entre a percentagem dos produtos que possuem maior destaque de importância para a loja, seu estoque ainda não é considerado como o principal da loja. Portanto é viável a loja observar esses dados e planejar os estoques em cima deles, para não acumular produtos de certas categorias e evitar com que as vendas fiquem paralisadas, ou perdas como prazo de validade ultrapassado.

Ademais, nota-se que a loja possui certa deficiência na gestão de estoque, onde não realizam planejamento e controle para definir a demanda e o estoque de segurança, para evitar esses erros de excesso e falta dos produtos. Com isso, serão traçadas melhorias para que a loja repare essa deficiência.

Por essa razão as categorias que foram escolhidas para a realização dos cálculos são os desodorantes, a linha de cuidados para os cabelos e sabonetes, por representarem 60,9% do volume de saída da empresa.



4.3 Definição da demanda dos produtos

De modo geral, a demanda é baseada em previsões do histórico de vendas da empresa e da atuação do mercado. Para que se chegue a um ponto objetivo nas previsões de demanda, é necessário que a gerência da empresa observe o comportamento e as necessidades dos seus clientes e juntamente com suas vendas tracem metas que definam a quantidade de produtos a serem vendidos nos períodos planejados.

Dessa maneira, a partir da identificação das categorias dos produtos da loja em um período trimestral, foram definidas as demandas dos produtos das categorias que possuem maior volume de vendas. A partir da previsão da demanda, é possível calcular o estoque de segurança e o ponto de pedido para os produtos.

4.3.1 Estoque de segurança e ponto de pedido

Para o cálculo do estoque de segurança e do ponto de pedido, foram utilizadas as fórmulas de Dias (2010). A Tabela 1 a seguir apresenta valor obtido para o estoque de segurança e ponto de pedido para os produtos que representam 60,98% do volume de vendas no período de junho a agosto de 2017.

Produtos	Tempo de Reposição (dias)	Demanda média mensal	Ponto de Pedido	Estoque de Segurança
Desodorante Spray Uomini Sport	2	2,33	7	2
Desodorante Spray Uomini Black	2	0,33	2	1
Desodorante Spray Malbec	2	2,33	7	2
Desodorante Spray Malbec Sport	2	2,67	7	2
Desodorante Spray North Wind	2	0,67	2	1
Desodorante Spray Floratta in Blue	2	0,33	2	1
Desodorante Spray Free	2	0,33	2	1
Desodorante Spray Capricho	2	0,67	2	1
Aerosol Zaad	2	0,67	2	1
Aerosol Uomini Black	2	0,33	2	1
Aerosol Malbec	2	0,67	2	1
Aerosol Arbo	2	1	3	1
Aerosol Linda	2	0,33	2	1
Aerosol Acordes	2	0,33	2	1
Aerosol Floratta in blue	2	0,33	2	1
Aerosol Cuide-se bem nuvem	2	0,33	2	1
Antitransp. Rollon Malbec	2	0,33	2	1
Antitransp. Rollon Foratta in blue	2	0,33	2	1
Antitransp. Rollon Egeo Dolce	2	0,33	2	1
Antitransp. Rollon Rosa e Algodão	2	1,33	5	2
Antitransp. Rollon Leite e Mel	2	2	6	2
Antitransp. Rollon Sem Perfume	2	0,67	2	1



Produtos	Tempo de Reposição (dias)	Demanda média mensal	Ponto de Pedido	Estoque de Segurança
Antitransp. Rollon Nuvem	2	2	6	2
Desodorante em creme natura Erva Doce	8	0,33	5	2
Desodorante em creme Tododia Algodão	8	1	11	3
Desodorante em creme Tododia Macadamia	8	0,33	5	2
Desodorante em creme Tododia Orquidea	8	0,33	5	2
Desodorante Biografia masc	8	0,33	5	2
Desodorante Biografia fem	8	0,33	5	2
Desodorante Kaiak Aventura masc.	8	5,67	52	7
Desodorante Kaiak trad. Masc.	8	2	20	4
Desodorante Natura Homem masc.	8	0,33	5	2
Desodorante Kaiak Urbe masc.	8	0,67	7	2
Desodorante Kaiak trad. Fem.	8	0,67	7	2
Desodorante Meu primeiro humor fem.	8	2,33	23	4
Desodorante refil Natura homem	8	1,67	17	4
Desodorante refil humor proprio fem.	8	0,67	7	2
Desodorante refil meu primeiro humor fem.	8	0,67	7	2
Desodorante refil Kaiak trad. fem.	8	0,67	7	2
Desodorante refil Kaiak trad. masc.	8	2	20	4
Desodorante refil Kaiak Aventura masc.	8	5,33	50	7
Desodorante aerosol TodoDia algodão	8	5	46	6
Desodorante aerosol TodoDia macadamia	8	1,67	17	4
Desodorante aerosol Natura erva doce	8	1,33	14	3
Desodorante rollom Kaiak pulso masc.	8	1,33	14	3
Desodorante rollom Kaiak trad. Masc.	8	0,67	7	2
Desodorante rollom Natura Homem anti manchas	8	2,33	23	4
Desodorante rollon Tododia Macadamia	8	4	38	6
Desodorante rollon Tododia Algodão	8	2,33	23	4
Desodorante rollon Natura erva doce	8	1	11	3
Desodorante Spray TodoDia Frutas vermelhas	8	0,67	7	2
Desodorante Spray TodoDia Algodão	8	0,67	7	2
Shampoo Sou Danificados	8	0,33	5	2
Condicionador Sou Cachos	8	0,33	5	2
Sh. Natura Homem Anti oleosidade	8	0,33	5	2
Gel p/ cabelo Natura Homem	8	1	11	3
Cond. Hidratação Reparadora Natura Plant	8	1	11	3
Sh. Hidratação Reparadora Natura Plant	8	1	11	3
Cond Curvas Envoltentes Natura Plant	8	1	11	3
Sh. Curvas Envoltentes Natura Plant	8	0,33	5	2



Produtos	Tempo de Reposição (dias)	Demanda média mensal	Ponto de Pedido	Estoque de Segurança
Capsulas fortificante Natura Plant	8	0,67	7	2
Shampoo N/Spa Ameixa	2	1,33	5	2
Condicionador N/Spa Ameixa	2	1	3	1
Shampoo Nativa Spa Terapia de Caviar	2	0,33	2	1
Shampoo anti resíduo Amavia	4	0,33	2	1
Botox reconstrutor Amavia	4	0,33	2	1
Condicionador Restore Premium Amavia	4	3	15	3
Shampoo Restore Premium Amavia	4	3	15	3
Mascara instant. Restore Premium Amavia	4	2,67	14	3
Make liss progressiva Amavia	4	1	6	2
Make liss express Amavia	4	1,67	9	2
Gloss Matizador 4D Cinza Amavia	4	2,33	12	3
Gloss Matizador 4D Branco Amavia	4	2	11	3
Mascara colorante preta Amavia	4	2,33	12	3
Mascara colorante vermelho Amavia	4	1,67	9	2
Shampoo Low Poo Make Curl Amavia	4	2	11	3
Condicionador Low Poo Make Curl Amavia	4	2	11	3
Leave in Low Poo Make Curl Amavia	4	3	15	3
Gelatina Modeladora Low Poo Make Curl Amavia	4	2,33	12	3
Shampoo energy complex antiqueda Amavia	4	2	11	3
Loção capilar energy complex antiqueda Amavia	4	0,33	2	1
Mascara energy complex antiqueda Amavia	4	1,33	7	2
Shampoo Liso Nobre Amavia	4	2	11	3
Condicionador Liso nobre Amavia	4	2	11	3
Leave in Selante Liso Nobre Amavia	4	0,33	2	1
Serum Selante Liso Nobre Amavia	4	2,67	14	3
Mascara selante liso Nobre Amavia	4	1,33	7	2
Shampoo Cacho Sublime Amavia	4	1	6	2
Leave in cacho Sublime Amavia	4	1,33	7	2
Fluido reconstrutor repair complex Amavia	4	1,33	7	2
Condicionador repair complex Amavia	4	1	6	2
Shampoo repair complex Amavia	4	1	6	2
Umidificador reconstrutor repair complex Amavia	4	1	6	2
Mascara repair complex Amavia	4	1	6	2
Shampoo desamarelador Repair Complex Amavia	4	1	6	2
Mascara matizadora Repair Complex Amavia	4	1	6	2
Tonalizante make ton Amavia 4.0	4	0,67	5	2
Tonalizante make ton Amavia 6.0	4	1,33	7	2



Produtos	Tempo de Reposição (dias)	Demanda média mensal	Ponto de Pedido	Estoque de Segurança
Tonalizante make ton Amavia 6.1	4	1	6	2
Tonalizante make ton Amavia 7.0	4	1,33	7	2
Coloração creme make ton Amavia 0.1	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 1.0	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 2.8	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 3.0	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 4.0	4	1,33	7	2
Coloração creme make ton Amavia 5.0	4	1,33	7	2
Coloração creme make ton Amavia 5.2	4	1,33	7	2
Coloração creme make ton Amavia 6.1	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 66.46	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 6.66	4	1,67	10	3
Coloração creme make ton Amavia 7.1	4	1,67	10	3
Coloração creme make ton Amavia 7.3	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 7.7	4	2,33	12	3
Coloração creme make ton Amavia 8.0	4	1,67	9	2
Coloração creme make ton Amavia 8.3	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 8.26	4	2	11	3
Coloração creme make ton Amavia 9.0	4	1,33	7	2
Coloração creme make ton Amavia 9.1	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 10.0	4	1,33	7	2
Coloração creme make ton Amavia 12.11	4	1	6	2
Coloração creme make ton Amavia 0.6	4	1	6	2
Trio de Sabonetes N/SPA	2	0,33	2	1
Sabonete Capricho 2 unid.	2	0,33	2	1
Sabonete barra ekos cremoso/esfoliante 4un	8	2	20	4
Sabonete barra ekos ucuuba 1un.	8	2	20	4
Sabonete barra TodoDia Cereja e Avelã 5un.	8	4,33	41	6
Sabonete barra TodoDia Alecrim e Salvia	8	4,33	41	6
Sabonete barra TodoDia Algodão	8	2,67	26	5
Sabonete barra TodoDia Noz Pecã e Karite	8	0,33	5	2
Sabonete barra TodoDia Framboesa e Pimenta Rosa	8	0,33	5	2
Sabonete barra TodoDia Macadamia 5un.	8	1,33	14	3
Sabonete barra TodoDia Especial 6un.	8	2	20	4
Sabonete barra natura Erva doce 4un.	8	2,33	23	4
Sabonete barra natura Erva doce 3un.	8	0,33	5	2
Sabonete barra Sou Frescor 5un.	8	16,67	144	11
Sabonete barra Sou Cremosidade 5un.	8	3	29	5



Produtos	Tempo de Reposição (dias)	Demanda média mensal	Ponto de Pedido	Estoque de Segurança
Sabonete barra biografia fem. 3un	8	0,33	5	2
Sabonete líquido. Sou Cremosidade 200ml	8	1,67	17	4
Sabonete líquido TodoDia cereja e avelã 200ml	8	2,67	26	5
Sabonete líquido TodoDia frutas vermelhas 300ml	8	0,33	5	2
Sabonete líquido p/ mãos ekos pitanga	8	0,33	5	2
Sabonete líquido p/ mãos erva doce	8	0,33	5	2
Sabonete barra purificante tez	8	3	29	5
Higeia Sabonete Líquido Intimo	8	0,33	5	2

Tabela 1 – Ponto de Pedido. Fonte: Dados da pesquisa (2017)

A partir dos valores apresentados na Tabela 1, a empresa poderá adequar seu estoque e valor quando realizar as compras dos produtos que foram mais vendidos no período de junho a agosto de 2017. Portanto, tanto o ponto de pedido quanto o estoque de segurança são ferramentas de grandes utilidades para o controle e planejamento da gestão de estoque.

4.4 Sugestões de melhorias

Em realidade, após observado e analisado os dados e comportamentos dos serviços da loja Alfa Cosmético e Perfumaria, é possível indicar melhorias para serem colocadas em práticas pela empresa e assim conseguir atingir suas metas e objetivos.

Dessa maneira, fica como sugestão para empresa as seguintes propostas:

- Realizar implantação de um sistema de informação relacionado ao controle de estoque. Inclusive existem versões grátis de fácil entendimento encontrados na internet, basta uma pesquisa, fazer as implantações dentro da loja e treinamento com as pessoas que estarão responsáveis pelo uso do sistema.
- Utilizar os valores calculados para o estoque de segurança, demanda e ponto de pedido. E quando necessário realizar novos cálculos em períodos curtos, como foi realizada na pesquisa em um tempo de três meses, avaliando sempre as opções de tempo desde o momento de realização do pedido de compra até a entrega do pedido na loja, para prever a demanda, definir o estoque de segurança e o ponto de pedido. Deve se levar em consideração as datas comemorativas e estações do ano, pois como se trata de uma loja comercial, esses fatores influenciam na demanda dos produtos.

CONCLUSÃO

Para atingir os objetivos propostos do estudo e assim traçar as sugestões de melhoria, foi preciso a análise e a coleta dos dados de demanda e volume de estoque e todas as atividades referentes à gestão de estoque.



Diante desse contexto, as sugestões propostas para a melhoria da gestão de estoque da empresa foram: a implementação de um sistema de informação; utilização dos valores gerados pelos cálculos referente à demanda, estoque de segurança e ponto de pedido; a realização de novos cálculos em períodos curtos a cada três meses, como foi realizada na análise e coleta dos dados da pesquisa. Além disso, a empresa deve sempre se manter atenta a fatores oscilatórios como datas comemorativas.

Deste modo, é perceptível que quando uma empresa administra seu estoque utilizando ferramentas que auxiliem em uma gestão de estoque eficiente e eficaz, conseqüentemente, ela consegue planejar e controlar seu estoque de forma que além de manter os seus gastos em controle, reduz os custos desnecessários e obtém uma melhor margem de lucro. Evidente que a partir do conhecimento do gerenciamento de estoque e com sua prática, os erros antes cometidos serão eliminados. Do mesmo jeito, a empresa ainda irá satisfazer as necessidades dos clientes prestando bons serviços.

REFERÊNCIAS

- Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. *Setor brasileiro de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos sofre queda real de 8% em 2015*. Disponível em: <https://abihpec.org.br/release/setor-brasileiro-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-sofre-queda-real-de-8-em-2015/>. Acesso em: 28/03/2017
- Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. *Panorama do Setor de HPPC 2016*. Disponível em: <https://www.abihpec.org.br/novo/wp-content/uploads/2016-PANORAMA-DO-SETOR-PORTUGU%C3%8AS-14jun2016.pdf>. Acesso em: 28/03/2017
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. *Logística empresarial: o processo de integração da cadeia de suprimento*. São Paulo: Atlas, 2010.p. 229.
- CHING, Hong Yuh. *Gestão de estoques na cadeia de logística integrada*. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2010. p.21.
- DIAS, Marco Aurélio P., *Administração de Materiais: Uma abordagem logística*. 5ª. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.p. 2 e 69.
- LUTOSA, L. et. al. *Planejamento e Controle da Produção*. Rio de Janeiro. Elsevier, 2008.
- SLACK, Nigel. CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON Robert. *Administração da Produção*. Tradução: Henrique Luiz Corrêa. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.p. 379.
- TUBINO, D. F. *Manual do Planejamento e Controle da Produção*. São Paulo: Atlas,2000. p. 139.