



Técnico em Logística

Desenvolvimento e implementação da Cadeia de suprimentos e gerenciamento da gestão de estoque aplicados à empresa: Adega Barber Surf.

Marília/SP.

2024

Etec Antônio Devisate
“Classes Descentralizadas Monsenhor Bicudo”

Trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado a Etec Antônio Devisate – Extensão Monsenhor Bicudo como requisito parcial à obtenção do certificado em Técnico em Logística.

Bruno Henrique Nascimento dos Santos
Ellen Fabiane Rosa Lopes,
Maria Regina Santos Barreto,
Vinicius Xavier.

AGRADECIMENTOS

A Deus destinamos os agradecimentos, que nos permitiu alcançar nossos objetivos e fez com que concluíssemos mais esta etapa em nossas vidas com determinação vencendo a cada obstáculo com muita aprendizagem e esforço.

Aos nossos familiares que sempre nos apoiaram, incentivaram e contribuíram para que não desistíssemos nos momentos difíceis, em especial aos nossos pais, avós e companheiros. (Marcio, Vilma, João Vitor, Gervásio, Irene, Gabriela Lene Marisa, Valdir, Gabriel, Tereza, Izaura, Rose, José Francisco, Darcy, Gabriele, Victor, Guilherme, Diego, Sonia, Inucencia, Jaíma, Valter, Laude, Jessica, Carla, Henrique, Bruno, Catarina, Romeu, Antônio e Sebastião – em memória.)

Contamos também com nossos amigos que nos animou sempre que necessário, em especial ao Lucas e Thalia, que tiveram participação especial para que ingressássemos no curso de logística, demonstrando cuidado e nos incentivando a buscar crescimento pessoal.

Com muito carinho também agradecemos aos professores, que nos guiaram com ânimo, compartilharam seus conhecimentos com muita determinação, dividiram momentos memoráveis e nos aconselhou com paciência até o final do curso. Nossos sinceros agradecimentos também a cada funcionário que contribuiu para que a escola permanecesse em ótimo funcionamento, apoiando nossos estudos de forma indireta, mas que não seria possível sem cada um deles.

Agradecemos aos colegas de curso, que ao decorrer desta trajetória dividimos não só a sala de aula, mas vivências, momentos e risadas, também desenvolvemos laços com aqueles que se tornaram amigos e fez com que as aulas fossem mais leves nos dias mais difíceis.

A instituição de ensino que foi fundamental para a nossa formação, garantindo estrutura e investindo no conhecimento para que hoje nós nos tornássemos profissionais no ramo logístico.

Gostaríamos também de agradecer aos que comporão esta equipe de TCC, pois somente em conjunto foi possível desenvolver com maestria este projeto que desempenhamos para agregar conhecimento, satisfação e sabedoria nesta reta final.

RESUMO

O presente estudo de caso teve como objetivo aplicar os conhecimentos de logística em uma adega localizada em Marília (SP). Através de um diagnóstico inicial, foram identificados problemas relacionados ao layout inadequado, gestão ineficiente do estoque e falta de controle sobre os itens em estoque. Para solucionar essas questões, foi realizada uma análise detalhada do ambiente, resultando na proposição e implementação de diversas melhorias. Dentre as ações realizadas, destacam-se a reorganização do layout físico, a classificação dos produtos gerando SKUs e a utilização da curva ABC e a otimização do processo de reposição de estoque. Os resultados obtidos demonstraram uma significativa melhoria na eficiência operacional da adega, com redução no tempo de atendimento aos clientes e aumento da rotatividade dos produtos. Conclui-se que a aplicação de ferramentas e técnicas da logística pode gerar ganhos de produtividade e competitividade para pequenas empresas, como demonstrado neste estudo de caso.

SUMARIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
2	OBJETIVOS GERAIS.....	7
3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
4	JUSTIFICATIVA.....	8
5	METODOLOGIA.....	9
6	CAPÍTULO I – REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	10
6.1	SKU 10	
6.2	Giro de estoque.....	11
6.3	Layout.....	12
6.3.1	Tipos de layout.....	12
6.4	CURVA ABC.....	15
6.4.1	Três classificações usadas na análise curva ABC:.....	15
6.4.2	Aplicabilidade curva ABC.....	16
7	CAPÍTULO II – PROPOSTA DE MELHORIA.....	17
7.1	SKU 17	
7.2	GIRO DE ESTOQUE.....	20
7.3	LAYOUT.....	21
8	CURVA ABC.....	29
9	CONCLUSÃO.....	34
	REFERÊNCIAS.....	35

1 INTRODUÇÃO

Cadeia de suprimentos é o sistema completo que engloba todas as etapas necessárias para produzir e entregar um produto ou serviço ao consumidor final. Ela envolve o planejamento, a execução e o controle de atividades relacionadas à aquisição de matérias-primas, produção, armazenamento, distribuição e entrega dos produtos. Em resumo, a cadeia de suprimentos é a conexão entre fornecedores, fabricantes, distribuidores, varejistas e consumidores.

O desenvolvimento da cadeia de suprimentos é importante para conectar grande maioria dos setores de uma empresa, trazendo maior produtividade e competitividade na área em que atua, melhorando a relação e garantindo melhoria na qualidade e agilidade para a entrega de seus produtos ou serviços, com economia e maior lucratividade.

“Para Bowersox e Closs (1996), a logística é definida como o processo de gerir estrategicamente a aquisição, movimentação e estocagem de materiais, parte de produtos acabados (com os correspondentes fluxos de informações) através da organização e dos seus canais de marketing, para satisfazer as ordens da forma mais efetiva em custos”.

Através da oportunidade de desenvolvimento do projeto de conclusão de curso, enxergamos a lacuna para solucionar necessidades de uma empresa real. Conhecemos então a empresa Adega Barber Surf cujo proprietário senhor Sergio Carvalho viu uma oportunidade de mercado: a expansão de seus negócios no ramo comercial.

Tendo em vista as oportunidades na aplicabilidade do conhecimento adquirido durante o decorrer do curso, assim podendo exercer a expertise da profissão de técnico de logística em seus negócios foi dado a oportunidade de sugerir ideais e aplicar todo conhecimento teórico adquirido em sala de forma prática de marketing, para satisfazer as ordens da forma mais efetiva em custos. Explorar os temas Cadeia de suprimentos e Gestão de estoque, nos auxiliam de várias maneiras essenciais para o sucesso e a eficiência das operações empresariais, maximizando seus recursos, melhorando a satisfação do cliente e obtendo melhores resultados financeiros. Essas práticas são fundamentais para enfrentar os desafios de um mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

2 OBJETIVOS GERAIS

A cerca de todo o trajeto percorrido pelo empreendedor Sergio com maestria, o mesmo desenvolveu um método pessoal na logística de abastecimento de sua adega, buscando facilitar e conciliar o trabalho presencial no atendimento e mantendo o funcionamento sem a necessidade de fechar as portas, desta forma o empreendedor trabalha o abastecimento de suas mercadorias no início da semana, se locomovendo até um distribuidor para realizar a compra dos itens faltantes em suas estantes, investindo tempo na busca por locais com melhor competitividade de preço, onde identificou-se a oportunidade de aprimorar o processo com algumas mudanças no abastecimento, priorizando o fluxo de rotatividade do seu ambiente, desenvolvendo a visão da curva ABC para o seu estoque e identificando fornecedores que entreguem a mercadoria no local, conseguindo suas mercadorias no menor tempo e melhor custo, sem a necessidade de se locomover na busca e pesquisa de campo constante.

Tendo em vista que o local dispõe de um espaço pequeno utilizado para a armazenagem, sendo esse o seu estoque, onde as mercadorias são condicionadas na horizontal, ocupando espaço e dificultando a locomoção entre os materiais, como resolutive idealiza-se o melhor aproveitamento de espaço com uma armazenagem mais adequada para o seu ambiente, sendo utilizado a gestão de estoque como base para desenvolver adequações e otimizar o ambiente com layout mais acessível e dinâmico, não dificultando a visualização de itens, separação e diminuindo as perdas.

Observando o cenário, é perceptível a visão de um ambiente projetado para um atendimento eficiente, contudo para incentivar a fidelização de seus clientes, é necessário um layout desenhado que acompanhe a qualidade de atendimentos fornecidos no local, logo possibilita o desenvolvimento de uma visão comercial estratégica baseando-se no Marketing ideal para o negócio, levando a essência do empreender com maior expressividade e força.

3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Giro de estoque;

Confecção e identificação de SKUS;

Otimização de layout;

Desenvolvimento de curva ABC;

4 JUSTIFICATIVA

O estudo de caso realizado na Adega Barber Surf demonstrou a relevância da aplicação dos conhecimentos de logística para a otimização dos processos internos de uma empresa. As soluções propostas não exigiram investimentos significativos, sendo baseadas principalmente na reorganização do layout e na implementação de ferramentas de gestão simples e eficazes.

Os resultados obtidos com a implementação das melhorias foram bastante positivos, evidenciando a importância da gestão eficiente da cadeia de suprimentos para o sucesso de um negócio.

5 METODOLOGIA

Primeiramente, foi localizado uma empresa que abrangesse a nossa proposta de TCC, que tivesse disponibilidade de tempo para anteder e estivesse proposta para abrir as portas para 4 alunos identificar possíveis falhas dentro da sua área logística. Sérgio, proprietário da Adega Barber Surf, quando lhe foi apresentado a proposta, de bate pronto já aceitou o projeto proposto, abraçando nossas ideias e confiando no processo que aconteceria dentro do seu estabelecimento, em aproximadamente 8 meses.

A partir deste momento, a realização de pesquisas fora da sala de aula foi iniciada, podendo assim complementar o assunto que os professores já haviam nos apresentados, aperfeiçoando as técnicas e colocando em prática os conceitos de grandes estudiosos e empresários onde fizeram com que nós pudéssemos entender a teoria e fazer a aplicação na prática, colhendo bons resultados de vendas, evitando compras desnecessárias, diminuindo o desperdício de recursos, avarias de mercadorias, e também identificando produtos que não tem aquela saída desejada, fazendo com que seu dinheiro investido naquele produto, pudesse trazer uma venda mais rápida ou a atração do cliente para seu estabelecimento.

Após a identificação dos SKU's e do Giro de Estoque, Curva ABC e o Layout mais adequado para o local, houve a aplicação de conceitos referenciais, onde a técnica foi estudada e utilizada, trazendo o resultado desejado por todo o grupo.

Todas as pesquisas feitas no decorrer deste TCC, abrangeram de forma completa a área logística deste estabelecimento, de forma que a melhoria em pontos cruciais fosse aplicada.

6 CAPÍTULO I – REFERÊNCIAL TEÓRICO

6.1 SKU

SKU é a sigla para Stock Keeping Unit (Unidade de Manutenção de Estoque, em português) é um código que serve para o empreendedor conseguir identificar as mercadorias que tem em seu estabelecimento. Cada número de SKU significa um produto diferente existente em seu estabelecimento.

Com os itens de um estoque organizados por SKUs as organizações de seus materiais ficam ainda mais fácil de ser aplicado, possibilitando identificar, categorizar e diferenciar seus produtos. Todo o processo de abastecimento também pode ser aplicado com base no código de cada material, após toda organização aplicada monitorar as quantidades, entrada e saída dos materiais fica ainda mais claro e objetivo.

Com a modalidade aplicada em seu armazém o processo de inventario acontece de maneira descomplicada, acelerando o processo e tendo resultado positivo, aliás os números se faz necessário para que se tenha uma boa gestão de qualquer negócio, garantindo bons resultados. Garante um comercial assertivo, podendo entregar uma análise de vendas através de relatórios, mostrando que produto tem maior ou menor saída e auxilia no em decisões de marketing estratégico.

O controle por SKUS deve ser aplicado em ambientes comerciais que trabalham com mais de 01 produto em estoque, sendo assim a visibilidade que a categorização irá dar para o gestor da área será de maneira simples e transparente. Esta prática se faz necessário em todo estabelecimento, auxiliando para uma boa gestão e alavancando a assertividade no negócio.

6.2 Giro de estoque

Técnica utilizada para medir o desempenho de um estoque na empresa. Indicando também a qualidade dos produtos armazenados e a quantidade vendida dentro de um período. Os dados servem ainda para avaliar a saúde financeira do negócio.

O acompanhamento do giro de estoque auxilia a empresa a administrar melhor as mercadorias da empresa conforme a frequência da saída de mercadoria dos estoques. Também auxilia uma gestão mais eficaz, com foco na redução de custos e no aumento da lucratividade.

O controle de estoque é extremamente necessário pois evita prejuízos financeiros e o desperdício de produtos, o monitoramento e a análise dos materiais ajudam a garantir o funcionamento das operações, onde se identifica com antecedência a validade e garante uma melhor aplicabilidade do FIFO, muito utilizado no controle de distribuição de materiais.

O giro de estoque ideal varia dependendo do setor em que a empresa atua e das características de negócio. Desta forma quanto maior o giro de estoque, melhor para a empresa, pois isso significa que os produtos estão sendo vendidos mais rapidamente e que há uma boa gestão do estoque.

Para a empresa Adega Barber Surf, identificar e aplicar os conceitos de giro de estoque se faz crucial, tornando possível identificar onde investir, os itens com maior índice de venda, realizando a compra somente do necessário, diminuindo a perda e falta dos produtos de maior procura. A empresa ganhará controle do seu negócio, podendo futuramente ampliar seus empreendimentos.

Com o melhor controle, a empresa possuirá independência de compra, sem a necessidade de realizar a habitual contagem às cegas.

6.3 Layout

É a forma como um espaço é organizado, seja ele físico ou digital. Essa organização visa otimizar o uso do espaço, facilitar a realização de tarefas e melhorar a experiência do usuário

“O layout pode ser considerado como a maneira na qual se encontram distribuídos fisicamente os recursos que ocupam espaço dentro de uma instalação, uma vez que pode tratar-se de recursos transformados ou transformadores.” (ANTONIOLLI, 2009, n.p).

6.3.1 Tipos de layout

Existem diferentes tipos de layouts em estoque, cada um com suas vantagens e desvantagens dependendo das necessidades e do tipo de produtos armazenados. Foi feita uma relação com modelos para apresentação:

LINEAR

Neste tipo de layout, as máquinas são organizadas em uma sequência linear, como numa linha de montagem. Cada máquina realiza uma etapa específica do processo, sempre da mesma maneira. Isso permite uma produção em grande escala e alta velocidade, com pouca variação de produtos. A automatização é facilitada pela disposição linear e pela repetição das tarefas, tornando o processo altamente eficiente.

“Afirma que nesse layout todos os processos são colocados de forma sequencial, de acordo com as operações, sem desvio ou possibilidade de caminhos alternativos, ou seja, uma vez que o caminho é pré-determinado o produto/serviço não pode alterar sua rota.” (MARTINS et al., 2006, n.p.)

FUNCIONAL

O layout funcional organiza a fábrica em setores especializados, agrupando máquinas e processos semelhantes. Por exemplo, todas as operações de pintura são realizadas em um único setor. Essa configuração permite uma grande variedade de produtos, pois a sequência de processos pode ser ajustada para cada item. No entanto, a comunicação entre os diferentes setores pode ser um desafio, exigindo uma gestão eficiente para evitar erros.

“Layout funcional foi a primeira lógica de disposição de máquinas a surgir, sendo amplamente utilizado em todo país. O arranjo físico por processo consiste em atender as necessidades dos recursos transformadores que formam o processo na operação.” (SILVA, 2009, P. 42)

CELULAR

Esse layout híbrido otimiza o fluxo de produção ao agrupar máquinas e processos semelhantes em células de manufatura. Ao mesmo tempo, ele mantém uma sequência lógica de operações, reduzindo o tempo de produção e aumentando a eficiência. Essa flexibilidade permite adaptar a produção a diferentes tipos de produtos e volumes.

“O layout celular é um arranjo físico em que os recursos transformados são pré-selecionados e se movem em uma célula específica, onde estão todos os recursos transformadores necessários.” (SLACK et al., 2002, n.p.)

POSICIONAL

O layout posicional é moldado pelas características do produto. Quando um item é muito grande ou complexo para ser movimentado, a produção ocorre em um local fixo. O produto permanece estático enquanto os trabalhadores e máquinas se deslocam ao seu redor. Essa configuração é ideal para a fabricação de produtos únicos e de grande porte, como navios ou aeronaves.

“o arranjo físico por posição fixa é um tanto quanto contraditório, pois os recursos transformados não se movem entre os recursos transformadores.” (SLACK et al., 2009, n.p.)

O layout para nosso projeto será focado ao comércio, a organização tanto da área de vendas quanto do estoque de um estabelecimento. Seu objetivo principal é otimizar o uso do espaço físico, garantindo uma experiência de compra fluida para o cliente e agilizando as operações internas.

Concentrado na eficiência operacional, organiza o armazenamento de mercadorias de forma a otimizar o espaço, facilitar a localização e a movimentação dos produtos. Um layout de estoque bem planejado contribui para a redução de custos, minimiza erros e garante a disponibilidade dos itens para venda.

Tão importante como o estoque, o espaço físico da área de venda, que inclui a disposições de produtos. A organização do espaço físico de uma loja, inclui a disposição dos

produtos, a localização do caixa, a fachada, as gôndolas, entre outros. Um bom layout de loja deve considerar a comodidade do cliente, a experiência de visualização e o acesso aos produtos.

Através do estudo de caso na Adega Barber Surf, foi possível identificar uma grande oportunidade para aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso técnico em logística.

Com uma análise mais técnica, observou-se que o estoque estava carente de um layout mais profissional e bem elaborado. Os principais problemas incluíam a dificuldade de visualização dos produtos, que estavam dispersos, dificultando sua localização. Além disso, havia um desafio significativo na contagem de quantidades devido à falta de agrupamento dos SKUs por informações específicas dos produtos. Esse problema gerava outro, relacionado à dificuldade no controle da validade, uma vez que o método FIFO (First In, First Out) não estava sendo utilizado. O FIFO é uma estratégia de gestão de estoque que prioriza a saída dos produtos que chegaram primeiro ao estoque.

Diante dessas informações, a equipe iniciou o trabalho para solucionar esses problemas. A primeira etapa será reorganizar o estoque com um layout eficaz e objetivo. Os produtos serão classificados em categorias específicas, como cervejas, destilados, energéticos e gelos. Cada SKU terá um local específico, com os produtos de maior rotatividade posicionados em locais mais estratégicos e de fácil acesso. Dessa forma, a localização dos produtos será facilitada, e a aplicação do FIFO será aprimorada, uma vez que os SKUs estarão agrupados de maneira mais organizada.

Em relação às quantidades, implementaremos uma organização por amarração dos produtos, que consiste em agrupar itens de forma específica para facilitar a contagem, o armazenamento e o acesso. Ao agrupar itens em quantidades definidas — como caixas, pacotes ou conjuntos de produtos — a contagem torna-se mais eficiente e menos propensa a erros.

A amarração também permite aproveitar melhor o espaço disponível, pois os itens são compactados e organizados de maneira a maximizar o volume ocupado. Agrupar itens menores em unidades maiores torna o manuseio mais prático e seguro, reduzindo o risco de danos e perdas. A otimização do espaço e a redução de erros na contagem podem resultar em economia de custos com armazenamento e gestão de estoque.

Agora, vamos detalhar a implantação do layout na área de vendas. Como o espaço é pequeno, precisamos ser estratégicos na disposição dos produtos. Como o foco da loja é a venda de bebidas, os freezers deverão estar posicionados logo à frente da porta para melhor visualização pelos clientes. Ao lado dos freezers, teremos prateleiras com snacks e outros produtos à venda, sempre oferecendo uma boa variedade para atender melhor os clientes.

Com essas melhorias aplicadas, esperamos alcançar um layout eficaz e contribuir para o sucesso da adega.

6.4 CURVA ABC

A curva ABC é um método de análise que envolve a categorização de itens com base em seu valor. É comumente utilizado no controle de estoque, embora tenha outras aplicações.

Na prática, a curva ABC ajuda as empresas a identificarem os produtos mais valiosos em relação à demanda dos clientes.

6.4.1 Três classificações usadas na análise curva ABC:

Em um depósito, existem vários itens estocados e cada um deles possui um valor diferente. Uma maneira de diferenciar produtos com base em seu valor é segmentá-los em categorias (A, B e C). Como existem muitas maneiras de definir o valor, essa classificação pode ser baseada em vários critérios, incluindo receita de vendas anual, margem de lucro média, volume de vendas anual ou valor de consumo anual.

O Princípio de Pareto, também conhecido como Lei 80/20, dita que 80% do volume de vendas é gerado a partir de 20% dos itens em estoque. Essa regra de 80/20 é o que compõe as categorias da curva ABC e ajuda a identificar a categoria de itens que impacta no faturamento anual.

A curva de experiência ABC, também chamada de análise de Pareto ou regra 80/20, é um método de categorização de estoques, cujo objetivo é determinar quais são os produtos mais importantes de uma empresa. Foi desenvolvido pelo consultor de qualidade romeno-americano Joseph Moses Juran, que verificou que 80% dos problemas são geralmente causados por 20% dos fatores. O nome "Pareto" é uma homenagem ao economista italiano Vilfredo Pareto, que em um estudo observou que 80% das riquezas são concentradas nas mãos de 20% da população, sendo que boa parte do entendimento da curva ABC se deve a esse estudo de Pareto.

A partir da classificação ABC é possível identificar os itens que necessitam de atenção e tratamento adequado, pois existem itens com grande quantidade física, porém com baixa importância financeira, por serem de pequeno valor dentro do estoque, contudo, outros itens possuem pequena quantidade física, porém com alta importância financeira, por serem de grande valor dentro do conjunto do estoque. O método ABC torna-se uma ferramenta gerencial

bastante simples e eficaz para a classificação dos itens componentes do estoque, principalmente quanto a sua importância financeira.

Os itens de classificação A são muito importantes e, normalmente, eles têm um valor alto ou são vendidos em grandes volumes.

Os itens de classificação B são importantes, mas menos importantes do que os itens A e mais importantes do que os itens C. Estes são normalmente de nível médio em valor de estoque e demanda.

Os itens de classificação C são menos importantes, comparado as duas categorias anteriores A e B, pois normalmente possui um baixo valor de estoque.

Na prática a classificação representa as porcentagens abaixo:

- Produtos de alto valor (consumo ou demanda) e que correspondem a 80% das vendas totais;
- Produtos de valor médio (consumo ou demanda) e que respondem por 15% do faturamento;
- Produtos de baixo valor (consumo ou demanda) e que são responsáveis por 5% das transações de venda.

6.4.2 Aplicabilidade curva ABC

É importante fazer toda listagem dos produtos existentes em estoque reunindo o máximo de dados dos itens avaliados, para se ter clareza de todos os itens que são trabalhados na empresa. Portanto a descrição da mercadoria, valor unitário do produto, quantidade vendida em um determinado período e valor total do item devem ser relacionados.

Em seguida, essas informações podem ser disponibilizadas na planilha de Excel ou em uma plataforma digital, como um ERP, um sistema de gestão integrada.

Deve ser calculada a representatividade da mercadoria no total de vendas da empresa, e para isso, basta dividir o total de mercadorias do seu negócio pelo total de vendas obtidas em um determinado período.

Feito o cálculo da representatividade de todos os produtos da empresa, chegou a hora de classificá-los na Curva ABC. Em sua tabela, selecione quais são as mercadorias que, juntas, representam mais de 80% do faturamento da empresa. Estas devem ser classificadas na curva A.

Já os itens B e C devem ser categorizados de acordo com a expressividade dos resultados na tabela. Sendo B, que totalizam 15% do total de vendas, e C, 5%.

7 CAPÍTULO II – PROPOSTA DE MELHORIA

7.1 SKU

Após a realização de algumas visitas no estabelecimento, foi possível identificar uma falta de controle em relação ao estoque do estabelecimento, não tendo uma noção na quantidade de itens e variedade existente, portanto faremos um desenvolvimento de planilhas para controle de estoque, onde será feito todo um levantamento in loco dos materiais para conseguir estimar a real quantidade e variedade dos itens.

Para o desenvolvimento dos códigos SKU's mencionados abaixo, foi levado em consideração as iniciais de cada produto, a variação de sabores e a litragem e ou peso de cada item. Trazendo uma forma dinâmica para que o empreendedor consiga localizar com facilidade seus produtos de maneira sistêmica.

ENERGETICOS			
MARCA	SABOR	LITRAGEM	SKU
TSUNAMI	MAÇA VERDE	2L	TSUMV2
TSUNAMI	MELANCIA	2L	TSUMEL2
BIG BOSS	ORIGINAL	2L	BB2
BALY	COCO	2L	BLCC2
BALY	TROPICAL	2L	BLTR2
BALY	MELANCIA	2L	BLMEL2
BALY	MORANGO/ PESSEGO	2L	BLMP2
MONSTER	ORIGINAL	473 ml	MS473
MONSTER	MORANGO/ PESSEGO	473 ml	MSMP473
MONSTER	MELANCIA	473 ml	MSMEL473
RED BULL	MELANCIA	250 ml	RBMEL250

Tabela 1: Energéticos

DESTILADOS			
MARCA	SABOR	LITRAGEM	SKU
COROTE	MORANGO	450 ML	CRMO450
COROTE	LIMÃO	450 ML	CRLI450
COROTE	LARANJA	450 ML	CRLA450
SKOL BEATS	LIMAO	269 ml	SKLI269
SKOL BEATS	ORIGINAL	269 ml	SK269
51 ICE		275ml	ICE275
LEONOFF ICE		275ml	LICE275
ASKOV ICE		275ml	AICE275
GIN INTENCION	MELANCIA	900 ml	GIMEL900
GIN INTENCION	MAÇA VERDE	900 ml	GIMV900
GIN ETERNITY	MORANGO	900 ml	GEMO900

Tabela 2: Destilados

ALIMENTOS			
MARCA	SABOR	PESO	SKU
SUCO TANG	LARANA		STLA
SUCO TANG	LIMÃO		STLI
SUCO TANG	UVA		STU
TORCIDA	CHURRASCO		TCHU
TORCIDA	PIMENTA MEXICANA		TPMEX
BUBALOO	MORANGO		BLMO
BUBALOO	TUTTI-FRUTTI		BLTF
TRIDENT	MELANCIA		TRMEL
TRIDENT	HORTELÃ		TRHOR
HALLS	EUCALIPTO		HALE
HALLS	MORANGO		HALM
HALLS	CEREJA		HALC

Tabela 3: Alimentos

REFRIGERANTE / NÃO ALCOOLICOS			
MARCA	SABOR	LITRAGEM	SKU
CONQUISCOLA	COLA	2L	CQC2
CONQUISCOLA	LARANJA	2L	CQLA2
CONQUISCOLA	GUARANA	2L	CQG2
TAUBAIANA	GUARANA	2L	TAUBG2
SPRITE	LIMÃO	2L	SPLI2
CONTICOLA	COLA	2L	CTC2
GUARANA ANTARTICA	GUARANA	2L	GUA2
COCA COLA	COLA	2L	CC2
COCA COLA	ZERO	2L	CCZ2
COCA COLA	ZERO	600 ml	CCZ600
COCA COLA		1L	CC1
H2OH	natural	1L	H2O1
H2OH	natural	500 ml	H2O500
SCHWEPPS		350 ml	SCH350
TONICA		350 ml	TON350
FANTA	LARANJA	200 ml	FTL200
GUARANA ANTARTICA	GUARANA	200 ml	GUA200
COCA COLA	COCA	200 ml	CC200
DELL VALE	UVA	500 ml	DVU500
DELL VALE	LARANJA	500 ml	DVL500
GUARANA ANTARTICA	GUARANA	350 ml	GUA350
FANTA	UVA	350 ml	FTL350
AGUA		510 ml	AG510

Tabela 4: Refrigerante / Não alcoólicos

GELOS	
SABOR	SKU
COCO	GL01
MARACUJA	GL02
MORANGO	GL03
MELANCIA	GL04

Tabela 5: Gelos

CERVEJA			
MARCA	SABOR	LITRAGEM	SKU
BUDWEISER		330 ml	BD330
HEINEKEN		330 ml	HK330
MOINHO REAL		330 ml	MR330
CONTI		350 ml	CT350
BRAHMA		350 ml	BH350
BRAHMA	DUPLO MALTE	350 ml	BHDM350
SKOL		350 ml	SK350
BOA		350 ml	BOA350
AMSTEL		355 ml	AM355
SOL		355 ml	SOL355
MOINHO REAL		350 ml	MR350
LOKAL		350 ml	LK350
HEINEKEN		350 ml	HK350
BURGUESA		350 ml	BG350
SAMBA		350 ml	SB350
CONTI	ZERO GRAU	350 ml	CT350
CRYSTAL		350 ml	CR350
BAVARIA		350 ml	BV350
BRAHMA	TRADICIONAL	350 ml	BH350
BRAHMA	0 ALCOOL	350 ml	BH350
BRAHMA	DUPLO MALTE	350 ml	BHDM350
SKOL		350 ml	SK350
BOA		350 ml	BOA350
ORIGINAL		350 ml	ORI350
SKOL		350 ml	SK350
SKOL		550 ml	SK550
HEINEKEN		600ml	HK600
BRAHMA	DUPLO MALTE	600 ml	BHDM600
BUDWEISER		600 ml	BD600
SKOL		600 ml	SK600
BOA		600 ml	BOA600
BRAHMA	DUPLO MALTE	1 L	BHDM1
BRAHMA		1L	BH1
BUDWEISER		1 L	BD1
SKOL		1 L	SK1
BOA		1 L	BOA1

Tabela 6: Cervejas

7.2 GIRO DE ESTOQUE

Embasando- se no estoque atual, é possível identificar oportunidades para a melhoria e desenvolvimento de uma armazenagem eficaz, onde o proprietário conseguirá manter somente a quantidade necessária visto a disposição de espaço, com facilidade em determinar a sua necessidade de compra e reposição.

Atualmente o ambiente dispõe de uma grande variedade de marcas de um determinado produto, onde ele não possui a informação de saída dessas mercadorias, gerando um gargalo em suas compras, uma vez que o proprietário não identifica qual marca manter, o giro que essa mercadoria possui, e se realmente é vantajoso que se mantenha trabalhando com tal variedade de marcas,

Ao avaliar o seu estoque inicial de cada mercadoria durante seis meses, e acompanhar suas vendas, conseguimos a média do seu estoque, e foi possível identificar uma variável, levando em consideração a sazonalidade, foi identificado 4 giros mensais para o seu estoque, podendo variar em até 6 giros mensais dependendo o período do ano, sendo possível que o empresário já possuía essa previsão.

De acordo com o giro de estoque definido para a empresa na atualidade, foi possível que o proprietário já sanasse uma de suas necessidades, definindo quais as marcas o rendiam lucro, sendo possível aumentar o investimento nas mesmas e mantendo um estoque de segurança dos itens, desta forma reduziu gastos com a compra de mercadorias que não tinham giro e ocupavam espaço em seus expositores e estoque.

Atualmente possui maior controle financeiro, com qualidade e eficiência em seus serviços, conquistando maior lucratividade para seu empreendimento e entregando melhor atendimento, com agilidade e produtos de alta procura, conseguindo evitar que haja eventuais faltas em momentos de maior busca, podendo também ajustar caso necessário o seu giro de estoque para cada época sazonal.

7.3 LAYOUT

O layout para nosso projeto será focado ao comércio, a organização tanto da área de vendas quanto do estoque de um estabelecimento. Seu objetivo principal é otimizar o uso do espaço físico, garantindo uma experiência de compra fluida para o cliente e agilizando as operações internas.

Concentrado na eficiência operacional, organiza o armazenamento de mercadorias de forma a otimizar o espaço, facilitar a localização e a movimentação dos produtos. Um layout de estoque bem planejado contribui para a redução de custos, minimiza erros e garante a disponibilidade dos itens para venda.

Tão importante como o estoque, o espaço físico da área de venda, que inclui a disposições de produtos, A organização do espaço físico de uma loja, inclui a disposição dos produtos, a localização do caixa, a fachada, as gôndolas, entre outros. Um bom layout de loja deve considerar a comodidade do cliente, a experiência de visualização e o acesso aos produtos.

Através do estudo de caso na Adega Barber Surf, foi possível identificar uma grande oportunidade para aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso técnico em logística.

Com uma análise mais técnica, observou-se que o estoque estava carente de um layout mais profissional e bem elaborado. Os principais problemas incluíam a dificuldade de visualização dos produtos, que estavam dispersos, dificultando sua localização. Além disso, havia um desafio significativo na contagem de quantidades devido à falta de agrupamento dos SKUs por informações específicas dos produtos. Esse problema gerava outro, relacionado à dificuldade no controle da validade, uma vez que o método FIFO (First In, First Out) não estava sendo utilizado. O FIFO é uma estratégia de gestão de estoque que prioriza a saída dos produtos que chegaram primeiro ao estoque.

Diante dessas informações, a equipe iniciou o trabalho para solucionar esses problemas. A primeira etapa será reorganizar o estoque com um layout eficaz e objetivo. Os produtos serão classificados em categorias específicas, como cervejas, destilados, energéticos e gelos. Cada SKU terá um local específico, com os produtos de maior rotatividade posicionados em locais mais estratégicos e de fácil acesso. Dessa forma, a localização dos produtos será facilitada, e a aplicação do FIFO será aprimorada, uma vez que os SKUs estarão agrupados de maneira mais organizada.

Em relação às quantidades, será feito uma organização por amarração dos produtos, que consiste em agrupar itens de forma específica para facilitar a contagem, o armazenamento e o acesso. Ao agrupar itens em quantidades definidas como caixas, pacotes ou conjuntos de

produtos a contagem torna-se mais eficiente e menos propensa a erros.

A amarração também permite aproveitar melhor o espaço disponível, pois os itens são compactados e organizados de maneira a maximizar o volume ocupado. Agrupar itens menores em unidades maiores torna o manuseio mais prático e seguro, reduzindo o risco de danos e perdas. A otimização do espaço e a redução de erros na contagem podem resultar em economia de custos com armazenamento e gestão de estoque.

Agora, vamos detalhar a implantação do layout na área de vendas. Como o espaço é pequeno, precisamos ser estratégicos na disposição dos produtos. Como o foco da loja é a venda de bebidas, os freezers deverão estar posicionados logo à frente da porta para melhor visualização pelos clientes. Ao lado dos freezers, teremos prateleiras com snacks e outros produtos à venda, sempre oferecendo uma boa variedade para atender melhor os clientes.

Com essas melhorias aplicadas, esperamos alcançar um layout eficaz e contribuir para o sucesso da adega.

PROBLEMA

Adega Barber Surf enfrenta um desafio comum a muitos pequenos negócios a desorganização e a limitação de espaço em seu estoque. A área destinada ao armazenamento de produtos é limitada, e a disposição caótica dos itens dificulta significativamente a gestão eficiente das operações.

A principal consequência dessa situação é a dificuldade em localizar produtos. A busca por itens específicos se torna demorada e frustrante, para os funcionários. Além disso, a impossibilidade de identificar rapidamente a quantidade de cada produto em estoque impede a reposição adequada, aumentando o risco de falta de itens e comprometendo o planejamento de compras. A mistura de produtos com diferentes datas de validade agrava a situação, elevando o risco de perdas por vencimento e gerando prejuízos financeiros.

A falta de organização por categorias também impacta negativamente as operações da adega. A dificuldade em localizar rapidamente os produtos mais vendidos dificulta o atendimento aos clientes e pode levar à perda de vendas. Além disso, a falta de um sistema de organização adequado como amarrações aumenta o risco de avarias nos produtos, gerando perdas financeiras e comprometendo a qualidade dos itens oferecidos aos clientes.

A área de vendas enfrenta um problema recorrente: a falta de organização com produtos fora de categoria. Essa desordem visual dificulta a identificação dos itens pelos clientes,

prejudicando a experiência de compra e impactando diretamente nas vendas.



Imagem 1: Estoque de bebidas desorganizado



Imagem 2: Freezer desorganizado



Imagem 3: Geladeira de bebidas alcoólicas

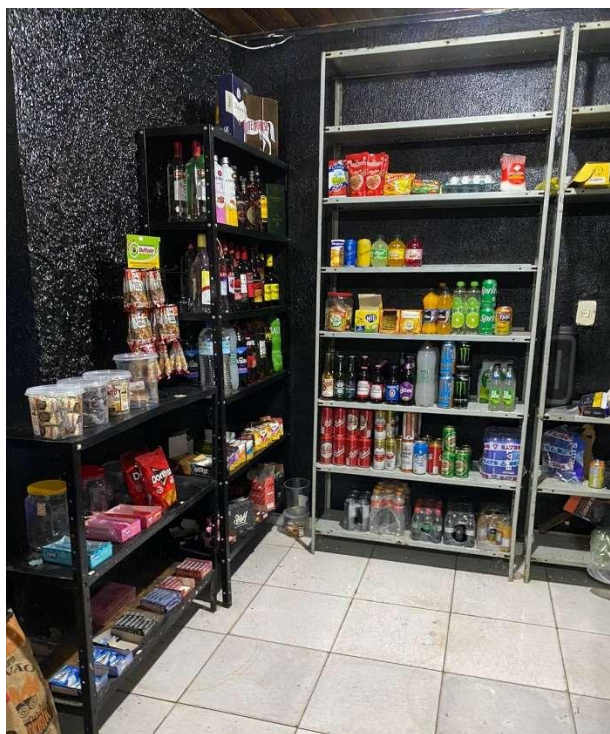


Imagem 4: Estoque de bebidas quentes e Snacks

Visando soluções eficientes que não pesaria no financeiro do proprietário da Adega

Barber Surf, fizemos melhorias em seu layout simples, mais que seria de grande importância para seu estoque.

Começamos agrupando todos os produtos por categoria e marcas, cervejas, refrigerantes, energéticos, acabando com a mistura dos produtos que dificultava a localização e controle. Com isso verificamos a validade de todos os produtos fazendo o FIFO, priorizando os SKUs que entraram primeiro em cima, e os que chegaram depois em baixo, este trabalho se faz necessário pois não irá ficar mercadoria vencida e evitará perdas.

Com um estudo verificamos os produtos com mais saída e deixamos eles em uma disposição de forma estratégica fácil para ser localizados. O sistema de amarrações foi utilizado para que não tenham avarias em seus produtos.

As organizações não ficaram apenas no estoque mais também nos freezers e na área de venda, que foi totalmente organizado levando o mesmo padrão do estoque. O espaço de vendas organizado trouxe uma disposição mais estratégica e atrativa dos produtos, que é fundamental para chamar a atenção dos consumidores e impulsionar as vendas.

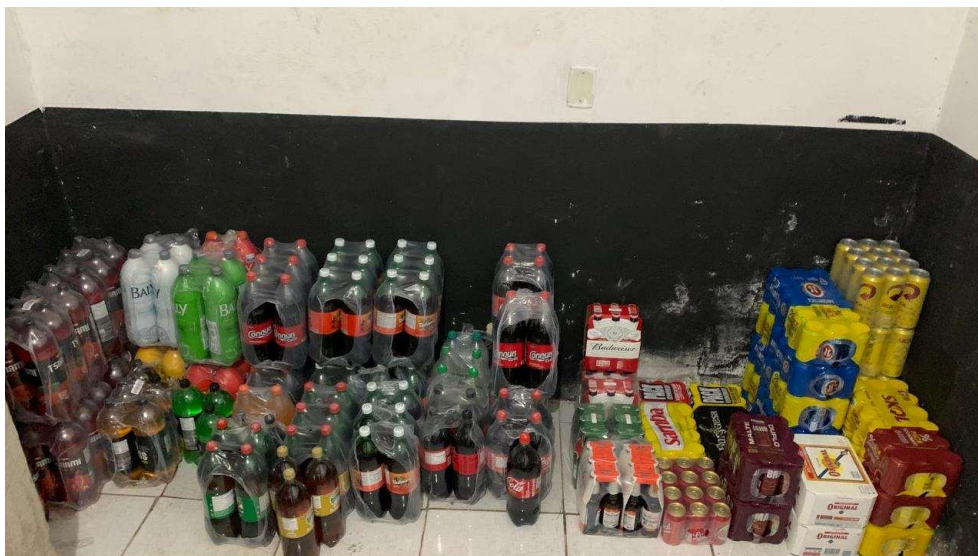


Imagem 5: Estoque de bebidas organizado



Imagem 6: Freezer de gelos organizado.



Imagem 7: Freezer de bebidas organizado.



Imagem 8: Prateleiras de bebidas organizada.

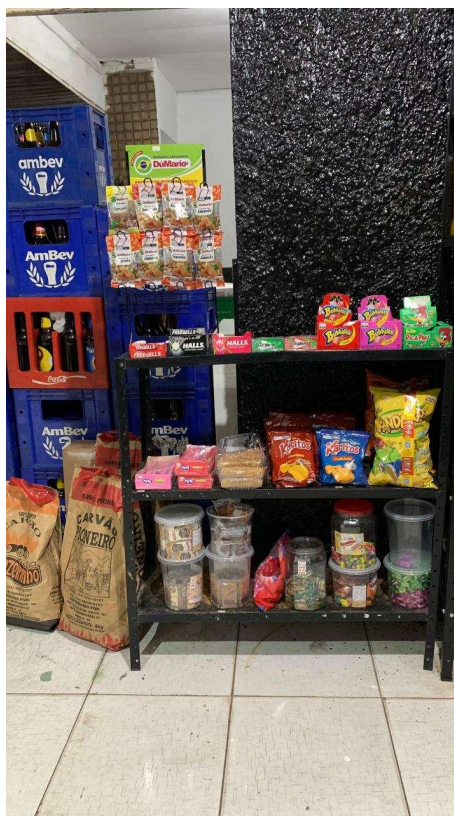


Imagem 9: Prateleiras de snacks organizado.



Imagem 10: Prateleiras de snacks e bebidas organizados

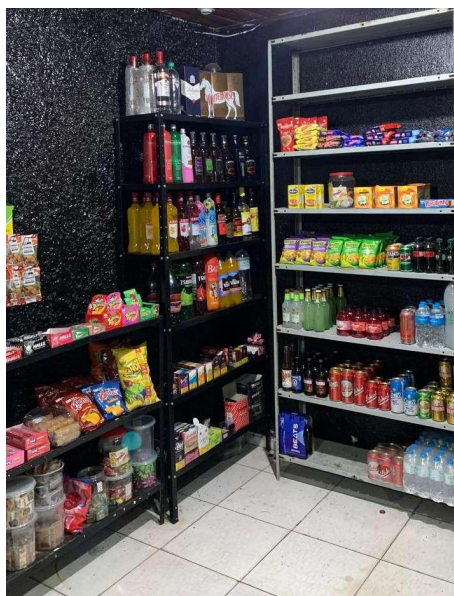


Imagem 11: Prateleiras de snacks e bebidas organizados

8 CURVA ABC

Com um Layout totalmente desorganizado, o empresário tinha dificuldade de identificar tais produtos que tinham necessidade de ser abastecidos na geladeira ou de ser expostos na prateleira, principalmente aqueles produtos que necessitavam serem comprados, dificultando muito a compra exata de mercadorias, fazendo com que seu estoque esteja com quantidades desajustadas, pois diversas vezes já foi relatado pelo proprietário que em certas ocasiões clientes pediam uma certa bebida, e ele não tinha em estoque, por falta de conferência e prioridade nas compras.

Após todos os produtos serem listados e planilhados, conseguimos visualizar de forma exata onde estaria o problema e sucessivamente, encontramos uma opção de melhoria, utilizando o resultado do levantamento da curva ABC. Para otimizar o resultado, fizemos um balanço em um dia específico: sexta-feira, que costuma ter uma média de venda aproximada, juntamente com os dias: sábado e domingo.

REFRIGERANTE / NÃO ALCOOLICOS					
MARCA	SABOR	LITRAGEM	QTDE 01/11	VALOR COMRPA	VALOR VENDA
CONQUISCOLA	COLA	2L	14	R\$ 3,50	R\$ 5,50
CONQUISCOLA	LARANJA	2L	2	R\$ 3,50	R\$ 5,00
CONQUISCOLA	GUARANA	2L	6	R\$ 3,50	R\$ 5,50
TAUBAIANA	GUARANA	2L	30	R\$ 3,69	R\$ 6,00
SPRITE	LIMÃO	2L	6	R\$ 7,00	R\$ 9,00
CONTICOLA	COLA	2L	16	R\$ 3,50	R\$ 55,00
GUARANA ANTARTICA	GUARANA	2L	6	R\$ 5,00	R\$ 8,00
COCA COLA	COLA	2L	20	R\$ 8,10	R\$ 11,00
COCA COLA	ZERO	2L	4	R\$ 8,10	R\$ 11,00
COCA COLA	ZERO	600 ml	3	R\$ 4,09	R\$ 6,00
COCA COLA	COLA	1L	4	R\$ 5,09	R\$ 8,00
H2OH	NATURAL	1L	4	R\$ 4,69	R\$ 8,00
H2OH	NATURAL	500 ml	3	R\$ 3,09	R\$ 6,00
SCHWEPPS		350 ml	2	R\$ 3,20	R\$ 5,00
TONICA		350 ml	2	R\$ 2,20	R\$ 5,00
FANTA	LARANJA	200 ml	3	R\$ 0,89	R\$ 3,00
GUARANA ANTARTICA	GUARANA	200 ml	4	R\$ 0,79	R\$ 3,00
COCA COLA	COCA	200 ml	3	R\$ 0,99	R\$ 3,00
DELL VALE	UVA	500 ml	5	R\$ 3,50	R\$ 7,00
DELL VALE	LARANJA	500 ml	4	R\$ 3,00	R\$ 7,00
GUARANA ANTARTICA	GUARANA	350 ml	5	R\$ 2,99	R\$ 5,00
FANTA	UVA	350 ml	5	R\$ 3,20	R\$ 5,00
AGUA		510 ml	12	R\$ 1,09	R\$ 3,00

Tabela 7: Levantamento de volume refrigerantes / não alcoolicos

CERVEJA					
MARCA	SABOR	LITRAGEM	QTDE 01/11	VALOR COMRPA	VALOR VENDA
BUDWEISER		330 ml	18	R\$ 4,30	R\$ 6,50
HEINEKEN		330 ml	12	R\$ 6,50	R\$ 8,00
MOINHO REAL		330 ml	12	R\$ 3,90	R\$ 6,00
CONTI		350 ml	6	R\$ 1,89	R\$ 3,00
BRAHMA LATA		350 ml	18	R\$ 3,40	R\$ 5,00
BRAHMA	DUPLO MALTE	350 ml	24	R\$ 3,90	R\$ 6,00
SKOL LATA		350 ml	54	R\$ 2,70	R\$ 5,00
BOA		350 ml	90	R\$ 2,70	R\$ 5,00
AMSTEL		355 ml	16	R\$ 3,90	R\$ 5,00
SOL		355 ml	12	R\$ 4,20	R\$ 7,00
MOINHO REAL		350 ml	12	R\$ 2,20	R\$ 3,50
LOKAL		350 ml	12	R\$ 1,89	R\$ 2,50
HEINEKEN		350 ml	12	R\$ 4,09	R\$ 7,00
BURGUESA		350 ml	18	R\$ 2,09	R\$ 3,00
SAMBA		350 ml	18	R\$ 1,90	R\$ 2,50
CONTI	ZERO GRAU	350 ml	6	R\$ 1,90	R\$ 3,00
CRYSTAL		350 ml	6	R\$ 1,90	R\$ 3,00
BAVARIA		350 ml	12	R\$ 2,00	R\$ 3,00
BRAHMA LITRINHO		350 ml	96	R\$ 1,99	R\$ 3,50
SKOL LITRINHO		350ml	96	R\$ 1,99	R\$ 3,50
BRAHMA	0 ALCOOL	350 ml	6	R\$ 3,00	R\$ 4,00
ORIGINAL		350 ml	24	R\$ 3,90	R\$ 5,00
SKOL		550 ml	12	R\$ 4,00	R\$ 5,00
HEINEKEN		600ml	24	R\$ 8,40	R\$ 12,00
BRAHMA	PURO MALTE	600 ml	24	R\$ 6,20	R\$ 8,00
BUDWEISER		600 ml	24	R\$ 6,20	R\$ 8,00
SKOL		600 ml	48	R\$ 4,50	R\$ 7,00
BOA		600 ml	24	R\$ 4,50	R\$ 7,00
BRAHMA	PURO MALTE	1 L	48	R\$ 8,00	R\$ 12,00
BRAHMA		1L	24	R\$ 6,99	R\$ 10,00
BUDWEISER		1 L	12	R\$ 8,50	R\$ 12,00
SKOL		1 L	48	R\$ 6,99	R\$ 10,00
BOA		1 L	24	R\$ 6,79	R\$ 10,00

Tabela 8: Levantamento de volume de cervejas

ENERGETICOS					
MARCA	SABOR	LITRAGEM	QTDE 01/11	VALOR COMRPA	VALOR VENDA
TSUNAMI	MAÇA VERDE	2L	3	R\$ 4,59	R\$ 8,00
TSUNAMI	MELANCIA	2L	25	R\$ 4,59	R\$ 8,00
BIG BOSS	ORIGINAL	2L	5	R\$ 4,59	R\$ 8,00
BALY	COCO	2L	4	R\$ 8,69	R\$ 12,00
BALY	TROPICAL	2L	6	R\$ 8,69	R\$ 12,00
BALY	MELANCIA	2L	6	R\$ 8,69	R\$ 12,00
BALY	MORANGO/ PESSEGO	2L	4	R\$ 8,69	R\$ 12,00
MONSTER	ORIGINAL	473 ml	18	R\$ 6,99	R\$ 10,00
MONSTER	MORANGO/ PESSEGO	473 ml	2	R\$ 6,99	R\$ 10,00
MONSTER	MELANCIA	473 ml	10	R\$ 6,99	R\$ 10,00
RED BULL	MELANCIA	250 ml	3	R\$ 7,99	R\$ 12,00

Tabela 9: Levantamento de volume de energéticos

DESTILADOS					
MARCA	SABOR	LITRAGEM	QTDE 01/11	VALOR COMRPA	VALOR VENDA
COROTE	MORANGO	450 ML	2	R\$ 2,09	R\$ 5,00
COROTE	LIMÃO	450 ML	1	R\$ 2,09	R\$ 5,00
COROTE	LARANJA	450 ML	0	R\$ 2,09	R\$ 5,00
SKOL BEATS	LIMAO	269 ml	3	R\$ 4,99	R\$ 8,00
SKOL BEATS	ORIGINAL	269 ml	1	R\$ 4,99	R\$ 8,00
51 ICE		269ml	0	R\$ 2,99	R\$ 6,00
LEONOFF ICE		269ml	0	R\$ 3,99	R\$ 6,00
ASKOV ICE		269ml	0	R\$ 3,99	R\$ 6,00
GIN INTENCION	MELANCIA	100ml	35	R\$ 2,99	R\$ 10,00
GIN INTENCION	MAÇA VERDE	100ml	27	R\$ 2,99	R\$ 10,00
GIN ETERNITY	MORANGO	100ml	18	R\$ 2,99	R\$ 10,00
WHISKY WHITE HORSE		100ML	30	R\$ 7,49	R\$ 18,00
WHISKY BALLANTINES		100ml	20	R\$ 8,99	R\$ 18,00
WHISKY PASSPORT		100ml	10	R\$ 3,99	R\$ 12,00
WHISKY CHANCELER		100ml	10	R\$ 1,99	R\$ 8,00

Tabela 10: Levantamento de volume de destilados

GELOS			
SABOR	QTDE 01/11	VALOR COMRPA	VALOR VENDA
COCO	100	R\$ 1,99	R\$ 3,50
MARACUJA	90	R\$ 1,99	R\$ 3,50
MORANGO	27	R\$ 1,99	R\$ 3,50
MELANCIA	95	R\$ 1,99	R\$ 3,50

Tabela 11: Levantamento de volume de gelos

RELATÓRIO DE VENDAS:

REFRIGERANTE / NÃO ALCOOLICOS						
MARCA	LITRAGEM	QTD ESTOQ	QTD VENDA	VALOR COMPRA	VALOR VENDA	TOTAL
CONQUISCOLA	2L	14	6	R\$ 3,50	R\$ 5,50	R\$ 33,00
COCA COLA	2L	20	8	R\$ 8,10	R\$ 11,00	R\$ 88,00
TAUBAIANA	2L	30	7	R\$ 3,69	R\$ 6,00	R\$ 42,00
CONTICOLA	2L	16	6	R\$ 3,69	R\$ 5,50	R\$ 33,00
ANTÁRTICA	2L	6	2	R\$ 5,00	R\$ 8,00	R\$ 16,00
TOTAL		86	29			R\$ 130,00

Tabela 12: Relatório de vendas de refrigerante / não alcoólicos

CERVEJA						
MARCA	LITRAGEM	QTD ESTOQ	QTD VENDA	VALOR COMPRA	VALOR VENDA	TOTAL
HEINEKEN	600ML	24	2	R\$ 8,40	R\$ 12,00	R\$ 24,00
SKOL LATA	350ML	54	12	R\$ 2,70	R\$ 5,00	R\$ 60,00
SKOL LITRINHO	350ML	96	24	R\$ 1,99	R\$ 3,50	R\$ 84,00
BOA LITRINHO	350ML	96	12	R\$ 1,99	R\$ 3,50	R\$ 42,00
BOA	1L	24	24	R\$ 6,79	R\$ 10,00	R\$ 240,00
SKOL	1L	48	10	R\$ 6,99	R\$ 10,00	R\$ 100,00
TOTAL		294	74			R\$ 550,00

Tabela 13: Relatório de vendas de cervejas

ENERGETICOS						
MARCA	LITRAGEM	QTD ESTOQ	QTD VENDA	VALOR COMPRA	VALOR VENDA	TOTAL
MONSTER	473ml	30	15	R\$ 6,99	R\$ 10,00	R\$ 150,00
REDBULL	250ml	16	2	R\$ 7,99	R\$ 12,00	R\$ 24,00
BALLY	2L	20	8	R\$ 8,69	R\$ 12,00	R\$ 96,00
BALY DOSE	400ml	100	35	R\$ 1,73	R\$ 4,00	R\$ 140,00
TOTAL		166	60			R\$ 410,00

Tabela 14: Relatório de vendas de energéticos

DESTILADOS						
MARCA	LITRAGEM	QTD ESTOQ	QTD VENDA	VALOR COMPRA	VALOR VENDA	TOTAL
COROTE	450ml	3	3	2,09	R\$ 5,00	R\$ 15,00
GIN MELANCIA	100ml	35	10	R\$ 2,99	R\$ 10,00	R\$ 100,00
GIN MAÇA VERDE	100ml	27	7	R\$ 2,99	R\$ 10,00	R\$ 70,00
WISKHY WHITE HORSE	100ml	30	25	R\$ 7,49	R\$ 15,00	R\$ 375,00
WHISKY BALLANTINES	100ml	20	8	R\$ 8,99	R\$ 15,00	R\$ 120,00
WHISKY PASSPORT	100ml	10	10	R\$ 3,99	R\$ 12,00	R\$ 120,00
WHISKY CHANCELER	100ml	10	10	R\$ 1,99	R\$ 8,00	R\$ 80,00
TOTAL		122	60			R\$ 880,00

Tabela 14: Relatório de vendas de destilados

GELOS					
SABOR	QTD ESTOQ	QTD VENDA	VALOR COMPRA	VALOR VENDA	TOTAL
COCO	100	25	R\$ 1,99	R\$ 4,00	R\$ 100,00
MARACUJA	90	15	R\$ 1,99	R\$ 4,00	R\$ 60,00
MORANGO	27	8	R\$ 1,99	R\$ 4,00	R\$ 32,00
MELANCIA	95	12	R\$ 1,99	R\$ 4,00	R\$ 48,00
TOTAL	217	60			R\$ 240,00

Tabela 15: Relatório de vendas de gelos

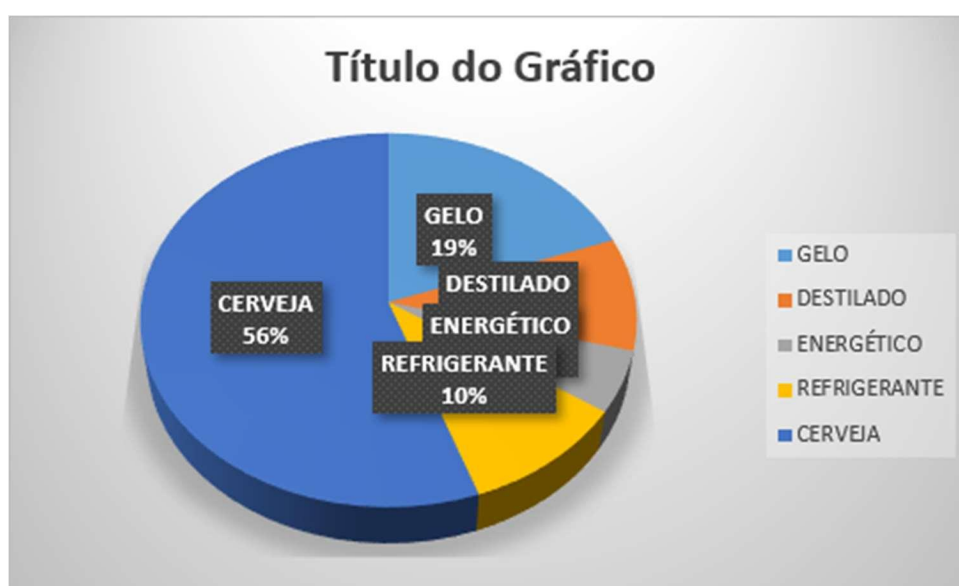


Gráfico demonstrativo produtos ABC

De acordo com os dados acima informados, foi feita a orientação para o aumento do investimento de capital e controlar os níveis de estoque juntamente com os SKU's de cerveja, pois há uma grande variedade deste tipo de produto, porém as que são vendidas são as mais comuns, uma média de 4 marcas, apenas. Diante disto, o aproveitamento de espaço físico e de recursos financeiros, trarão benefícios sustentáveis para seu negócio, onde ele poderá investir e ter o PAYBACK reduzido, aumentando seu capital de giro e consolidando a saúde financeira do empreendimento.

9 CONCLUSÃO

Após a realização deste estudo, podemos concluir que a identificação e implementação de melhorias com base em estudos técnicos, traz ganhos significativos para o empreendimento.

Os resultados obtidos demonstram que a implementação de um layout simples aponta uma melhoria significativa em relação a exposição de produtos na área de venda, a organização dentro da área de armazenagem, melhora a identificação rápida dos produtos, facilitando o FIFO e o inventário semanal, onde é utilizado esses dados para efetuar a próxima compra.

A análise dos dados revelou que o Layout, identificação de SKU's e o Giro de estoque estavam prejudicados, de modo que numa próxima compra o proprietário não conseguia identificar todos os produtos faltantes, fazendo com que no período semanal ele perdesse algumas vendas por não ter esses produtos em seu estabelecimento.

Esses dados são consistentes com a literatura existente sobre Cadeia de Suprimentos e Gestão de Estoque, sugerem que a aplicação destes conceitos melhore os processos da Adega, desde a escolha das mercadorias, fornecedores e preços, até o objetivo final que é a venda e a satisfação dos consumidores.

É importante ressaltar que este estudo não está isento de limitações. As principais limitações encontradas foram espaço de armazenagem, estrutura física e falta de conhecimento teórico do empresário. No entanto, acreditamos que os resultados obtidos sejam representativos e confiáveis, desde que aplicados corretamente e que acabe se tornando uma prática cada vez mais intensa, para que diminua todos os gargalos encontrados.

Em resumo, este TCC alcançou seus objetivos e demonstrou que Gerenciamento de Estoque e Cadeia de Suprimentos são essenciais para qualquer empresa, seja ela de pequeno, médio ou grande porte, onde pequenas informações e detalhes, trazem grandes diferenças para dentro do estabelecimento, seja em operação ou rentabilidade. Esperamos que os resultados encontrados pelo nosso grupo, contribuam para o desenvolvimento de novas estratégias e abordagens na área de Logística inbound, outbound e também em estratégias de venda e atendimento ao cliente.

REFERÊNCIAS

<https://produza.ind.br/tecnologia/layout-de-fabrica/>

<https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/download/677/420/2909#:~:text=2.1.2%20Layout%20Linear%20ou,n%C3%A3o%20pode%20alterar%20sua%20rota.>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Curva_ABC#cite_note-1

<https://produza.ind.br/tecnologia/layout-de-fabrica/>

<https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/article/download/677/420/2909#:~:text=2.1.2%20Layout%20Linear%20ou,n%C3%A3o%20pode%20alterar%20sua%20rota.>

https://www.google.com/imgres?q=layout%20posicional&imgurl=https%3A%2F%2Fwww.nucleodoconhecimento.com.br%2Fwp-content%2Fuploads%2F2020%2F01%2Farranjo-fisico-proporcional.png&imgrefurl=https%3A%2F%2Fwww.nucleodoconhecimento.com.br%2Fengenharia-de-producao%2Fleiaute&docid=8j-A_n0mp0uprM&tbnid=K111fRAWtB8CjM&vet=12ahUKEwia7_LfgL6JAxVQQ7gEHflWE NkQM3oECFsQAA..i&w=775&h=496&hcb=2&ved=2ahUKEwia7_LfgL6JAxVQQ7gEHflWENkQM3oECFsQAA

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fintranet.redeclaretiano.edu.br%2Fdownload%3Fcaminho%3D%2Fupload%2Fcms%2Frevista%2Fsumarios%2F545.pdf%26arquivo%3Dsumario3.pdf&psig=AOvVaw1eDlc_XtuMleWqC7ctGF5x&ust=1730649308944000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CBQQjRxqFwoTCPCA_42BvokDFQAAAAAdAAAAABAI