

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA REGIÃO TOCANTINA DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS SOCIAIS, TECNOLÓGICAS E LETRAS
CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

FRANCISCA VIVIANNE SANTOS DE AQUINO

APLICAÇÃO DA CURVA ABC COMO ESTRATÉGIA DE COMPRAS: um estudo de caso no ramo farmacêutico em Açailândia-MA.

Açailândia-MA

2022

FRANCISCA VIVIANNE SANTOS DE AQUINO

APLICAÇÃO DA CURVA ABC COMO ESTRATÉGIA DE COMPRAS: um estudo de
no ramo farmacêutico em Açailândia-MA.

Monografia apresentada junto ao Curso de
Administração da Universidade Estadual
da Região Tocantina do Maranhão,
Campus Açailândia, para obtenção de grau
de bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof. Me. Petra Fernanda
Cruz e Silva.

Açailândia-MA
2022

A657a

Aquino, Francisca Viviane Santos de

Aplicação da curva ABC como estratégia de compras: um estudo de caso no ramo farmacêutico em Açailândia-MA / Francisca Viviane Santos de Aquino – Açailândia: UEMASUL, 2022.

51 f. : il.

Monografia (Curso de Bacharel em Administração) – Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Açailândia, MA, 2022.

Orientador: Profa. Ma. Petra Fernanda Cruz e Silva

1. Setor de compras. 2. Gestão de estoques. 3. Curva ABC. I. Título.

CDU 658.7(812.1)

FRANCISCA VIVIANNE SANTOS DE AQUINO

APLICAÇÃO DA CURVA ABC COMO ESTRATÉGIA DE COMPRAS: um estudo de no ramo farmacêutico em Açailândia-MA.

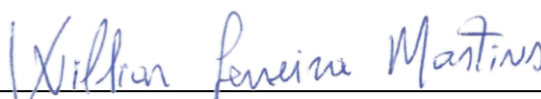
Monografia apresentada junto ao curso de Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão, Campus Açailândia, para obtenção de grau de Bacharel em Administração.

Aprovada em 12/01/2023

BANCA EXAMINADORA



Profa. Me. Petra Fernanda Cruz e Silva.
Universidade Estadual da Região Tocantina



Prof. Esp. Willian Ferreira Martins
Universidade Estadual da Região Tocantina



Profa. Esp. Diêgna da Cruz Silva
Universidade Estadual da Região Tocantina

Dedico este trabalho ao meu falecido e amado pai, José Valério de Aquino, exemplo de coragem, que me ensinou a lutar pelos meus objetivos com perseverança e fé.

Agradecimentos

Em primeiro lugar a Deus, pela minha vida, por ter me dado forças pra ultrapassar todos os obstáculos no decorrer da caminhada.

Aos meus irmãos que sempre estiveram ao meu lado nos momentos mais difíceis, a minha mãe Maria Do Carmo Santos de Aquino, que sempre apoiou as minhas decisões e me ajudou de todas as formas possíveis.

Ao meu noivo James Cardoso, que entendeu a minha ausência ao longo do curso e me incentivou a prosseguir. Aos meus professores, que contribuíram diretamente para o meu aprendizado.

A minha orientadora Petra Fernanda, pela oportunidade de me orientar na conclusão deste trabalho.

Administração é fazer as coisas direito.
Liderança é fazer as coisas certas.
Peter Drucker

RESUMO

No setor farmacêutico os procedimentos primordiais estão correlacionados a gestão de compras e estoques de itens, por serem as maiores alavancas de custos e despesas de uma empresa. Nesse viés a compra, estocagem e venda que é o fator principal de geração de receita e lucratividade em uma empresa devem ser geridos de maneira mais eficiente, pois a demanda e procura por produtos e a concorrência provocam uma instabilidade nesses setores, neste sentido a ferramenta Curva ABC, surge como instrumento necessário para o enfrentamento de tais problemas, com o intuito de auxiliar a minimizar os prejuízos nas organizações. Logo, o principal objetivo da presente pesquisa foi investigar quais são os produtos que podem oferecer maior margem de contribuição para a empresa no ramo farmacêutico, com aplicabilidade alicerçada como mecanismo de auxílio no setor de compras na manutenção da organização. O caminho de recursos utilizados para o contexto da metodologia do trabalho foi a pesquisa bibliográfica e estudo de caso, onde se identificou o ramo e seu faturamento de vendas de itens e abrangência de grupos específicos para mensurar os dados dentro da Curva. Em síntese conclui-se que a presente pesquisa atingiu os objetivos propostos com aplicabilidade de redução de custos e com índices identificadores de progresso e retorno financeiro nos moldes da ferramenta de gestão.

Palavras- Chave: Setor de Compras. Gestão de Estoques. Curva ABC.

ABSTRACT

In the pharmaceutical sector, the primary procedures are correlated with the management of purchases and inventory of items, as they are the biggest levers of costs and expenses for a company. In this regard, purchase, storage and sale, which is the main factor in generating revenue and profitability in a company, must be managed more efficiently, since demand and demand for products and competition cause instability in these sectors, in this sense the tool ABC Curve, emerges as a necessary instrument to face such problems, with the intention of helping to minimize the losses in the organizations. Therefore, the main objective of the present research was to investigate which are the products that can offer a greater margin of contribution to the company in the pharmaceutical sector, with applicability based as an aid mechanism in the purchasing sector in the maintenance of the organization. The path of resources used for the context of the methodology of the work was the bibliographical research and case study, where the branch and its item sales billing and scope of specific groups were identified to measure the data within the Curve. In summary, it is concluded that the present research reached the proposed objectives with the applicability of cost reduction and with indices that identify progress and financial return in the form of the management tool.

Keywords: Purchasing Sector. Inventory Management. ABC Curve.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 Definição de cada etapa da Curva ABC.....	25
Figura 2. Gráfico Curva ABC.....	26
Gráfico 1. Grupo Conveniência	31
Gráfico 2. Genéricos.....	32
Gráfico 3. Perfumaria	33
Gráfico 4. Propagado	34
Gráfico 5. Similar Bonificado.....	35
Gráfico 6. Suplementos Alimentares.....	36
Gráfico 7. Varejo.....	37

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Posição do Estoque pela Curva ABC. 29

Tabela 2. Faturamento Médio..... 30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 Setor de Compras	15
2.1.2 Logística Farmacêutica.....	17
2.1.3 Abastecimento de medicamentos.....	18
2.1.4 Armazenamento de medicamentos	19
2.2 GESTÃO DE ESTOQUES	20
2.2.1 Indicadores de Gestão de Estoques.....	21
2.2.2 Curva ABC.....	23
2.2.3 A aplicação da curva ABC	24
2.2.4 Vantagens da Curva ABC.....	27
3 METODOLOGIA.....	29
3.1 Classificação dos tipos de pesquisa	29
3.2 Abordagem da Pesquisa	30
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
4. 1 Realização do faturamento por setores.....	31
5 CONCLUSÃO.....	41
REFERÊNCIAS	42
ANEXOS	45

1 INTRODUÇÃO

O setor farmacêutico é um mercado em ascensão, e a cada dia tem se tornado competitivo, contudo a logística e gestão de produtos e itens está presente no cenário atual das empresas de grande, médio e pequeno porte, como o setor tem consolidado os níveis de concorrência consideravelmente, o uso de ferramentas que contribuem para uma gestão mais eficiente é um recurso essencial para garantir o sucesso das organizações, em termos de lucratividade, diminuição de prejuízos e compras mais inteligentes para o setor (MENCATO, 2016).

No contexto da atualidade as empresas estão vivenciando mudanças substanciais em níveis de organização, tendências, e até mesmo viabilidade de processos internos e externos, tudo pode envolver o grau de confiabilidade, praticidade e comodidade, proporcionado pela proposta de atendimento, disponibilidade de itens e vendas.

Entretanto, o processo de vendas de itens, não está atrelado apenas a ramificação de medicamentos, o mercado está mais interativo e buscando soluções imediatas para o cliente. A ferramenta de gestão curva ABC nesse novo cenário é de extrema importância, pois mensura a gestão no processo de compra e aquisição dos mais variados itens na composição da organização e estruturação do estoque para a obtenção de capital de giro (OLIVEIRA, 2018).

Existem fases nos processos de suprimentos, que envolvem desde a compra, estocagem e venda do produto, no caminho da logística das empresas a busca por melhores recursos para a gestão estratégica no mercado gera a disponibilidade na demanda por determinado produto, e de certa forma o ponto crucial nessa situação é tentar manter um estoque que atenda às necessidades da clientela, em consonância com a quantidade mínima exigida (ANDRADE, 2015).

A eficiência em gerir produtos é algo necessário em todas as organizações, sendo a garantia de sustentação de custos menores e lucros maiores. Além disso, é perceptível o controle de compras, evitando um possível desperdício.

Nota-se que a gestão de suprimentos requer uma certa atenção, pois denota uma das principais vantagens em relação ao mercado competitivo, ampliando assim os resultados em relação à rentabilidade na dinâmica de melhorias e diminuição de prejuízos.

O setor de compras é um dos principais responsáveis pela implementação de metas estratégicas dentro de organizações que viabilizam produtos a clientela, responsável por identificar tomada de decisões necessárias no parâmetro de competitividade.

A aplicação da viabilidade da Curva ABC para gerir itens e manter a empresa no rol de competição, dentro de um mercado que passa por mudanças de tendências constantemente é a base de alicerce da presente pesquisa.

O presente trabalho, justifica-se com viés na estratégia de mercado utilizada pelo setor de compras, que é a curva ABC. A organização vem aplicando esta ferramenta para melhorar o setor de compras, com o objetivo de investigar quais são os produtos que podem oferecer maior margem de contribuição para a empresa no ramo farmacêutico, sendo assim, é necessário fazer um diagnóstico e elaborar um planejamento baseando-se no estoque e levantando dados reais da curva. A necessidade da sua aplicabilidade está alicerçada na forma como esta ferramenta vai auxiliar o setor de compras na manutenção da organização no setor farmacêutico. Identificando através da aplicação do método curva ABC os pontos que precisam ser melhorados no setor de compras da organização, nas especificações para um diagnóstico do estoque mais viável para a empresa, elaborando um planejamento considerando os produtos de maior e menor rotatividade, e assim criar uma base de dados consistente mensal para otimizar os pontos fortes e fracos dentro da gestão empresarial.

Portanto, o trabalho alicerçado em avaliar a implementação da curva ABC como estratégia dentro das organizações, proporcionará a busca para a fonte de futuras pesquisas, para a caracterização da problemática, gerando juízo de valor para as futuras pesquisas sobre o referido tema.

No capítulo 2 do trabalho será abordado o setor de compras bem como sua logística, armazenagem e abastecimento de medicamentos e a gestão de estoques, e a curva ABC, com sua aplicabilidade e suas vantagens. No capítulo 3, os métodos e recursos para obtenção dos objetivos. No capítulo 4, os resultados em torno dos 7 grupos avaliados no ramo farmacêutico. No Capítulo 5, a conclusão e por fim as referências e anexos e apêndices.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Setor de Compras

No cenário atual o departamento de compras não é mais visto apenas como um redutor de custos, tornou-se um importante aliado para tomada de decisões eficientes, agregando valor dentro da organização com a finalidade de saber o que se deve priorizar e como método de gerenciamento dentro das organizações. Desse modo, o setor de compras vem ganhando espaço dentro das empresas que visam não apenas comprar, mas sim obter o maior número de resultados no final de cada negociação. Saber fazer uma compra assertiva, além de gerar inúmeros benefícios para a organização, determina a permanência da empresa no mercado.

Para Gaither e Frazier (2002), o setor de compras tem uma função primordial na execução dos objetivos estratégicos da empresa, uma vez que afeta diretamente a entrega dos produtos e serviços. No mercado competitivo atual, com uma gama de facilidades e opções, alicerçados pelo avanço tecnológico, uma negociação sem programação pré-estabelecida e cumprida, pode acarretar na perda total da venda. Com todo esse aporte tecnológico o procedimento de compras passa a ser mais complexo, pois toda negociação depende de um grau de eficiência satisfatório para quaisquer que sejam às organizações, visto que o principal objetivo desta é o aumento de suas receitas.

Segundo Dias (2010), a atividade nesse setor gera um benefício de extrema importância dentro das organizações, uma vez que reduzir custos está entre um dos objetivos a serem atingidos, nesse panorama de gestão de compras, cabe ao gestor identificar as principais potencialidades desde da pré-venda a pós-venda, pois o relacionamento interno e externo gera impactos na gestão de recursos.

Na vertente atual conjecturada pelos recursos disponíveis dentro de uma organização, a compra é fator primordial e até mesmo estratégico para que a empresa delimite a sua situação lucrativa, tornando-o uma regra a ser seguida e executada.

A gestão de compras é um processo fundamental para o sucesso de qualquer organização, mas seu principal objetivo é manter a competitividade e a permanência no mercado de uma empresa de determinado setor, essa logística tende a influenciar na produção de recursos necessários, dentro do processo de movimentação de compras cada atividade torna-se essencial de modo que envolve desde a saída do produto até a chegada no estoque, onde é armazenado para a venda (MENCATO, 2016).

Quando se fala em compras é necessário observar que este setor está diretamente atrelado aos custos da organização, tendo em vista que se exige um procedimento onde deve ocorrer um direcionamento correto na forma de abordagem da estratégia para gerir as compras (NOGUEIRA, 2012).

É primordial verificar se as atividades de compras estão dentro dos parâmetros de eficiência, pois planejar requer uma conscientização a qual os recursos são as metas que definidas podem ocasionar um grau de excelência nos requisitos das futuras aquisições, logo o que define a melhor estratégia é a saída de determinado produto e o quão este é vendável entre os clientes.

A definição de compras não é simplesmente a aquisição de determinado produto, vai muito além, requer obter um estoque ou regulamentar quantidades, envolve um grau de sensatez na hora de efetuar uma compra, observar a oferta e a procura do produto, nas atuais organizações existe uma busca constante pela mitigação de falhas nesse processo, uma vez que os clientes estão sempre com demandas às quais devem ser atendidas, a regra do mercado é sempre o cliente tem razão, dessa maneira é imprescindível, buscar soluções inteligentes no rol de compras (MEDANHA, 2018).

Dentro da perspectiva da realidade das empresas, nota-se que o excesso ou a falta de algum produto, pode ocasionar prejuízos e insatisfação dos clientes, outro fator que afeta diretamente às organizações são os mecanismos de escolhas de fornecedores, para isso uma série de requisitos devem ser prioritários, dentre eles estão: preço e qualidade e prazo de entrega (OLIVEIRA, 2018).

Então, faz-se necessário buscar por fornecedores que atendam às necessidades e exigências propostas pelo gestor, pois a negociação é uma forma de obtenção de redução de custos e aumento de lucratividade para a organização, o poder de barganhar é algo de extrema importância (SUSKI, KURTI, 2018).

O principal objetivo do poder de negociação está no desenrolar do grau de satisfação e da obtenção dos melhores resultados, nesse contexto, tudo deve ser levado em consideração, principalmente a otimização do custo benefício.

Vale ressaltar que toda e qualquer organização segue um roteiro baseado em qual o tipo de produto a ser oferecido e de que maneira este pode estabelecer as vertentes da satisfação, de modo que cada setor, tem uma forma de analisar, os produtos e estabelecer uma relação dentro das expectativas dos clientes.

A compra não é uma mera obtenção de um determinado produto, é também providenciar o crescimento e o funcionamento da organização, seja ela uma prestadora de serviço, comércio ou de qualquer natureza. De acordo com Dias e Costa (2012), o setor de compras tem como objetivo obter bens ou serviços, na qualidade esperada, no momento certo, com preços acessíveis que contribuam para a satisfação de ambas às partes. Para uma maior apreciação sobre o assunto os autores detalham melhor cada tópico:

- **Qualidade esperada:** o produto deve chegar da mesma como foi pedida, e não com outra, apenas para que haja uma economia na empresa
- **No momento certo:** muitos produtos, se não são expostos à disposição dos clientes nas datas previstas, talvez nem sejam mais interessantes, poderão assim trazer prejuízos à empresa.
- **Pelo menor preço possível:** primeiro o produto que está sendo adquirido deve responder os dois quesitos anteriores, e aí sim, ser verificado o menor preço, mas também se faz necessário considerar fatores como impostos, fretes, embalagens, etc.;
- **Na quantidade esperada:** os autores abordam a quantidade pedida, como atender integralmente a quantidade requisitada consideram que se esta não for entregue por inteiro o processo não estará terminado.

Saber comprar permite atender o maior nível possível de serviços ao cliente, desta forma, atingirá o maior número de vendas. Mas, para isso é necessário que o setor de compras não funcione isoladamente, porque nenhuma empresa funciona sozinha, e se torna indispensável o uso de ferramentas para está auxiliando na busca de melhores resultados (OLIVEIRA, 2018).

2.1.2 Logística Farmacêutica

A logística envolve uma cadeia de serviços que são estruturados desde da saída dos produtos do setor de fornecimento, até o cliente final, diante desse processo o abastecimento de um medicamento gera um mecanismo de planejamento.

O processo que envolve a logística de qualquer ramo empresarial está atrelado à entrada e saída de mercadorias com a principal finalidade de atender às demandas dos

clientes. Sob este aspecto, gerenciar o corpo físico da empresa envolve praticidade e qualidade no serviço a ser prestado.

Logística empresarial trata de todas as atividades de movimentação e armazenagem, que facilitam o fluxo de produtos desde o ponto de aquisição da matéria prima, até o ponto de consumo final, assim como dos fluxos de informação que colocam os produtos em movimentos, com o propósito de providenciar níveis de serviço adequados aos clientes a um custo razoável (BALLOU, 2010).

Dentro da capacidade de produtos e serviços que a empresa oferece a demanda é fator primordial, uma vez que à medida que o cliente necessita de algum produto, o controle logístico com a capacidade de controle vai gerir os produtos para que além da satisfação a empresa atinja também um nível de lucratividade.

2.1.3 Abastecimento de medicamentos

As atividades de coletas de medicamentos estão correlacionadas com; recebimento, estoque e distribuição, quando se fala em gerir estoques deve-se manter uma conduta ética padrão dentro dos patamares de conferência, onde normas são inspecionadas e viabilizadas pelas boas condutas, também é necessário observar o lançamento correto das notas, para armazenar dados para consultas futuras, quando se tem um centro de coleta de medicamentos, funcionando como um ponto de distribuição, faz-se indispensável, atender todas às demandas de todos os setores, fazendo com que a coleta seja feita de forma eficiente com regras de registros.

A gestão no ramo farmacêutico, relaciona a quantidade de medicamentos, observando os prazos de validade, e sempre fazendo ajustes de verificação para a preservação do medicamento para que este seja vendido em tempo hábil e que não ultrapasse a data de validade, gerando rentabilidade para o setor (MENCATO, 2016).

Outra característica que auxilia para o controle de estoques é a flexibilidade em geri-los de forma estratégica, sempre atualizando relatórios com às quantidades, compondo uma logística de qualidade, tendo em vista que o mercado sempre está trazendo um rol de novos laboratórios, possibilitando assim ao usuário a troca deste em detrimento de outro, neste sentido a curva auxilia na gestão de compras de acordo com os relatórios dos estoques, em prol de atender às demandas de ofertas do mercado.

Isso é um mecanismo que as empresas sempre consideram de extrema importância, em face de uma ampla concorrência no setor, e um rol de opções que se encontram para fomentar o mercado.

2.1.4 Armazenamento de medicamentos

Dentro do processo de condução de armazenagem de medicamentos a logística pode vir a se um ponto fraco, uma vez que esse mecanismo tem o objetivo de observar como o produto é utilizado atendendo demandas e qual a oferta do mesmo no ramo, uma vez que estratégica, a compra e venda é fator determinante para atender demandas, e a existência de variáveis pode influenciar diretamente o armazenamento desses medicamentos (OLIVEIRA, 2018).

É muito peculiar a forma de armazenagem dos medicamentos, já que essas características influenciam diretamente na segurança para a manutenção do uso e de maneira que este seja um produto seguro com a finalidade de garantia e qualidade no processo de compras e estocagem.

O armazenamento e a distribuição são etapas do ciclo da Assistência Farmacêutica que visam, como finalidades precípua, a assegurar a qualidade dos medicamentos através de condições adequadas de armazenamento e de controle de estoque eficaz, bom como garantir a disponibilidade dos medicamentos em todos os locais de atendimento ao usuário (MARIN, 2003, p. 197).

Planejar de forma eficiente, tanto às compras, quanto aos estoques, contribui para a logística do setor, bem como, para a qualidade do atendimento ao que o cliente deseja, tendo como principal fator a redução de gastos e conseqüentemente perdas, colaborando para o cumprimento de metas em relação ao cliente que compra medicamentos.

A viabilidade de um medicamento é um procedimento essencial, tanto nas compras, quanto na armazenagem, tendo em vista que se a logística, falha desde do início, compromete todo o processo que a envolve, possibilitando a falta de medicamentos e assim, prejudicando a capacidade de faturamento de uma empresa (MEDANHA, 2018).

No ramo farmacêutico, a armazenagem caracteriza um controle, onde se avalia o prazo de validade do produto, além de possibilitar um equilíbrio entre organização e suprimentos dos medicamentos que mais saem.

A existência de órgãos que certificam os critérios e a política de armazenagem, observam desde o recebimento do medicamento, conferência, verificando se o produto que foi comprado é o mesmo que está sendo recebido. O processo é avaliado na

conferência de notas fiscais, tudo é inspecionado, condições de embalagens, rótulos, data de validade, estado e registros, nessa etapa tudo é importante para um controle mais específico.

A próxima etapa se resume ao seguimento para estocagem, onde existe a possibilidade de manter o medicamento seguro, com isso tendo sua preservação, no que diz respeito a forma de acomodá-los, principalmente onde seu manejo seja de fácil acesso, facilitando a verificação dos que possibilitam mais saídas e entradas, é importante que os medicamentos não fiquem em contato com o chão, alguns devem ser mantidos em condições especiais, mesmo porque o fabricante exige recomendações (PONTES, 2013).

Para uma conservação mais eficaz, o medicamento deve ser mantido em estabilidade física e química, de acordo com às recomendações do fabricante, gerando uma praticidade nos estoques, pois à medida que a vida útil do medicamento é preservada obedecendo essas etapas, possibilita uma diminuição de custos e reduz às perdas dentro da indústria farmacêutica.

2.2 GESTÃO DE ESTOQUES

O ramo farmacêutico apresenta uma grande dificuldade de gerir seus estoques, em face de um problema chamado desabastecimento, pois não tem uma disciplina na gestão dos mesmos, tanto a compra quanto o estoque têm a finalidade base de atender demandas de acordo com a necessidade do cliente.

Nos diversos segmentos empresariais, os estoques são as molas que impulsionam a logística de acúmulo de materiais e suprimentos, com a composição que incentiva a lucratividade do setor (MEDANHA, 2018).

Deve existir sempre, um equilíbrio entre compra e estoque, saída e entrada, são estes padrões que mantem um processo de armazenamento seguro e eficaz nas organizações, porém a grande dificuldade encontrada hoje em qualquer segmento é sem dúvida gerenciar o consumo dos produtos e mensurar a melhor maneira de gerir os mesmos (SUSKI, KURTI, 2018).

O objetivo de um gestor de estoque é garantir a qualidade do produto a ser consumido, mantendo a classificação da demanda cliente e produto, identificando às principais falhas e perdas e os possíveis produtos indisponíveis para o consumo, verificando sempre prazos de validade, local de armazenamento, e todos os tipos de recursos envolvidos no processo.

A gestão informatizada é um aporte de grande valia nas organizações, pois é impossível ter um controle específico em torno das compras, demandas, ofertas e estoques, sem o uso de ferramentas que auxiliem tal procedimento.

As ferramentas são importantes na gestão por uma necessidade de manutenção no uso adequado de produtos e serviços para manter a qualidade do tipo de serviço oferecido ao cliente. Mediante uma avaliação criteriosa, enxerga-se a essencialidade na hora da compra do produto, indisponibilidade no estoque, rotatividade, valor e quantidade que dever ser preservada em estoque, sempre deve-se atentar para balanços periódicos, amenizando os grandes problemas que são produtos inacessíveis, avariados, ou com data de validade esgotada (OLIVEIRA, 2018).

Vale ressaltar, que a gestão está relacionada diretamente a prevenção de perdas de produtos que se encontram com o vencimento fora do prazo, possibilitar o zelo pela conduta de verificação, eximindo-se de cometer faltas e excessos na hora da compra, conservar uma quantidade de produtos que atendam a demanda dos clientes, bem como observar e monitorar a quantidade de produtos nos estoques.

- Indicadores de Gestão de Estoques

Os indicadores de estoques são propícios para que o lucro das empresas seja gerido. Uma vez que é imprescindível saber como esses números podem afetar diretamente o mercado, pois, os clientes compram produtos, e a empresa necessita saber quais os mais vendáveis e quais os que não tem tanta procura, o estoque é basicamente a segurança para a rentabilidade da empresa (NOGUEIRA, 2012).

Dentro das organizações farmacêuticas, existe um processo avaliativo quando é realizada a aquisição de medicamentos, tendo em vista que esse procedimento afeta diretamente o custo, para assim produzir a satisfação de rentabilidade.

O processo de indicadores em todo e qualquer setor, é de extrema importância, isso se deve ao fato de que estes geram a uniformidade do processo, cada etapa está diretamente associada a uma fase de avaliação, que tem início no estoque médio, o que esse estoque proporciona de saída, conforme o que satisfaça o cliente, apoiado pelo indicador de consumo médio mensal, este, por sua vez, indica a quantidade baixa de mercadorias, quando a empresa quer obter um consumo médio pode ser até seis meses ou mais (MENCATO, 2016).

Existe um indicador de avaliação chamado de estoque médio, geralmente é baseado pela média aritmética no estoque de base da organização, mensurado através

da média de consumo, levando em consideração dois estoques o mínimo e o máximo, quando se fala de estoque mínimo é quantitativo, pois é a segurança dos produtos, em questão de falta dos mesmos, ou até mesmo falta de materiais (FIIRST, 2016).

Um estoque máximo que é gerido pelo estoque mínimo é a última aquisição de lote de suprimentos, dentro desse estoque leva-se em consideração ainda, armazenagem e o que é vendido, para que não ocorra prejuízos nos estoques. A expressão do Estoque médio pode ser mensurada por:

$$\textit{Estoque Médio (EM)} = \frac{\textit{Estoque inicial} + \textit{Estoque final}}{2}$$

Para Muris (2014). O estoque pode ser determinado pela capacidade de giro que ele proporciona anualmente em determinado setor, dependendo da capacidade de rotatividade do estoque, pode-se avaliar duas questões importantes: sua reposição e seu desempenho de vendas, Da seguinte maneira:

$$\textit{Giro de estoque} = \frac{\textit{Demanda média em determinado período}}{\textit{Estoque médio nesse período}}$$

A contagem do estoque tem um nome determinada de: Acurácia, nessa situação observa-se a quantidade do estoque que se encontra fisicamente e na base informacional, apresentando com clareza a proximidade de informações, segundo a expressão:

$$\textit{Acurácia} = \frac{\textit{Número de itens corretos}}{\textit{Total de itens contados}} \times 100$$

Na finalização do processo de análise, existe uma conformidade avaliativa de produtos vendidos, que vai unificar duas informações: distribuição e atendimentos, seria a unificação de processos por um tempo determinado:

$$\textit{Conformidade do atendimento} = \frac{\textit{Pedidos não conformes}}{\textit{Total de pedidos}} \times 100$$

- Curva ABC

A Curva ABC, é um método criado por Vilfredo Pareto no final do século XIX, economista, sociólogo e engenheiro italiano. O intuito da criação desta ferramenta foi tomado, através dos estudos estatísticos sobre a distribuição de renda e de riqueza de pessoas de vários países (VAGO et al., 2013; SANTOS; ALVES; MORAIS, 2008; OLIVEIRA, 2011).

Conhecida como Curva ABC ou Lei de Pareto, tendo êxito de aceitação pela área de administração, pelo seu alto nível de contribuição nas tomadas de decisões que abrangem um grande número de dados. De acordo com Vago et al. (2013), “a General Electric fez uma adequação no princípio de Pareto à administração de materiais, que foi intitulada curva ABC”. A autora reitera, explicando que este instrumento permite diferenciar itens que precisam de um cuidado e atenção adequado em sua gestão”.

Percebe-se, que esta ferramenta tem um controle no que diz respeito aos estoques das organizações. A curva ABC é um método eficaz, pois ela consegue mensurar o movimento e distribuir para o gerenciador as operações feitas no dia a dia (SANTOS; ALVES; MORAIS, 2008). Tais autores também apontam que este método é de suma importância para a negociação com fornecedores, na diminuição dos preços e para a análise dos produtos armazenados.

De acordo com Oliveira (2011), acerca da Curva ABC, salienta que “para a administração de estoques, o administrador a usa como um critério que informa sobre a demanda na compra de produtos como: mercadorias essenciais para o controle do estoque”. Ao analisar dados fornecidos pela ferramenta, poderá definir os métodos financeiros a serem empregados na compra do estoque.

- A aplicação da curva ABC

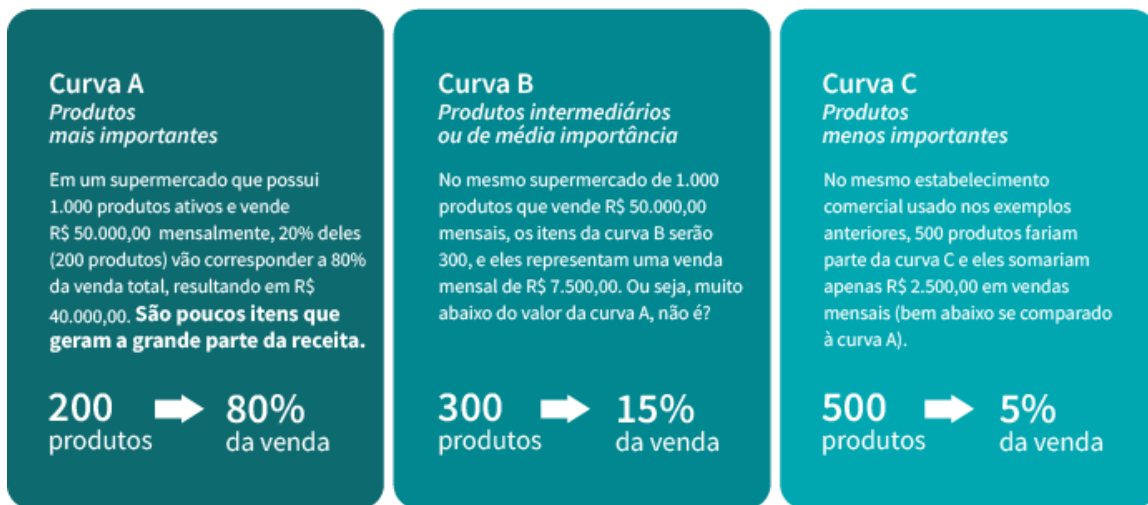
Para Dias (1995) e Oliveira (2011) identificam que na análise da Curva ABC, os itens de estoque são separados em três grupos, de acordo com o valor de consumo anual, referindo-se às matérias primas e insumos, além de produtos que ainda estão na fase de processo ou de acordo com o valor de consumo anual. Tais valores são definidos a partir da multiplicação do custo ou preço unitário de cada produto por sua demanda ou consumo por ano. Os três grupos determinados pela análise, segundo Oliveira (2011), são as seguintes classes:

Classe A: Composta pelos produtos com maior importância, merecem que a gestão dedique uma atenção especial. Em uma classificação ABC específica, 20% dos produtos devem estar nesta Classe, sendo que representam 80% do faturamento ou de demanda anual;

Classe B: Esta classe é formada por produtos de importância intermediária se comparados com os da Classe A e Classe C. Em uma classificação ABC, os produtos desta classe devem corresponder a 30% do total e 15% do valor de consumo ou de demanda anual;

Classe C: Constituída por produtos menos importantes, pelas quais a administração pode dispor uma menor atenção. Na classificação ABC típica, os produtos desta classe devem representar 50% dos produtos e 5% do valor de consumo ou de demanda por ano.

Figura 1- Definição de cada etapa da Curva ABC



Fonte: <https://www.umov.me/curva-abc-um-guia-completo-sobre/>, 2020

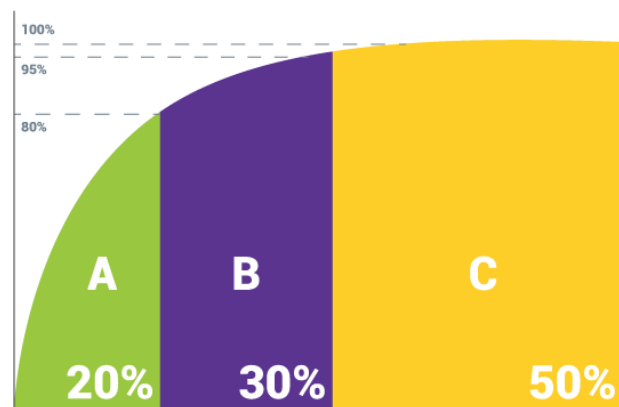
As definições de cada etapa permitem avaliar o mercado dos produtos, evidenciando a lucratividade da empresa, nota-se que a curva A tem uma significância maior no rol de produtos, uma vez que poucas unidades geram uma receita que corresponde a 80% da venda, já a curva B e a C representam produtos intermediários e menos importantes mediante à demanda das organizações, embora não atinjam o mesmo percentual da curva A, tem relevância para o atendimento do cliente nas questões que envolvem a questão preço, muitos produtos que fazem parte das duas curvas, podem servir de atração para a compra do produto da curva A.

No processo de avaliação de estoques e produtos dentro de uma organização, deve-se ter noção de quais produtos não podem faltar e o estoque necessário para atender demandas, pois geralmente constitui fator de risco deixar a desejar no setor farmacêutico, uma vez que este vem crescendo consideravelmente e se consolidando na ampla concorrência, portanto, a gestão é algo que deve estar em evidência nesse mercado, gerir estoque na prática é verificar a essencialidade dos produtos e auxiliar práticas para que o gerenciamento pratique uma base de valor.

Oliveira (2011), descreve que, geralmente, a aplicação do método Curva ABC é delineada pelo valor de demanda ou consumo anual, todavia, esta é apenas uma das maneiras de considerar esta análise. Outros critérios interferem na classificação de relevância de um produto, tais como as mudanças dos processos de engenharia, os cuidados adequados para a estocagem e os custos de falta de material nos estoques.

Segundo Pontes (2013), a Curva ABC é responsável pela avaliação dos itens que merecem uma atenção detalhada, mesmo porque alguns produtos podem ter uma considerável quantidade em estoque, e não representar uma lucratividade ou retorno financeiro, enquanto que outros tem uma quantidade irrisória e representam um retorno financeiro maior dentro da escala de oferta e procura, tal ferramenta é de fácil auxílio para um controle mais específico dentro das organizações. A figura 2 demonstra a quantidade de produtos ideal, e qual é a representatividade em percentual em cada uma das classes. Na classe A, a quantidade seria de aproximadamente 20% de produtos com um percentual de faturamento de 80%, na classe B 30% de produtos com um percentual de faturamento 15%, e na C 50% de produtos com o percentual de 5%.

Figura 2. Gráfico Curva ABC



Fonte: <https://www.umov.me/curva-abc-um-guia-completo-sobre/>, 2020

Nota-se que a curva apresenta uma aplicabilidade de identificação de itens para que estes, sejam gerenciados, e inicialmente teve sua aplicação por uma empresa de materiais elétricos, que a adaptou para os recursos de materiais. Conforme afirma Medanha (2018), a curva tem sido fundamental na gestão de estoques, principalmente para definir prioridades e estabelecer políticas que viabilizam às questões de compras e redução de prejuízos dentro das organizações.

A curva ABC é uma fonte que serve para diversas áreas do conhecimento, e sua aplicação determina tomada de decisões.

Importante instrumento de gerenciamento de estoques, portanto grande ferramenta de apoio na gestão dentro dos diversos setores da economia, observou-se a aplicação em uma empresa de peças automotivas, na empresa Barros Auto Peças, o principal objetivo é contribuir para a sobrevivência e lucratividade dentro das organizações. Nesse aspecto identificou-se alguns itens que precisavam de uma atenção maior, pois a representatividade destes pode acarretar numa rentabilidade e aumento de faturamento, isso satisfaz o auxílio das decisões na hora da escolha dos estoques (FIIRST, 2016).

A avaliação de controle em empresas de médio e pequeno porte, pode avaliar uma rotatividade dos produtos que mais geram lucros, nessa situação o supermercado é um tipo específico que por possuir grande quantidade de produtos, acarreta uma demanda de produtos em excesso, provocando custos e possíveis prejuízos, pois é necessário que o local para armazenar esses produtos sejam propícios e gera despesas e isso onera os recursos para mantê-los (MEDANHA, 2018).

O principal foco é evidenciar os produtos na gestão de estoques pelo seu grau de importância. Isso permite que as informações sobre os produtos sejam avaliadas em tempo real, isso contribui para a verificação da quantidade de produtos com grande relevância para o mercado, como exemplo se pode citar os produtos da curva A, são produtos que possuem uma rotatividade grande no mercado, logo deve-se atentar para que o mesmo não venha a faltar no setor, em relação a classe C a atenção é para que não existam produtos em excesso, uma vez que isso pode gerar custos para o armazenamento (SUSKI, KURTI, 2018).

Aguiar, Oliveira e Cervi (2017), a utilização da curva foi feita em uma empresa, de instalação de pontos de venda, tendo como observação a gestão dos estoques, nesse período de classificação as reduções de custos foram verificadas, atingindo o lucro para possibilitar uma linha de produtos diferenciados.

Mencato (2016) compara a curva ABC, como uma fonte estratégica no setor de compras, na identificação dos itens mais com situação crítica em relação ao volume de vendas, contribuído assim, para a redução de custos, com o principal objetivo de construir um planejamento que avalie riscos e ganhos dentro dos setores, otimizando todos os recursos disponíveis para melhorar os lucros das organizações.

- Vantagens da Curva ABC

Dentre as vantagens que a Curva proporciona nas empresas e organizações, estão: estoques que condizem com a realidade, a proporção de rentabilidade de acordo com a análise, pode-se mensurar produtos que devem ser comprados com uma frequência e a quantidade proporcional da demanda dos mesmos.

Nesse sentido, avalia-se como a demanda pode ser viabilizada, uma vez que flexibilidade em relação aos pedidos, ficarão mais suscetíveis de atendimento.

Um fator preocupante principalmente no ramo farmacêutico é a questão de desperdícios e vencimentos, quando a compra destes ultrapassa o ritmo de vendas, e neste sentido o produto vence na prateleira, o mesmo ocasiona perda, ou seja, prejuízo para a empresa, ademais se existe a possibilidade de redução de perdas, a gestão reduz o desperdício de capital, reduz o prejuízo, pois no ramo, produto vencido não tem retorno financeiro, Diante disso, percebemos que o uso da ferramenta da Curva ABC é de grande relevância, pois, a sua aplicação permite a diminuição de possíveis prejuízos dentro das organizações.

Investir é basicamente a alma de qualquer setor empresarial, desta maneira, a curva proporciona que estes sejam aplicados de forma inteligente, já que a base de informações que esta ferramenta proporciona é a identificação dos produtos, e o tempo hábil que a tomada de decisão da compra deve ser executada, para que o capital de giro seja administrado de maneira inteligente com iminência de retorno rápido.

Um ponto crucial para o setor em meio a ampla concorrência está relacionado ao aumento da lucratividade, sabe-se que a curva mensura os itens, conforme o grau de lucros que os mesmos podem proporcionar para as organizações, então se a compra é executada de forma mais assertiva, com certeza a lucratividade no setor será notória.

Algo que tem sido visto como uma grande vantagem da curva, também está ligada ao marketing dos produtos, geralmente a forma como os produtos são apresentados nas campanhas que os divulgam de forma personalizada para cada gosto e demanda dos clientes, provocando assim, considerável aumento nas forças impulsionadoras de promoções, isso promove a venda do produto.

Então, a curva auxilia na questão avaliativa de tendências e gostos, e no que tange o marketing, oferecer produtos destinados a uma classe que realmente tem a finalidade da compra do referido produto é de extrema importância.

Dessa forma os efeitos serão positivos, uma vez que o método pode segmentar os clientes, planejando assim uma forma mais assertiva para comprar produtos com giro.

3 METODOLOGIA

A metodologia refere-se pela validade do caminho escolhido para chegar ao fim proposto. Desta forma, este método estuda e define os melhores caminhos a serem utilizados para se chegar aos resultados da investigação científica (Gil, 2006). No primeiro momento foi feito o levantamento de dados, através de bibliografias e temas relacionados ao trabalho. Cruz e Ribeiro (2003, p.11) fala da importância de todas as áreas de pesquisa, independente da sua classificação. Ao passo que o levantamento bibliográfico fora realizado para fundamentação teórica, seguido da produção de perguntas para respostas nos moldes de entrevista, logo após, a classificação e mensuração de dados, através do estudo de caso no setor farmacêutico de Açailândia, com verificação e rol de dados em forma de gráficos.

3.1 Classificação dos tipos de pesquisa

Quanto aos objetivos trata-se de uma pesquisa descritiva e explicativa. Para Gil (2006), A pesquisa descritiva tem por objetivo descrever as características de uma população, de um fenômeno ou de uma experiência. Esse tipo de pesquisa estabelece relação entre as variáveis no objeto de estudo analisado. Já a pesquisa explicativa, trata-se por explicar a razão, o porquê dos fenômenos, uma vez que aprofunda o conhecimento de uma dada realidade.

Quanto aos procedimentos técnicos trata-se de uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Para Alyrio (2009), a pesquisa bibliográfica é o passo inicial na construção efetiva do processo de investigação. O autor colabora ainda, apresentando a definição de estudo de caso, sendo este o pesquisador dedica-se ao estudo intenso de situações do passado, que possam ser associadas a situações presentes, em relação a uma ou algumas unidades sociais.

Quanto a forma de abordagem do problema, refere-se a uma pesquisa qualitativa, que é utilizado nos casos em que se procura identificar quantitativamente o nível de conhecimento, as opiniões, impressões, hábitos, comportamentos (ALYRIO, 2009).

Para Marconi e Lakatos (2010, p.65), método é um conjunto de atividades sistemáticas e racionais, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo de conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador.

- Métodos de abordagem: Dedutivo, indutivo.
- Métodos de procedimento: Histórico, monográfico, comparativo.

3.2 Abordagem da Pesquisa

- O processo de abordagem da pesquisa tem cunho quantitativo e qualitativo.
- Quanto aos procedimentos: Estudo de Caso
- Coleta de dados: Entrevistas estruturadas com perguntas abertas e fechadas alinhadas a escala de Likert.
- Período da coleta: 22/09/2022.
- Aporte Teórico: Ballou (2010), Nogueira (2012), Pontes (2013), Mencato (2016), Medanha (2018), Oliveira (2018) e SUSKI, KURTI (2018).
- Universo e Amostra: Empresa do ramo farmacêutico em Açailândia-MA.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

As empresas do ramo farmacêutico detêm uma grande parcela de medicamentos, mas tem diversificado o ramo com diversos produtos, nessa situação a mesma forneceu um relatório do faturamento dos grupos e seus respectivos percentuais conforme a curva ABC, o gestor foi visitado in loco, tendo em vista a necessidade de avaliar quais as melhores práticas à quais se deve adotar para melhorar os estoques. Esta por sinal, já utiliza a ferramenta ABC como mecanismo de soluções inteligentes.

No dia 22/09/2022, o gestor foi entrevistado com o intuito de avaliar quais às reais dificuldades enfrentadas no mercado, segue roteiro em anexo., com realização de mensuração de dados via relatório fornecidos pelo mesmo.

Quando questionado sobre as principais dificuldades enfrentadas no ramo, o mesmo especificou que o ramo farmacêutico hoje, ampliou seus horizontes e nessa questão, um dos maiores desafios é a falta de produtos, e muitas vezes o excesso, os dois atrelados resultam em prejuízos.

4. 1 Realização do faturamento por setores

Esse levantamento tem por finalidade, obter resultados dos estoques dos setores para observação na curva. A tabela a seguir mostra a posição dos estoques pela Curva ABC da empresa.

Tabela 1. Posição do Estoque pela Curva ABC

GRUPO PRODUTOS	CURVA A	%	CURVA B	%	CURVA C	%
CONVENIÊNCIA	R\$ 18.690	46,59%	R\$ 9.616	23,97%	R\$ 5.559	13,86%
GENÉRICO	R\$ 77.134	46,33%	R\$ 39.391	23,66%	R\$ 29.018	17,43%
PERFUMARIA	R\$ 40.083	12,34%	R\$ 62.271	19,17%	R\$ 126.543	38,96%
PROPAGO	R\$ 99.283	23,35%	R\$ 137.955	32,30%	R\$ 120.279	28,17%
SIMILAR BONIFICADO	R\$ 59.980	58,16%	R\$ 20.601	19,98%	R\$ 16.970	16,45%
SUPLEMENTO ALIMENTARES	R\$ 27.740	37,18%	R\$ 22.266	29,84%	R\$ 14.276	19,13%
VAREJO	R\$ 12.762	25,67%	R\$ 9.595	19,30%	R\$ 10.471	21,07%
Total Geral	R\$ 335.672	28,30%	R\$ 301.695	25,44%	R\$ 323.116	27,25%
VOLUME IDEAL		20%		30%		50%
	-R\$ 96.187,60		-R\$ 69.167,75		R\$ 102.083,80	
	RUPTURA		RUPTURA		EXCESSO	

Segundo Bertaglia (2003). O nível de estoque é avaliado conforme os relatórios produzidos através dos inventários, de maneira que este visa avaliar o que tem fisicamente na empresa, e o que está registrado somente na contabilidade, para que o faturamento da empresa se aproxime do mais real possível, estes podem ser feitos com uma rotina permanente e periódica.

A curva ABC é uma ferramenta de grande importância em qualquer ramo, todavia no ramo farmacêutico, tem se tornado muito prática e útil para a gestão de estoques, nesse sentido verifica-se a quantidade necessária para ressuprimento da empresa. Outro grande aliado nas questões de lucro e prejuízo é o faturamento da empresa, para obter informações de lucratividade, a empresa forneceu os faturamentos de janeiro a junho do ano de 2022. A tabela 2, demonstra que a empresa está com um estoque ideal para atender sua demanda.

Tabela 2. Faturamento Médio

PERÍODO	VENDA	ESTOQUE MÉDIO	NÍVEL ESTOQUE
jan/22	R\$ 1.073.624	R\$ 1.229.962	1,15
fev/22	R\$ 777.080	R\$ 890.237	1,15
mar/22	R\$ 860.953	R\$ 986.323	1,15
abr/22	R\$ 943.342	R\$ 1.080.709	1,15
mai/22	R\$ 1.056.679	R\$ 1.210.549	1,15
jun/22	R\$ 1.035.187	R\$ 1.185.928	1,15

NOTAS

- 1 - NÍVEL DE ESTOQUE MENOR QUE 1 = RUPTURA
- 2 - NÍVEL DE ESTOQUE ENTRE 1 E 1,2 = ALERTA
- 3 - NÍVEL DE ESTOQUE ENTRE 1,3 E 1,5 = IDEAL
- 4 - NÍVEL DE ESTOQUE MAIOR QUE 1,5 = EXCESSO

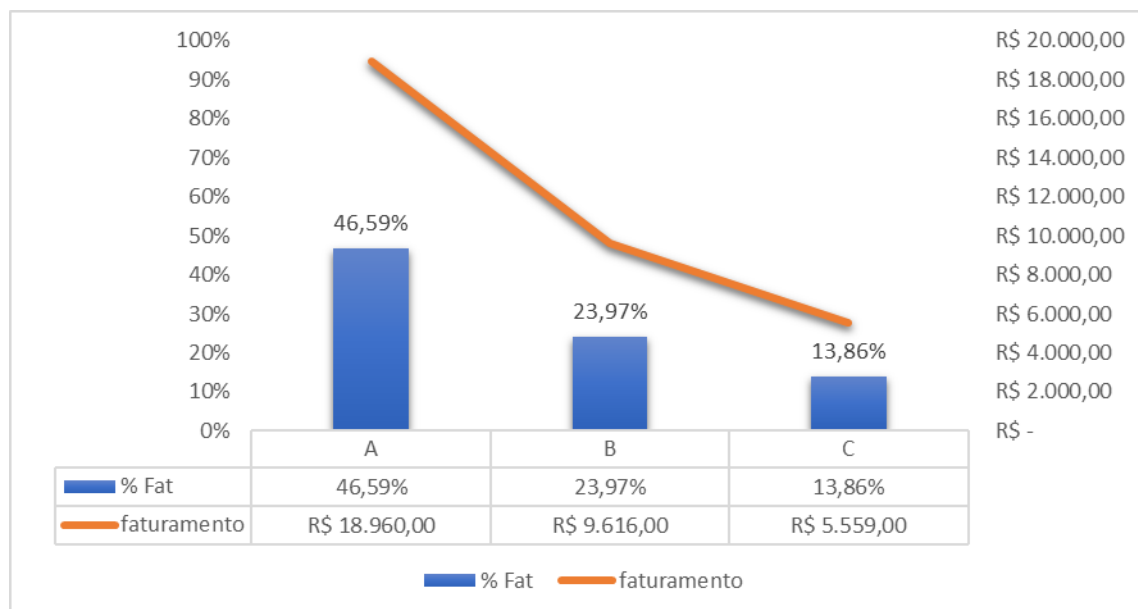
Fonte: Autora, 2022

Mediante esses dados elaborou-se a aplicação na curva ABC para que se chegasse a um resultado, visando melhorias no setor farmacêutico. Tendo o vista que o uso da ferramenta é de extrema importância para adequar o estoque, observar a necessidade da empresa, avaliar resultados lucro versus prejuízo.

A curva analisará 7 grupos específicos no rol do ramo farmacêutico, atribuindo a quantidade de produtos com intuito de obtenção de lucratividade, sendo estes: Conveniência, Genéricos, Perfumaria, Propagado, Similar Bonificado, Suplementos Alimentares e Varejo.

O gráfico 1 demonstra o grupo conveniência e seus respectivos percentuais em torno do faturamento, verifica-se que a curva A ultrapassou o percentual de estoque ideal, geralmente isso pode ocorrer devido a compra de produtos que não tem giro rápido no setor, outra situação pode ser identificado na variedade de itens desse grupo, isso pode ser correlacionado com a questões que envolvem gostos e tendências, muitos clientes, podem seguir tendências por divulgação de produtos, gerando uma defasagem dos produtos antigos, estes porventura ficam nas prateleiras, e até mesmo podem vencer, quando possuem prazo de validade, gerando para o setor um prejuízo. Os gostos também podem variar e intensificar a compra de outros produtos.

Gráfico 1. Grupo Conveniência



Fonte: Autora, 2022

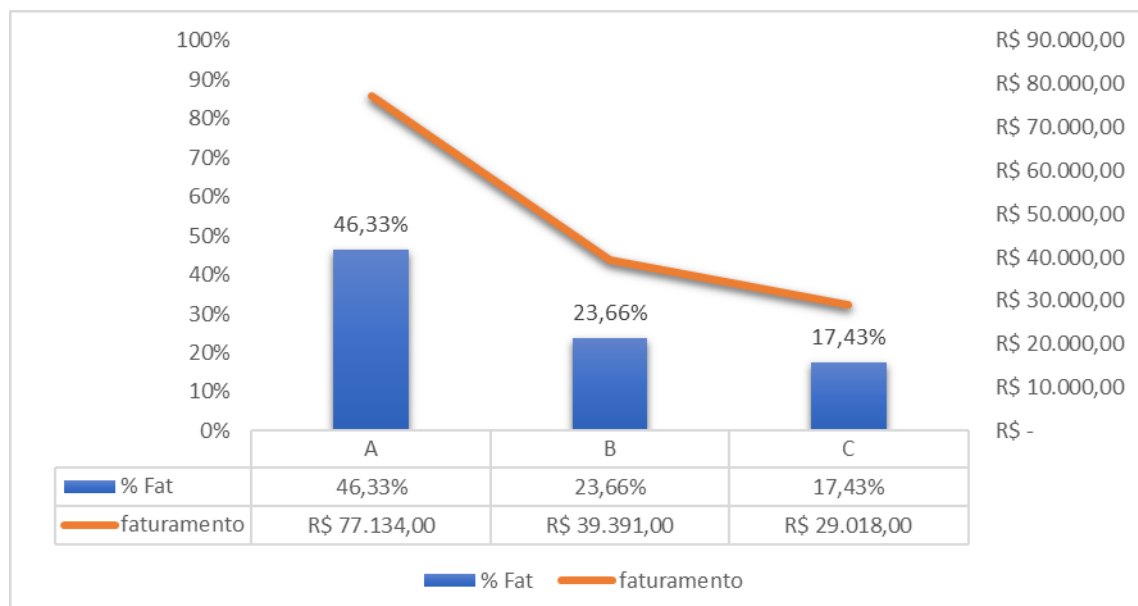
Observa-se que os produtos do referido setor não apresentam uma representatividade significativa dentro do padrão de lucratividade no ramo farmacêutico, e suas vendas não estão com uma margem relevante, cada classe está associada ao padrão de grau de importância no rol de produtos do ramo farmacêutico, nesse sentido a curva correspondente a Curva A, está relacionada aos produtos com grau de importância maior e correspondem a 80% do faturamento do setor, nota-se que a empresa obteve um faturamento correspondente a 46,59% de itens vendidos, tendo em vista que o poder de compra do mesmo é bem significativo, nesse caso o faturamento gera um lucro maior, embora a Curva B e C não superarem a expectativas pois ficaram respectivamente com 23,97% e 13,86%, fora da realidade da curva por itens vendidos.

O gráfico 2. Demonstra o quanto os produtos da classe A estão com um percentual bem equilibrado, de poder de compra na gestão da Curva ABC, embora ainda não configure o ideal para o setor. Na curva A, o percentual superou às expectativas, uma vez que representou 46,33% do faturamento da empresa, significativamente o lucro foi notório nesses produtos, na curva B 23,66% e na C 17,33%.

No uso de medicamentos, o capital de giro é maior, uma vez que os medicamentos apresentam um custo menor do fabricante com composição química original, algumas divergências quanto a sua posologia ainda não se confirmam, porém o farmacêutico, afirma que a fórmula do medicamento é a mesma, eventualmente isso pode prejudicar a venda, por outro lado, o cliente atual está em busca de preços mais acessíveis, o preço do medicamento é algo que influencia na venda do mesmo.

Pode-se observar um equilíbrio na gestão de compras desse grupo, uma vez que a rotatividade do mesmo é intensa no ramo farmacêutico, muitos clientes optam por comprar medicamentos genéricos, e o preço sem dúvida é o principal fator que influencia essa compra.

Gráfico 2. Genéricos



Fonte: Autora,2022

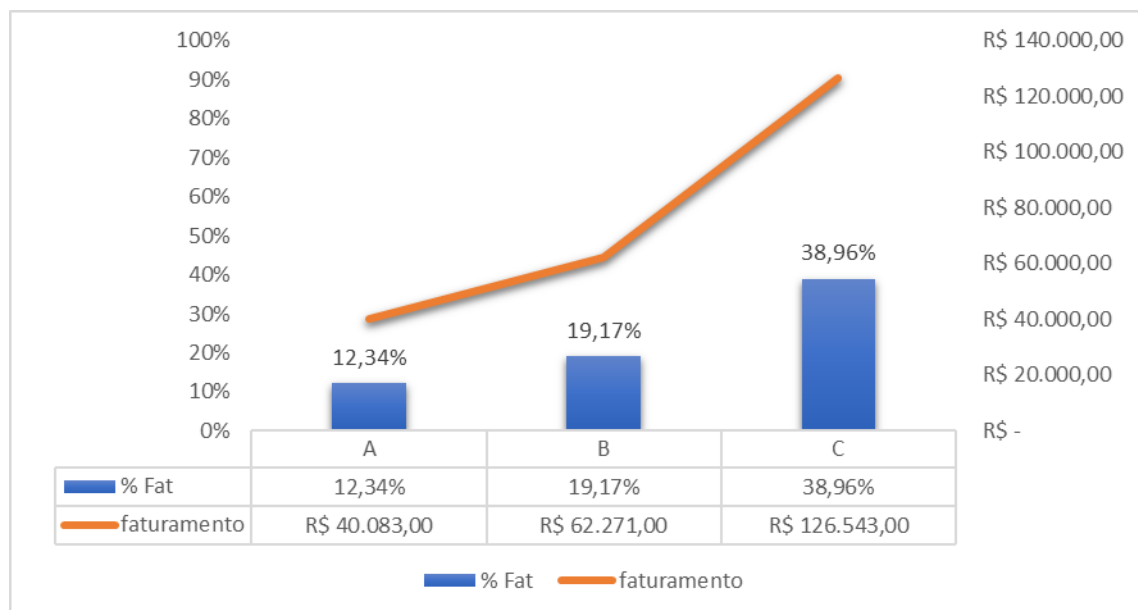
Existe uma grande demanda no setor farmacêutico de genéricos, em face do custo benefício para o cliente final, o que aumenta consequentemente o poder de compra no mercado. A facilidade e a disponibilidade de produtos com um poder de

giro rápido, gera retorno financeiro para a empresa, reduzindo perdas, uma vez que sua rotatividade é significativa, esse produto oferece lucratividade e demanda e por isso o mercado facilita o acesso do mesmo nos seus estoques.

A oferta e a procura de produtos no ramo farmacêutico influenciam no poder aquisitivo dos clientes, isso facilita a vida do gestor que tendo a possibilidade de avaliar os relatórios da Curva, identifica qual a melhor solução na hora de gerir os estoques de genéricos. O gráfico 3 demonstra o quantitativo do estoque relacionado à perfumaria do setor. O grupo desse referido gráfico é algo bem peculiar, pois, o cliente geralmente varia de gosto e troca com facilidade esses produtos, tendo em vista gostos e costumes, o principal motivo da compra, pode-se observar através do gráfico a dificuldade de avaliar a rotatividade e lucratividade desse grupo.

O que consideravelmente observa-se nesses produtos específicos, tem uma correlação com uma procura menor no setor farmacêutico, na Curva o faturamento correspondeu apenas a 12,34%, seguido de B 19,17% e C 38,96%, nessa situação os produtos da classe C quase conseguem atingir um percentual de 40%, embora seu faturamento só corresponda a 5% do total geral.

Gráfico 3. Perfumaria



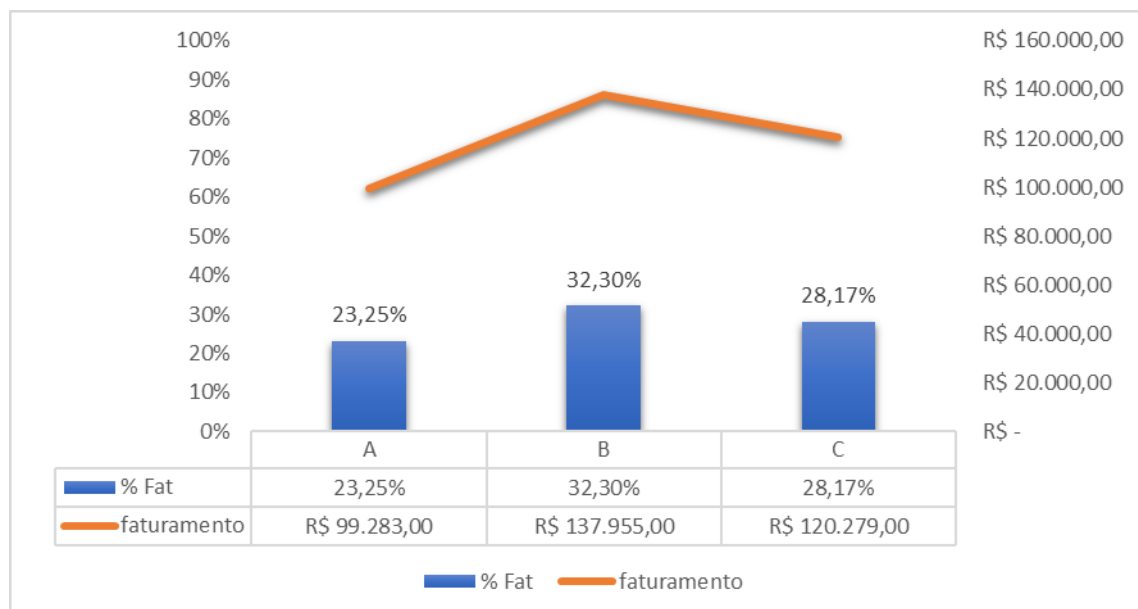
Fonte: Autora, 2022

Verificou-se que no grupo perfumaria, os produtos que correspondem a classe C, estão com o poder de demanda maior do que o normal tendo em vista que eventualmente quase chegou ao percentual ideal de vendas de produtos, sabe-se que é um setor que tem uma infinidade de variedades de produtos, identificar gostos e tendências, principalmente padrões, pode ser um grande desafio, mesmo porque gostos mudam constantemente

O cliente pode passar a utilizar um determinado produto hoje, amanhã pode mudar e variar para outro, logo diante desse desafio do mercado, é imprescindível observar de forma mais criteriosa a compra desses produtos, para não gerar um estoque desnecessário e futuramente causar um prejuízo maior para a empresa.

O produto às vezes é um limiar entre uma indecisão de um cliente, mudanças de padrões impostos pela sociedade, também influenciam na compra de determinado produto, as empresas estão buscando ferramentas que amenizem as perdas e aumentem os lucros. O gráfico 4 demonstra a quantidade de propagado nas prateleiras da empresa.

Gráfico 4. Propagado



Fonte: Autora, 2022

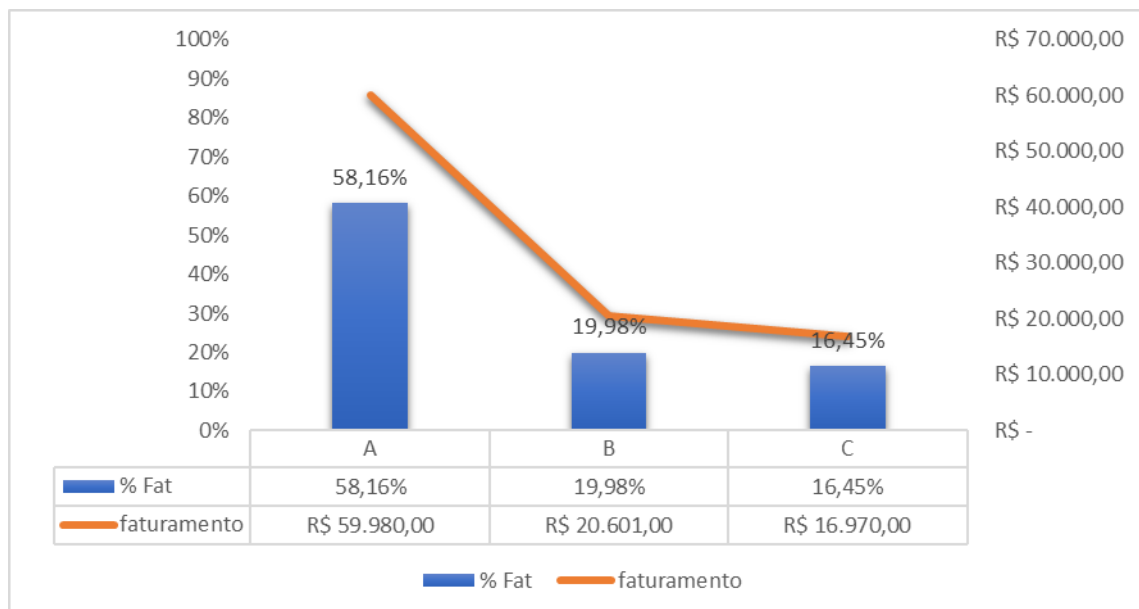
Percebe-se através do gráfico que o estoque de propagado é bem relevante nas 3 classes, o que possibilita avaliar que nesse grupo específico existe uma margem de excesso de estoque, produtos como o propagado podem estar estagnados ou

simplesmente podem ter ficado sem rotatividade, em todo e qualquer setor a propaganda de um produto, pode gerar um grande poder de compra. Em face das limitações de cada situação, o cliente pode optar por comprar esse produto, porque viu uma propaganda, ou porque simplesmente mudou de gosto.

O propagado tem uma estimativa de precificação, uma vez que é uma estratégia de gestão de compras e estoque desse produto, embora, a compra de produtos desnecessários, sejam ainda um dos grandes problemas da empresa, nota-se que uma gestão com especificações que garantam um controle mais eficiente é uma prática com obtenção de resultados. O gráfico 5 mostra o similar bonificado, este por sua vez é capaz de provocar uma rentabilidade notória no ramo, pois o mesmo possui um poder de compra acessível para a sociedade, gerando uma economia para o cliente e facilidade para o gestor na compra de produtos. Na curva A o faturamento chega a 58,16%, b 19,98% e C 16,45%.

O similar bonificado não tem especificação de variação em termos dos princípios ativos, e desta maneira torna-se um produto mais vantajoso para os clientes, logo, seu preço é bem acessível.

Gráfico 5. Similar Bonificado



Fonte: Autora,2022

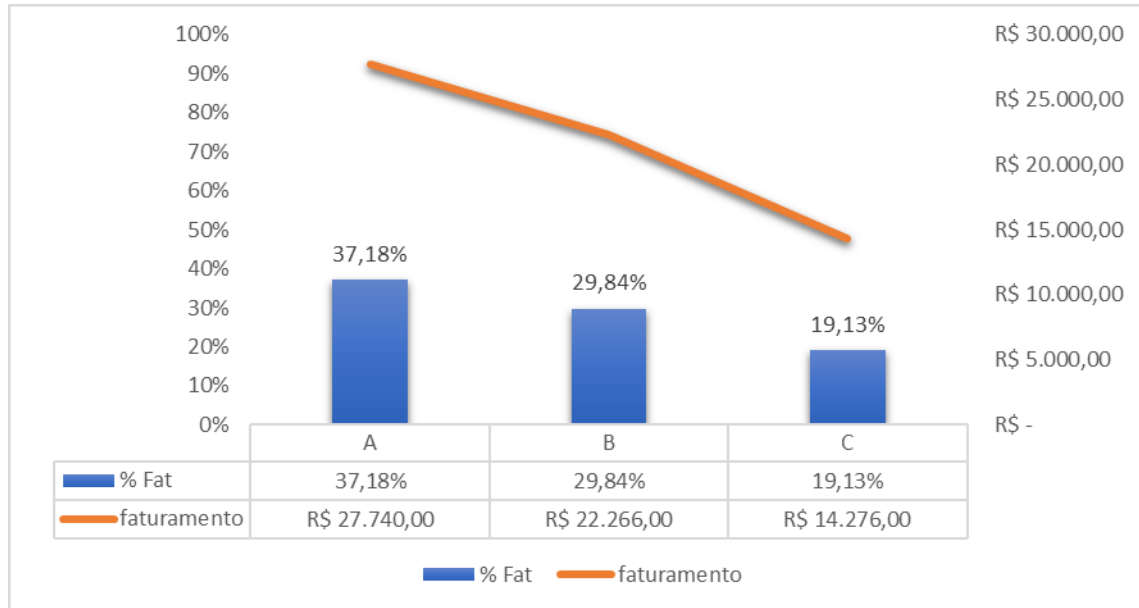
O similar bonificado é um tipo de medicamento que contém o mesmo princípio ativo do referido medicamento que tem a identificação da marca de origem comercial

que o representa, desta forma só pode ser colocado para a venda mediante uma avaliação testificando a equivalência usual do mesmo. Por esse motivo a indústria farmacêutica tem apostado significativamente nesse tipo específico, no que tange a curva ABC, o similar bonificado não conseguiu atingir a quantidade ideal, corroborando para possíveis perdas dentro do setor, alguns produtos tem excesso, o que prejudica o armazenamento deste, e possibilita um aumento de custos no grupo e no setor farmacêutico.

A suplementação alimentar é algo presente na vida da sociedade em todas as fases, esse tipo específico de complementação alimentar tem uma importância muito notória na fase infantil, tendo em vista que a maioria das mães não possuem a suficiência do leite materno, isso prejudica o crescimento da criança, então a compra de suplementos alimentares se faz necessária. O gráfico 6 mostra uma curva em relação a esse grupo estruturada em quantitativos equivalentes, porém longe da venda ideal, a representatividade do estoque gera uma procura por produtos que não estão nas prateleiras do setor farmacêutico, gerando uma ruptura e ao mesmo tempo uma quantidade de produtos em excesso.

Os suplementos alimentares dividem opiniões e tendências no setor, uma vez que produtos de lucratividade máxima tem a tendência de volume ideal de 20%, nesse caso a Curva A, aponta 37,18%, o que causa uma ruptura e ao mesmo tempo ultrapassa a quantidade de volume ideal. Neste caso poucos produtos que geram grande parte da receita.

Gráfico 6. Suplementos Alimentares

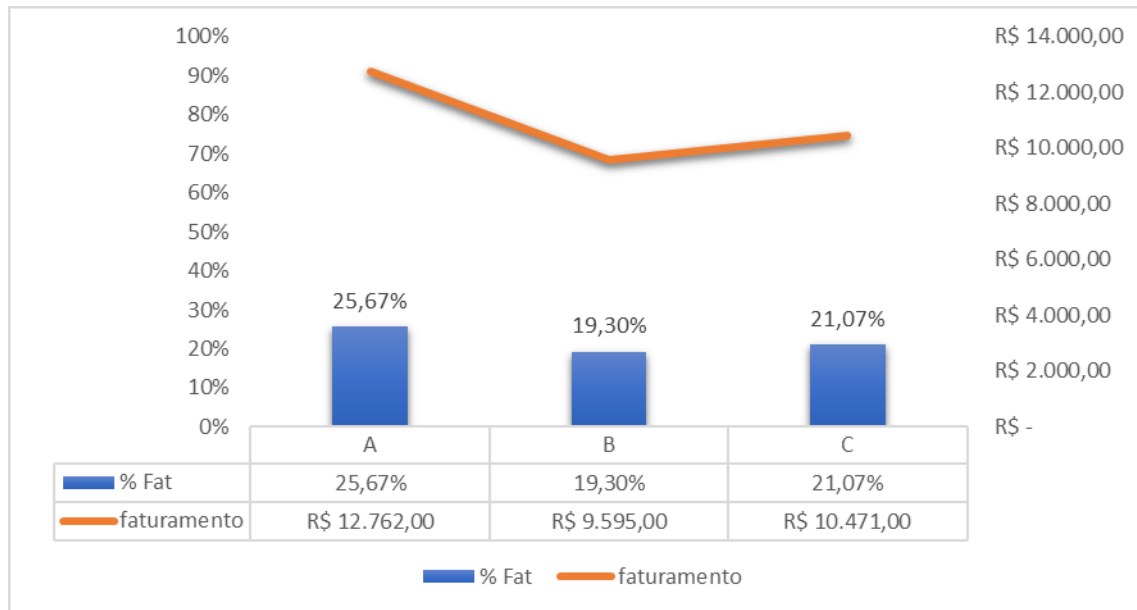


Fonte: Autora, 2022

O varejo traz consigo a estruturação do alicerce de pequena lucratividade, porém são produtos que podem atrair a compra de outros com maior relevância em relação a lucratividade. O gráfico 7, representa a curva ABC do varejo no setor farmacêutico, influenciado pelas estimativas atraentes e tendências do leve mais algum produto, esse grupo representa uma lucratividade pequena mediante o faturamento total, esse grupo mediante a curva A representa 25,67% do total do faturamento da empresa, superando às expectativas pela quantidade de itens vendidos, seguido da curva B 19,30% e C 21,07%. Neste gráfico é evidente a margem de rentabilidade e de lucros abaixo da média do setor.

O varejo no setor farmacêutico foi implantado para atender a caracterização de perfis de consumidores, pois muitas vezes a relatividade de encontrar um produto em um mesmo lugar, otimiza o tempo do cliente, então para atender esse perfil, o varejo está ligado a disponibilidade de produtos com caracterização ortopédica e seus utensílios, esses produtos não costumam representar uma grande lucratividade para o setor, porém a falta dos mesmos pode provocar a perda de uma venda.

Gráfico 7. Varejo



Fonte: Autora,2022

O gráfico do varejo, mostra uma relevância pequena dentro da curva ABC, observa-se pelo faturamento na ferramenta de gestão que os itens geram uma receita sem uma expressão para uma rentabilidade lucrativa.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa teve como objetivo apresentar a aplicação da Curva ABC como estratégia no setor de compras e gestão de estoques de uma empresa do setor farmacêutico.

Os resultados caracterizaram o grau de importância dos itens em relação ao faturamento da empresa, desta forma foi avaliado a gestão da ferramenta para consolidação de compras e estoques avaliando mecanismos mais inteligentes, como a compra de produtos para atender uma demanda e otimizar a lucratividade da empresa.

A aplicabilidade da curva ABC no setor farmacêutico satisfaz as exigências de um mercado em crescente ascensão, tendo em vista que os gestores do mercado de farmácias, devem atentar para a segurança que envolve os estoques e viabilizar que os mesmos não falem nas prateleiras.

As vantagens corroboram para o uso da ferramenta de gestão ABC, dentre uma das mais importantes está a prevenção de falhas. Diante desse cenário, existe a possibilidade de escolhas e tomada de decisões para o atendimento e manutenção de estoques garantindo uma demanda padronizada.

A ferramenta identificou produtos com margem de lucro e rentabilidade e em alguns casos, pelo grau de importância que representam dentro da empresa, mas também identificou que a empresa, precisa gerenciar melhor a compra de produtos, pois a mesma encontra-se em uma situação de atenção em relação aos suprimentos apresentados.

A análise de itens do setor, foi alicerçada em 7 grupos que compõem os produtos e os níveis que representam na curva ABC, foi perceptível a representatividade do grupo genéricos e propagado no setor, o faturamento desses dois grupos gerou lucratividade para o ramo farmacêutico, tendo assim maior rentabilidade, o grupo perfumaria não conseguiu manter uma gestão de estoque, logo a falta de alguns itens na curva A provocou uma baixa lucratividade, e na curva C um excesso, o que acarreta prejuízos para a empresa, um meio de mudar essa realidade, está vinculada ao poder de compra dos produtos.

Portanto, se faz necessário o uso da ferramenta para a obtenção de redução de custos no setor farmacêutico, para atingir metas de maximizar os lucros. Proporcionando a busca para a fonte de futuras pesquisas, para a caracterização da problemática, gerando juízo de valor para as futuras pesquisas sobre o referido tema.

REFERÊNCIAS

ALYRIO, Rovigati Danilo. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Administração**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2009.

ANDRADE, L. B. **O papel do farmacêutico no âmbito hospitalar**. Recife, 2015. Disponível em: <<http://www.ccecursos.com.br/img/resumos/o-papel-do-farma-utico-no--mbito-hospitalar.pdf>>. Acesso em: 10 de setembro, 2022.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial**. Tradução de Raul Rubenich. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
CRUZ, Carla; RIBEIRO, Uirá. **Metodologia Científica: teoria e prática**. Belo Horizonte: Axcel, 2003.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento**. São Paulo: Saraiva, 2003.

curva abc para organização de estoque de loja de ferragens. Centro Universitário DIAS, M. A. P. **Administração de Materiais**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.
DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão**. DIAS, Mario; COSTA, Roberto Figueiredo. **Manual do comprador**. São Paulo: Saraiva, 2012.

FIIRST, Clóvis. **O método de classificação abc na gestão de estoques: o caso de uma pequena empresa do ramo de peças automotivas**. Revista Competitividade e GAITHER, N., FRAZIER, G. **Administração da Produção e Operações**. 8ª ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa Social** %. ed. Sao Paulo: Atlas, 2006.

GUIA Completo. **Curva ABC**. Disponível em: < <https://www.umov.me/curva-abc-um-guia-completo-sobre/> Acesso em 05 de setembro de 2022.

KOCH, R. **O Princípio 80/20**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas 2010.

MEDANHA, André Ferreira Lima. **Gestão de compras baseada na curva abc: Estudo de Caso**. Disponível em: < <https://www.monografias.ufop.br/>>. Acesso em: 12 de agosto de 2022.

MENCATO, Willian. **Aplicação da curva abc na estratégia de suprimentos – um estudo de caso**. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/52044>> . Acesso em: 04 de agosto de 2022.

NOGUEIRA, Amarildo de Souza. **Logística empresarial: uma Visão local com pensamento globalizado**. São Paulo: Atlas, 2012.

OLIVEIRA, C. M. de. Curva ABC na gestão de estoque. **III Encontro Científico e Simpósio de Educação Unisalesiano**. Lins, 17 a 21 de outubro de 2011. Disponível em: < <http://www.unisalesiano.edu.br/simposio2011/publicado/artigo0075.pdf>>. Acesso em: 06 jan. 2022.

OLIVEIRA, Renata Soares de. **Kanban e Curva ABC: ferramentas de gestão estratégica aplicáveis à unidades hospitalares de abastecimento farmacêutico**. Disponível em: <https://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/1074> Acesso em : 05 de Agosto de 2022.

PONTES, A. E. L. **Gestão de estoques: utilização das ferramentas curva ABC e classificação XYZ em uma farmácia hospitalar. Trabalho de Conclusão de Curso**. UFPB,2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/551>>. Acesso em: 19 de setembro de 2022.

SANTOS, G. de S.; ALVES, R. de F.; MORAIS, T. M. de. **Gestão de compras e seu reflexo na organização**: Supermercados Luzitana de Lins Ltda. 2008. 81f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, UNISALESIANO, Lins, 2008.

SUSKI, Cassio Aurélio; KURTH, Daniel Ivan. **Estudo de caso da implementação de Sustentabilidade**. v. 3, n. 1, p. 100-110, 2016.

VAGO, F. R. M. et al. A importância do gerenciamento de estoque por meio da ferramenta Curva ABC. **Revista Sociais e Humanas**, Santa Maria, v.26, n.03, set/dez., 2013, p.638-655. Disponível em: < <https://periodicos.ufsm.br/sociaisehumanas/article/view/6054/pdf>>. Acesso em: 28 de dezembro 2021.

ANEXOS

ANEXOS

Entrevista de diagnóstico com o gestor

1. Quais as maiores dificuldades encontradas na gestão destes estoques?
2. Existe um estoque mínimo ou de segurança e se existir como chegou a este valor?
3. Como e feito e qual a periodicidade de reposição dos estoques?
4. Existe um controle da compra e vendas realizadas pelo estabelecimento e se existe como e feito?
5. Tem conhecimento de quais os principais produtos do estabelecimento?
6. Tem conhecimento de quais produtos tem o maior giro, quais são os mais rentáveis e os mais onerosos?
7. Acredita que a classificação dos produtos pelo método da Curva ABC será uma ferramenta eficiente para a melhora na gestão dos estoques da empresa?

Curva ABC Est.	Barras	Descrição
A 00041/7733	7891000140307	LEITE NINHO INTEGRAL C/ 380 G
A 00055/7733	7894900530001	AGUA MINERAL CRYSTAL S/ GAS C/ 500 ML
A 00146/7733	7895800304228	GOMA DE MASCAR TRIDENT MENTA
A 00213/7733	7891008210040	CHOCOLATE GAROTO SERENATA DE AMOR C/ 950G
A 00587/7733	0611269991000	ENERGETICO RED BULL ENERGY DRINK C/ 250 ML
A 00610/7733	7891000086131	CEREAL MUCILON MULTICEREAIS C/ 600 G
A 00642/7733	7622300988524	BIS EXTRA OREO C/ 45G
A 00791/7733	7896019603430	CHOCOLATE BIS AO LEITE C/ 126 G
A 00842/7733	7622210878946	DROPS HALLS EXTRA FORTE POWER NOVO
A 00943/7733	7891075030091	PICOLE KIBON CHICABON
A 01077/7733	7894900010015	REFRIGERANTE COCA COLA LATA C/ 350 ML
A 01090/7733	0070847022015	ENERGETICO MONSTER ENERGY C/ 473 ML
B 07823/2210	7899653762730	CONFEITO JET TOYS ROYAL 12G
B 08367/2210	7895800304235	GOMA DE MASCAR TRIDENT CANELA C/ 5 UN
B 08409/2210	7891000090732	BEBIDA LACTEA NESTON VITAMINA C/ 280ML
B 08432/2210	7891000040898	CEREAL MUCILON ARROZ E AVEIA C/ 400 G
B 08540/2210	7894900050011	REFRIGERANTE FANTA UVA LATA C/ 350 ML
B 08708/2210	7892840225919	BATATA ELMA CHIPS STAX CHEDDAR C/ 156 G
B 08732/2210	7891008273502	CHOCOLATE TALENTO AMENDOAS MEIO AMARG C/25G
B 08797/2210	7896104881033	BARRA DE CEREAL RITTER MIX BANANA PASSA C/ 30 G
B 08810/2210	7891000118597	CHOCOLATE NESTLE PRESTIGIO C/ 33 G
B 08819/2210	7622300989316	CHOC BIS OREO 100,8 G
C 10003/1104	7891008121728	CHOCOLATE TALENTO AVELAS 85G
C 10065/1104	7894900920017	REFRIG GUARANA KUAT SEM ACUCAR LATA C/ 350 ML
C 10066/1104	7898964364152	PIRULITO LOLLI POPKINS MACA VERDE 10G
C 10068/1104	7898964364169	PIRULITO LOLLI POPKINS UVA 10G
C 10156/1104	7896306623684	CHOCOLATE TRENTO SPECIALE AVELA 26G
C 10654/1104	7891000319581	CEREAL MUCILON MILHO 180G
C 10655/1104	7898964630004	DIPLOKO NEON UNICORNIO 10GR
C 10965/1104	7896058595550	PIRULITO FRUTSY MASTIGAVEL FRAMB
C 10972/1104	7896058599459	DISQUETE MINI DORI CHOCOLATE AO LEITE 60G
C 11003/1104	7891150007680	PICOLE KIBON FRUTILLY 40 G

Curva ABC Est.	Barras	Descrição	Grupo
A 00027/7733	7891317422028	NIMESULIDA 100 MG C/ 12 CP	GEN -- CAMPANHA DE VENDAS
A 00102/7733	7898148301720	LOSARTANA POTASSICA 50 MG C/ 30 CP REV	GEN -- USO CONTINUO
A 00140/7733	7891317427542	LOSARTANA POTASSICA 50 MG C/ 30 CP REV	GEN -- USO CONTINUO
A 00141/7733	7896422505079	FLUCONAZOL 150 MG C/ 2 CP	GEN -- RX - ONEROSO
A 00173/7733	7899547528626	LOSARTANA POTASSICA 50 MG C/ 60 CP	GEN -- USO CONTINUO
A 00182/7733	7891058002657	HIDROCLOROTIAZIDA 25 MG C/ 30 CP	GEN -- USO CONTINUO
A 00198/7733	7891058002961	CETOPROFENO 150 C/10 CPR	GEN -- USO CONTINUO
A 00215/7733	7891317477592	CITRATO DE SILDENAFILA 50 MG C/ 4 CP REV	GEN -- USO CONTINUO
A 00229/7733	7898505092506	ALGESTONA + ESTRADIOL 150MG/ML+10MG/ML 1AMP 1ML	GEN -- ANTICONCEPCIONAL - ONEROSO
A 00278/7733	7891317120863	PANTOPRAZOL 40 MG C/ 28 CP REV LIB	GEN -- USO CONTINUO
B 09242/2210	7896112101567	PARACETAMOL 750MG C/20CPS TEUTO	GEN -- OTC/MIP
B 09300/2210	8901148243651	SUCCINATO DE METOPROLOL 25 MG C/ 30 CPR	GEN -- USO CONTINUO
B 09324/2210	7896004761633	ETODOLACO 400MG C/ 10 CPR REV	GEN -- RX SEMI-ONEROSO
B 09420/2210	7897595631527	SECNIDAZOL 1000MG BL X 4 COMP	GEN -- USO CONTINUO
B 09421/2210	7897595630605	DROSPIRENONA+ETINILESTRADIOL 3,00+0,03MG CX 21 COMP REV	GEN -- ANTICONCEPCIONAL SEMI-ONEROSO
B 09547/2210	7896714205731	AMOXICILINA 250MG/5ML PO SUS FR 150ML	GEN -- ANTIMICROBIANOS
B 09663/2210	7891317010140	DROSPIRENONA+ETINILESTRADIOL 3MG+0,03MG C/21 CPR	GEN -- ANTICONCEPCIONAL SEMI-ONEROSO
B 09891/2210	7891317016388	MONTELUCASTE DE SODIO 5MG C/ 60CP	GEN -- RX
B 09933/2210	7898569760496	ROSUVASTATINA CALCICA 20MG C/30 CPR	GEN -- USO CONTINUO
C 10038/1104	7898216362189	PIROXICAM 20 MG C/ 10 CAPS	GEN -- OTC/MIP
C 10105/1104	7898216360635	GLICAZIDA 60MG C/30 CPR LIB PROL	GEN -- USO CONTINUO
C 10235/1104	7895296272018	GLIBENCLAMIDA 5MG CX 30 COMP	GEN -- RX
C 10614/1104	7894916501927	PROFLOX 500MG FR 14 COMP	GEN -- ANTIMICROBIANOS
C 10912/1104	7899095238763	CLORIDRATO DE METFORMINA 850 MG C/ 30 CP REV	GEN -- USO CONTINUO
C 11022/1104	7896004769110	DIPIRONA MONOIDRATADA 500 MG C/ 10 CP	GEN -- OTC/MIP SEMI-ONEROSO
C 11025/1104	7898216366712	CLORIDRATO DE NEBIVOLOL 5MG C/60 CPR	GEN -- USO CONTINUO SEMI-ONEROSO
C 11038/1104	7891317155216	ROSUVASTATINA CALCICA 20 MG C/ 30 CP REV	GEN -- USO CONTINUO

Curva ABC Est.	Barras	Descrição
A 00159/7733	7899674017079	DES AERO ABOVE LADY FEM 150 ML
A 00281/7733	7898656390223	FR MAMYPOKO CALCA JUMBO DIA/NOITE XG C/ 26UN
A 01385/7733	7896512941930	SAB GRANADO BEBE CAMOMILA REFIL C 250 ML
A 01496/7733	7791293032498	DES AERO REXONA WOMEN BAMBOO C/ 150 ML
A 01795/7733	7896007540631	ABS INTIMUS NORMAL SECA C AB C 8 UN
A 02075/7733	7500435127257	ABS ALWAYS SUPER PROTECAO C AB C 16
A 02244/7733	7891024135020	CRM DENTAL COLGATE TOTAL WHITENING 90G
A 02252/7733	7890704810516	SAB LIQ INTIMO NIVEA SUAWE 250 ML
A 02347/7733	7891010245603	ABS OB INTERNO MEDIO PROCOMFORT C 8 UND
A 02420/7733	7897517917616	AP DE BARBEAR ENOX 2 C 2 UN
B 07761/2210	7899871706561	BONECA BAMBOLA BAMBOLETE
B 07819/2210	4005900831422	DES AERO NIVEA B&W MAX MEN 150ML
B 07890/2210	7909843213062	HAVAIANAS BRASIL LIG PTO 35/6
B 08013/2210	3282770206104	PROT SOLAR ACTINE FPS30 40G
B 08351/2210	7891528038025	CRM DENTAL SORRISO C FLUOR C 50 G
B 08372/2210	7501001165253	COND PANTENE LISO EXTREMO C/ 400 ML
B 08376/2210	7501007499758	ABS PROT DIARIO ALWAYS REGULAR S PERFUME 15 UNID
B 08381/2210	7891010503260	COLONIA JOHNSON E JOHNSON HORA DO SONO 200ML
B 08383/2210	4005808513550	SAB LIQ USO DIARIO NIVEA SOFT 250 ML
B 08385/2210	7898085944882	SAB BARRA LA FLORE FLOR DE LAVANDA C 180 G
C 09949/1104	7897517937003	LENCOS UMEDECIDOS RICCA 30UN REF 3700
C 09982/1104	7891150063594	CRM DENTAL CLOSEUP ALOE FRESH C 90 G
C 10042/1104	7898610076835	SH CORPO DOURADO COCO NUTRITIVO 1L
C 10047/1104	7898132984908	BANHO DE CR BIO EXTRATUS NUTRITIVO MEL CHIA E COLAG 250G
C 10067/1104	7896009725012	BATERIA RAYOVAC ALCALINA
C 10099/1104	7908371200162	COLONIA TURMA DA MONICA CH BEBE 100 ML
C 10100/1104	7908371200193	SAB LIQ TURMA DA MONICA GLICERINA 200ML
C 10104/1104	7909458360663	KIT GORRO LUVA SAPATO LISO RN BRANCO
C 10113/1104	7908161333513	SAND PRAIANA BABY MORANGO VERMELHO FEM PIMP 23
C 10134/1104	9001616715815	CHUP MAM BABY 0 6 MESES AZUL PERFECT 2971 C 2

Curva ABC Est.	Barras	Descrição
A 00275/7733	7896015592745	ADVIL 12H 600MG C/2 CPR
A 00285/7733	7896622301853	GASTROL>>>>> C/ 1 ENV EFER 5 G LARANJA
A 00289/7733	0000078911222	VICK VAPORUB 12G C/24
A 00346/7733	7896094903104	ENGOV>>>>> C/ 6 CP
A 00411/7733	7896641805943	DRAMIN B6 50 MG + 10 MG C/ 30 CP
A 00473/7733	7896093000217	VICK INALADOR C/ 1 TUBO 0.5 G
A 00480/7733	7896015511159	SAL DE FRUTA ENO>>>>> C/ 1 ENV DUP 5 G TRAD
A 00522/7733	7896658005589	MERACILINA 500.000 UI C/ 12 CP
A 00534/7733	7896094907294	ENGOV C/12 CPR
A 00588/7733	7891058019365	BUCLINA 25 MG C/ 30 CP
B 07748/2210	7896212429738	MOTILIUM 10MG C/30
B 07756/2210	7896658022371	DORENE TABS 75MG C/30
B 07763/2210	8902220120297	LOREDON 50MG C/60
B 07764/2210	7896658030369	BETADINE XR 48MG C/30
B 07888/2210	7891317010751	DEXALGEN NF 6 AMP 1ML/2ML
B 07915/2210	7896094904118	LACTO PURGA 5 MG C/ 16 CP REV
B 07931/2210	7898109240051	BIALERGE 0,8 MG + 1 MG/ML XPE 100
B 07934/2210	7896622300443	GASTROL C/ 20 PST
B 07956/2210	7896015518370	SAL DE FRUTA ENO FR C/ 100 G LIMAO
B 07968/2210	7590002032817	VICK VAPORUB UNG 30 G
C 09978/1104	7891106912303	GINO CANESTEN 500 MG C/ 1 CAP VAG + 1 AP
C 09990/1104	7896658038112	TORMIV SL 10 MG 10 CPR
C 10029/1104	7896222720856	LUFTAL GEL 20 CAP
C 10236/1104	7896658037061	PROVANCE MINI EM PO C/5 SACHE 1,8G
C 10372/1104	7896241245712	PLAKETAR 250MG CX 30 COMP REV
C 10384/1104	7898430193071	BETRAT 100+100MG+5000MCG C/90 CPR
C 10469/1104	7896676437430	TEROQUATRO 4MG/ML SOL FR 5ML
C 10481/1104	7896658034541	LAXIME 0,15% SOL OFT FR 10ML
C 10490/1104	7896658030277	MONTELAIR 10MG C/ 60 CPR
C 10557/1104	7891721201837	ZIMIEX 10MG C/30 COMP

Curva ABC Est.	Barras	Descrição
A 00003/7733	7896920303320	BILIPLEX BOLDO C/ 10 ML
A 00004/7733	7899095239487	STOMALIV ABACAXI / GUARANA C/ 5 G
A 00021/7733	7896331701036	STILGRIP>>>>> C/ 1 ENV 5 G MEL E LIMAO
A 00047/7733	7896714257600	TORSILAX>>>>> C/ 10 CP
A 00050/7733	7894164006007	VITAXON C + ZINCO C/ 10 CP EFERV LARANJA
A 00058/7733	7899095260634	STOMALIV SEM SABOR
A 00080/7733	7896004705682	INFRALAX C/ 30 CP
A 00085/7733	7899095221383	RESFRILIV>>>>> C/ 1 ENV LARANJA/ACEROLA
A 00090/7733	7896714210018	DORALGINA C/ 20 DRG
A 00127/7733	7896006234067	CICLO 21 0,03 MG+0,15 MG C/ 21 CP
B 07902/2210	7899095200425	HYSTIN 2 MG C/ 20 CP
B 07933/2210	7899095203075	BEXETON 0,5 MG/5 ML ELX 120 ML
B 07963/2210	7898060132327	REHIDRAZOL SOL ORAL 450 ML UVA
B 07975/2210	7896714225296	NEOSORO H 30 MG/ML SOL NAS C/ 60 ML
B 07989/2210	7896004706764	CELERGIN XAROPE 120 ML
B 08012/2210	7899095203730	VITAUM 300 MG C/ 30 CP REV
B 08014/2210	7898158692238	FLORENT 200 MG C/ 4 ENV 1 G
B 08027/2210	7896472502745	KELTRINA PLUS 5% 50 MG/ML LOCAO 60 ML
B 08028/2210	7893454103921	PIOLETAL LOCAO CREMOSA 60 ML
B 08031/2210	7898100243150	AMBROL 30 MG/5 ML XPE ADT 100 ML
C 10249/1104	7894164005215	NASONEW SPRAY FLUIDIFICANTE 50ML
C 11007/1104	7898060138626	REHIDRAZOL 4 ENV C/ 27,9 G SB NATURA
C 11019/1104	7898636191987	NEXT 400+4+4MG C/100 CAPS
C 11034/1104	7894164008063	MAGMILK HORTELA 350ML
C 11044/1104	7898049797301	NIMELIT 100 MG C/ 12 CP

Curva ABC Est.	Barras	Descrição
A 00068/7733	7898100242887	PHITOSS 7 MG/ML XPE C/ 100 ML
A 00200/7733	7896023732911	SUPRACORP GUMMIES POLIVITAMINICO 30 GMMS
A 00258/7733	7896023701016	SUPRACORP OMEGA 3 (1000MG) C/120CPS
A 00267/7733	7896920300831	VITADYN BC 240 ML
A 00308/7733	7896023742170	AUGEVIT TRIPLO IMUNO 30 CPR
A 00318/7733	7896920300671	NEUROFORT ECOFITUS C/ 480 ML
A 00326/7733	7896023722110	SUPRACORP TRIPTOFANO 60 CPS
A 00643/7733	7896920303627	CENTROGER OMEGA + VITAMINAS AZ C/ 60 CAP
A 00821/7733	7896094903067	BIOTONICO NAT FR C/ 400 ML
A 00831/7733	7899824401031	ZIRVIT KIDS SUS C/ 150 ML
B 08601/2210	7898927980641	SUPLEMENTO MAXINUTRI MACA PERUANA 500MG 60CAP
B 08693/2210	7891045043434	SUPLEMENTO CENTRUM SELECT MULHER C/ 30 CP
B 08802/2210	7896920303726	CENTROGER BC 240ML
B 08879/2210	7899620912038	RARIVIT A+D 20 ML LARANJA
B 08890/2210	7897947614628	REDUBIO SHAKE SLIM CIMED SABOR BAUNILHA C/ 210 G
B 09003/2210	7896015590932	EMULSAO SCOTT C/ 200 ML LARANJA
B 09043/2210	7898593050488	SUPLEMENTO MAXINUTRI VITAM B12 C/ 60 CAPS
B 09078/2210	7898593050891	MACA ULTRA 2G C/90 CPS (100% MACA PERUANA)
B 09210/2210	7896023705083	NUOVA CABELOS E UNHAS 60 CAPS
B 09213/2210	7896023721168	SUPRACORP COFFEE CAFE VERDE 60 CAPS
C 10028/1104	7896023745904	LXSOTRIN SALADA DE FRUTAS 667MG/ML C/120ML
C 10031/1104	7898569765194	VITAMINA D3 50.000UI C/8 CAP MOLES
C 10204/1104	7896112402244	DOISKA PLUS C/ 30 CAPS
C 10207/1104	7896112402299	VITAMINA D3 50.000UI C/8 CAP
C 10964/1104	7898593052918	ACALENTUS MAXINUTRI MELATONINA - L- TRIPTOFANO 60 CAPS
C 11012/1104	7896920302699	CENTROGER SLIM 60 CAPS
C 11015/1104	7896023739545	SUPRACORP PROPOLIS C/ 60 CPS
C 11042/1104	0618231033447	SUPLEMENTO VITALIUM COL TIPO II ULTRA C/30 CAP GEL

Curva ABC Est.	Barras	Descrição
A 00039/7733	7898259490221	SERINGA DESCARTAVEL 01 ML
A 00054/7733	7898947170077	MASCARA TRIPLA MEDIX C/ ELASTICO C/ 50 UNID
A 00056/7733	7898108640104	COMPRESSA DE GAZE SANFARMA 11 FIOS C/ 10 UN
A 00065/7733	7908028018225	ALCOOL EM GEL PROTECTGEL 70INPM 420G
A 00071/7733	7898259490528	SERINGA SR SALDANHA C/ 5 ML
A 00073/7733	7898953484021	COLETOR UNIVERSAL
A 00087/7733	0736532438263	GEL POTE SEBO DE CARNEIRO 240G
A 00093/7733	7898259495028	SERINGA SR DESCARTAVEL 3ML
A 00094/7733	7898259493109	COLETOR UNIVERSAL AZUL C/ 1 UND
A 00113/7733	7898953484014	COLETOR UNIVERSAL 80 ML
B 07818/2210	7898601060690	SUORTE PARA BOLSA TERMICA GEL CURTO KSN023
B 07876/2210	7908076216321	ADESIVO P/ QUADRO BRANCO 45.0CM X 02.0MT
B 08352/2210	7896902207479	OLEO DE GIRASSOL FARMAX C/ 100 ML
B 08366/2210	7898079001300	PRESERV PRUDENCE C&S MORANGO C/6
B 08408/2210	7893138000072	PRESERV EROS MENTA C/ 3 UN
B 08411/2210	7898060030012	ESPARADRAPO IMPERMEAVEL 1,2 CM X 4,5 M
B 08436/2210	2900003890234	TERMOMETRO INCOTERM DIGITAL BRANCO
B 08458/2210	7893138010033	PRESERV EROS CHOCOLATE C/ 3 UN
C 09981/1104	7908028021607	GLICERINA PURA AVVIO 100ML
C 10039/1104	7898601061352	TORNOZELEIRA CURTA - PRETO GG
C 10175/1104	7899021809708	TALA P/ PUNHO EM NEOPRENE EXTRA-GRANDE/DIR - LOTE: 040626002
C 10222/1104	0073796842895	BALANCA DIG CORPOTAL OMRON REF HN-289-LA
C 10272/1104	7891035000454	PRESERV OLLA PRAZER DA PELA C/2 UN
C 10273/1104	7898360915026	MEIA VENOSAN ULTRALINE 4000 AD 20-30 CCG CURTA PE ABERTO BEG
C 10587/1104	7898601062311	TALA CURTA PARA PUNHO BILATERAL PRETO M KSN032
C 10588/1104	7898601061598	SAPATILHA NEOPREME M KSN052
C 10913/1104	7891800204667	ESPARADRAPO PROCITEX CREMER 10CMX4,5M
C 10950/1104	7891112202887	SILICONE PARA CICATRIZAÇÃO DE QUELOIDE 7,6 X 7,6