



UNICEPLAC

Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos

Curso de Administração

Projeto de Conclusão de Curso

**Administração do processo de compras
Estudo de caso em um Supermercado do Varejo – Gama/DF**

Brasília-DF

2020



UNICEPLAC

JÉSSICA ALBUQUERQUE BRAGANÇA

**Administração do processo de compras
Estudo de caso em um Supermercado do Varejo – Gama/DF**

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Administração pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Orientador: Prof. Me. Romilson Rangel Aiache

Brasília-DF

2020



UNICEPLAC

JÉSSICA ALBUQUERQUE BRAGANÇA

**Administração do processo de compras
Estudo de caso em um Supermercado do Varejo – Gama/DF**

Artigo apresentado como requisito para conclusão do curso de Bacharelado em Administração pelo Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac.

Gama, 01 de julho de 2020.

Banca Examinadora

Prof. Me. Romilson Aiache
Orientador

Prof. Andre Luiz Dutra Fenner
Examinador

Prof. Nome Completo
Examinador



UNICEPLAC

Administração do processo de compras Estudo de caso em um Supermercado do Varejo – Gama/DF

Jéssica Albuquerque Bragança¹

Resumo:

Este artigo cujo tema é Administração do Processo de Compras - Estudo de caso em um supermercado do varejo Gama/DF, tem o objetivo de mostrar o desenvolvimento do processo de compras na empresa em questão, analisando se a estratégia de compras é adequada as melhores práticas sobre a administração de compras. Foi realizada uma análise com alguns produtos a partir dos dados fornecidos pela empresa, através da ferramenta de gestão curva ABC e do controle do estoque, concluindo assim que por descuidar de fatores extremamente importantes a empresa não está seguindo as melhores práticas sobre a administração de compras.

Palavras-chave: Administração. Processo. Compras. Varejo. Supermercado.

¹ Graduando Jéssica Albuquerque Bragança do Curso Administração, do Centro Universitário do Planalto Central Aparecido dos Santos – Uniceplac. E-mail: jessicalbuquerquebraganca2016@gmail.com.



1 INTRODUÇÃO

As empresas mudaram sua forma de ver o setor de compras conforme os anos se passaram antes a área de compras era vista como a que mais gasta, atualmente é tida como uma atividade estratégica crucial pelos gestores. A função de compras pode ser responsável pela realização de lucros ou pela constatação de prejuízos, dependendo de como a empresa enxerga essa questão. É um setor que evoluiu de um departamento que via a necessidade de um item ou serviço e o adquiria da melhor forma possível (atendendo princípios de economicidade e qualidade) para um departamento especializado, realizando suas atividades de forma integrada com outros setores se tornando mais eficiente e eficaz.

O gestor que busca modificar sua empresa para que ela tenha um diferencial dos seus concorrentes e que consiga obter resultados positivos, deve buscar desenvolver seu departamento de compras com pessoal qualificado, atrelado às ferramentas que os auxiliem com processo padronizado e sistematizado.

Os profissionais de compras devem trabalhar em equipe e ter boas relações com os fornecedores que apesar de serem do ambiente externo da empresa, influenciam no desenvolvimento da aquisição dos bens ou serviços. Saber negociar e sempre ver os fornecedores como parceiros, afinal depende dele conseguir bons preços, prazos, rápido tempo de entrega e realizar negociações que promova o produto negociado. Então investir em profissionais qualificados, que buscam mais conhecimentos e informações, que trabalhe juntamente com as novas tendências e inovações do mercado, essa empresa terá maiores chances de obter êxito em seus objetivos e metas.

As estratégias em relações aos processos de compras foram se aperfeiçoando. Hoje em dia existem vários canais pelos quais se obtém o produto que se deseja, porém, precisa ser analisado qual desses meios é mais vantajoso, atacados, distribuidores e industrias, tem metas, prazos, objetivos e estratégias diferentes para conquistar o cliente, por isso deve-se ser realizado um estudo minucioso para ser escolhido a forma e com quem será realizado a compra.

O objetivo de toda empresa é diminuir seus gastos, por isso o departamento de compras passou a ser visto como estratégico, é através das negociações realizadas, do valor e



UNICEPLAC

da qualidade do produto é que se distingue se sua compra foi realizada com as melhores práticas.

É preciso entender que a área de compras não é estanque, possuindo interdependências com outras áreas da empresa. Uma delas, muito importante, é a área de estoques, pois olhar para ela é fundamental para o planejamento das compras. A boa comunicação entre essas áreas define uma das boas práticas para o planejamento estratégico das compras.

É de extrema importância que os gestores vejam que uma compra bem feita, além de atrair o cliente, faz com que a empresa seja mais competitiva no mercado, pela redução de custos ou pela aquisição de produtos de melhor qualidade. Este trabalho foi desenvolvido para mostrar o processo de compras da empresa varejista, com o auxílio da ferramenta de classificação ABC e de uma análise em baseada no estoque, para verificar se a área de compras está utilizando as melhores práticas na sua área de compras.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Os gestores estão visando custos menores, para manutenção ou ampliação dos lucros, tendo assim a possibilidade de uma maior competitividade no mercado, se adequando, igualando ou superando os concorrentes, buscando fornecer aos clientes um bom atendimento e uma prestação de serviço com qualidade e com preços acessíveis. Uma vez que a área de compras cada vez mais contribui com o objetivo de redução de custos, pela maior eficiência nas negociações e maior controle do que se é comprado, a questão de pesquisa deste trabalho é responder à seguinte pergunta: A estratégia de compras do Supermercado do ramo varejista no Gama – DF está sendo feita conforme recomendam as melhores práticas sobre a administração de compras?

1.2 JUSTIFICATIVA

Esse tema foi escolhido porque o departamento de compras tem papel fundamental dentro de uma empresa, pode ser um dos fatores determinantes em busca da competitividade no mercado. Sua função é auxiliar as pessoas que buscam ter noções desse tema, esse artigo traz informações úteis e importantes a futuros compradores, administradores ou empreendedores.



UNICEPLAC

Os setores de compras e estoque são essenciais, por isso, deve-se buscar formas ou ferramentas que possam auxiliar na gestão desses setores tornando-os mais produtivos, as compras devem ser realizadas com cautela, afinal comprar bem de forma contínua faz com que a empresa tenha resultados positivos. Analisar os itens que foram comprados, os que vão continuar sendo e os que se tornaram obsoletos, também é importante, assim como saber quais os itens de maior e menor rotatividade. Quanto maior o conhecimento sobre o processo, maior a possibilidade de sucesso e menor a probabilidade da ocorrência de erros.

1.3 OBJETIVOS

O objetivo geral do trabalho é avaliar se as compras da empresa estão sendo feitas de forma adequada. Quanto aos objetivos específicos, pretende-se, principalmente, abordar as seguintes questões:

- Descrever o processo de compras;
- Apontar os critérios utilizados para a realização das compras; e
- Avaliar o comportamento dos estoques ao longo do período estudado;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A fundamentação teórica do artigo foi elaborada de modo a apresentar os conceitos dos assuntos abordados neste trabalho, por meio de estudos bibliográficos, auxiliando assim na compreensão do que foi desenvolvido até sua conclusão. Os principais assuntos pesquisados foram Administração, Processo de Compras, Estoques, Curva ABC. O referencial teórico permite verificar o estado do problema a ser pesquisado, sob o aspecto teórico e de outros estudos e pesquisas já realizados (LAKATOS; MARCONI, 2003).

2.1 ADMINISTRAÇÃO

A administração científica, cujo expoente foi Frederick W. Taylor no século XX, preconizava a prática da divisão do trabalho enfatizando tempo e métodos a fim de assegurar seus objetivos. Ao mesmo tempo, Henri Fayol apresentava uma proposta diferente de Taylor, onde enfatizava a estrutura formal da empresa e a adoção de princípios administrativos pelos altos escalões, as cinco funções principais da administração são: planejar, comandar,



UNICEPLAC

organizar, controlar e coordenar. Já Elton Mayo enfatizou as pessoas e a necessidade de se humanizar e democratizar a administração. Por volta de 1950, Max Weber apresentou Teoria das Organizações, baseada na racionalidade e na adequação dos meios aos objetivos.

Chiavenato (2010) sintetiza um conceito sobre a administração, construída com a colaboração de seus precursores e principais teóricos, numa espiral evolutiva. De acordo com Chiavenato:

“A administração se refere à combinação e aplicação de recursos organizacionais – humanos, materiais, financeiros, informação e tecnologia – para alcançar objetivos e atingir desempenho excepcional [...] Administração é o processo de planejar, organizar, dirigir e controlar a aplicação dos recursos organizacionais para alcançar determinados objetivos de maneira eficiente e eficaz.” (CHIAVENATO, 2010, p.5)

Assim como é possível verificar, pelo breve histórico acima, que a Administração foi sendo construída ao longo do tempo, também o processo de compras nas empresas foi ganhando musculatura ao longo do tempo.

2.1.1 PROCESSO DE COMPRAS

2.1.1.1 CONCEITOS

Processo significa uma sequência de ações que se sucedem para chegar a um determinado ponto. Uma maneira sistemática de fazer as coisas. É um meio, método ou maneira de conduzir certas atividades. Referimos à administração como um processo para enfatizar que todos os administradores, independente de seus níveis ou funções, se engajam continuamente em certas atividades inter-relacionadas - como planejar, organizar, dirigir e controlar – para alcançar os objetivos desejados. (CHIAVENATO, 2010, p.15)

2.1.1.2 IMPORTÂNCIA

A aquisição de produtos e serviços representa um fator decisivo na atividade de uma empresa, pois dependendo de como é conduzida podem gerar redução nos custos e melhorias consideráveis nos lucros. A administração de compras assume papel verdadeiramente estratégico nos negócios de hoje em face de volume de recursos, principalmente financeiros,



UNICEPLAC

envolvidos, afastando cada vez mais a visão preconceituosa de que era uma atividade burocrática e repetitiva, um centro de despesa e não um centro de lucros. (MORAES, 2005).

A compra é vista pela organização bem-sucedida de hoje como uma atividade de importância estratégica considerável. Há aquelas que a veem mais apropriadamente desempenhada quando está próxima ao ponto da necessidade dos bens ou serviços que são adquiridos. (BAILY, Peter. FARMER, David. JESSOP, David. JONES, David, 2000, p.16)

2.1.1.3 FUNÇÕES

Segundo Arnold (1999) “a função compras é responsável pelo estabelecimento do fluxo dos materiais na organização, pelo segmento junto ao fornecedor, e pela agilidade da entrega”. Para o autor, a função compras é um processo muito amplo que acaba por envolver a todos na organização. O setor específico, geralmente, em face da competitividade empresarial, precisa da ajuda de outros setores da organização, como o de desenvolvimento de produtos, área financeira, para que as aquisições realmente tragam benefícios para a organização.

2.1.1.4 OBJETIVOS

Segundo Dias (2013, p. 259), os objetivos básicos do setor de compras devem ser:

- Obter um fluxo contínuo de suprimentos a fim de atender aos programas de produção;
- Coordenar esse fluxo de maneira que seja aplicado um mínimo de investimento que afete a operacionalidade da empresa;
- Comprar materiais e insumos aos menores preços, obedecendo a padrões de quantidade e qualidade definidos.
- Procurar sempre, dentro de uma negociação justa e honesta, as melhores condições para empresa, principalmente em condições de pagamento.



UNICEPLAC

2.1.1.5 PLANEJAMENTO DE COMPRAS

Gestão de compras (2015, p. 39) as compras nas empresas devem priorizar as aquisições em lotes, evitando-se compras fracionadas, com o objetivo de reduzir custos. Além disso, outros passos são muitos importantes no planejamento de compras, conforme descrevemos a seguir:

- Prever as vendas do período;
- Alinhar a previsão de vendas com a capacidade de produção da empresa;
- Decidir quais itens serão adquiridos;
- Verificar a verba prevista no *budget* (orçamento) da empresa;
- Orçar as compras previstas para determinado período;
- Orçar mercadorias por departamento;
- Definir centros de custos para possíveis rateios;
- Verificar prazos de entrega;
- Comprar;
- Acompanhar os pedidos.

2.1.1.6 CONTROLE DE ESTOQUE

De acordo com Slack, Chambers, Harland et al. (1997, p. 423), esse conceito originou-se na função de compras em empresas que compreenderam a importância de integrar o fluxo de materiais a suas funções de suporte, tanto por meio do negócio, como por meio do fornecimento aos clientes imediatos. Isso inclui a função de compras, de acompanhamento, gestão de armazenagem, planejamento e controle de produção e gestão de distribuição física.

2.1.1.7 MÉTODOS DE PREVISÃO DE DEMANDA

Prever a demanda é uma ação muito importante e presente na rotina de pequenas, médias e grandes empresas, seja de maneira mais intuitiva e rudimentar (simplesmente repetindo as vendas do período anterior) ou utilizando métodos estatísticos mais rebuscados



UNICEPLAC

(análise de dados históricos, por exemplo). Todo negócio desenvolve em algum momento um modelo de previsão de demanda, que é capaz de auxiliar a tomada de decisões no ambiente empresarial. (SENNA, TANSCHUIT E GOMES, 2015).

Conforme o livro Administração de varejo (2011, p. 114) o varejista pode utilizar algumas técnicas estatísticas de previsão de demanda:

“Média simples: é a média das vendas alcançadas pelo produto nos últimos meses, ou em qualquer outro intervalo de tempo considerado, contudo, apresenta várias desvantagens, já que períodos em que as vendas foram menores puxam a média para baixo; além disso, essa técnica não assimila maneira eficiente tendências de crescimento ou redução das vendas. (ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO, 2011, p.114)”.

Segundo o livro Administração de varejo:

“Média móvel ponderada: calcula a quantidade a ser pedida de determinado produto atribuindo-se pesos diferentes a períodos diferentes, a lógica desse cálculo é que períodos mais recentes devem receber pesos maiores, já que podem representar tendências de crescimento ou redução de vendas. Os pesos atribuídos aos diferentes períodos devem somar um e os valores atribuídos a cada período são escolhidos pelo próprio tomador de decisão, que deve atribuir pesos maiores aos períodos mais recentes, porém essa técnica também apresenta falhas, além de não assimilar de forma exata as tendências de mercado, não considera sazonalidade nas vendas. (ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO, 2011, p.114)”.

Conforme o livro Administração de varejo:

“Média móvel com ajustamento exponencial: considera a diferença (o erro) entre a previsão do período anterior e a respectiva demanda real do período para corrigir o modelo de previsão e o cálculo da nova previsão para o período atual. (ADMINISTRAÇÃO DE VAREJO, 2011, p.115)”.

Segundo o livro Métodos dos mínimos quadrados:

“Método dos mínimos quadrados: é o método a ser empregado sempre que os dados experimentais dependerem linearmente dos parâmetros a serem ajustados. Para seu uso é necessário conhecer os desvios padrões dos dados. (MÉTODOS DOS MÍNIMOS QUADRADOS, 2006, p. 11)”.



UNICEPLAC

3 SUPERMERCADO VAREJISTA

Até a metade do século XIX, o varejo não existia no Brasil, pois o comércio era exercido por mascates, os comércios de porte maior surgiram no final do século XIX, esses estabelecimentos inovaram o comércio brasileiro, introduzindo métodos de vendas, exposição diferenciada dos produtos e organização reformulada quanto aos sistemas de compras. (BELIK, MORGADO, GONÇALVES, 1997).

A industrialização trouxe o impulsionamento do varejo no Brasil, provocando diversas transformações na vida do País, como o crescimento das cidades, o crescimento da classe média e de um novo consumidor com maior renda disponível e mais exigente. (GIMPEL, 1980).

Portanto, pode-se observar que o estudo é totalmente relacionado à área em questão e irá acrescentar ao trabalho como um todo, ajudando assim na compreensão da importância desse artigo para o auxílio de futuros administradores.

4 METODOLOGIA

Todas as ciências caracterizam-se pela utilização de métodos científicos. Todavia, nem todos os ramos de estudo que empregam método científico são ciências. Assim pode-se concluir que a utilização de métodos científicos não é da alçada exclusiva da ciência, mas não há ciência sem o emprego de métodos científicos (LAKATOS E MARCONI, 1991).

Método é o “caminho pelo qual se chega a determinado resultado, ainda que esse caminho não tenha sido fixado de antemão de modo refletido e deliberado” (HEGENBERG, 1976, p. 115).

4.1 ESTUDO DE CASO



UNICEPLAC

O estudo de caso foi criado por Frederic Le play, que o empregou ao estudar famílias operárias na Europa, esse método refere-se ao levantamento de um determinado caso ou grupo humano sob todos os aspectos. Entretanto, é limitado, pois se restringe ao caso estudado, que não pode ser generalizado. (LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. 2017, p. 305).

O estudo de caso é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes. O estudo de caso conta com muitas das técnicas utilizadas pelas pesquisas históricas, mas acrescenta duas fontes de evidências que usualmente não são incluídas no repertório de um historiador: observação direta e série sistemática de entrevistas. (YIN, 2001, p. 27).

Para Menga e Marli (1986, p. 18-20), no estudo de caso algumas características são fundamentais, como:

- Visar à descoberta.
- Enfatizar a interpretação do contexto.
- Retratar a realidade de forma ampla.
- Valer-se de fontes diversas de informações.
- Permitir substituições.
- Representar diferentes pontos de vista em dada situação.
- Usar linguagem simples

Para Robert K. Yin (2001, p. 42) os estudos de caso são especialmente importantes cinco componentes de um projeto de pesquisa:

- As questões de um estudo;
- Suas proposições, se houver;
- Suas unidades de análise;
- A lógica que une os dados às proposições; e
- Os critérios para se interpretar as descobertas.

Para o desenvolvimento do artigo científico, foi escolhida uma empresa na cidade do



UNICEPLAC

Gama-DF, onde foi mais acessível. É essencial ter conhecimento sobre todo o processo exercido, pois ele modifica o mercado, afetando o setor de compras direta ou indiretamente.

No supermercado existem muitos produtos cadastrados, porém nem todos têm reposições constantemente, por isso, com o auxílio da ferramenta Curva ABC, os itens foram separados e classificados, como há mais de 10 mil itens, foi elaborado critérios para a escolha dos itens, são eles:

- Produtos que são comprados quinzenalmente.
- Itens de segmentos diferentes.
- Não foram computados produtos de Açougue, hortifruti e padaria.
- Produtos de marcas variadas.

A análise foi feita por meio de dados fornecidos pela empresa, que usa o sistema de automação Sysmo, ele registra todos os dados necessários para o funcionamento operacional do supermercado, como cadastro de produtos, de fornecedores, notas fiscais de entrada e saída. Foi feita a curva dos itens comprados nos períodos de 2014 a 2019.

No período de janeiro a maio de 2020 os dados foram coletados um a um, computados e assim criada a curva ABC. Os fatores externos influenciam direta e indiretamente nas compras de uma empresa, como crises econômicas, o valor do dólar, greves, pandemias, épocas sazonais etc. O comprador deve se antecipar aos acontecimentos, para assim prever ações futuras que podem ajudar a empresa de várias formas.

A análise foi realizada da seguinte forma, os itens escolhidos foram colocados em uma planilha no Excel, com as seguintes colunas: uma com as quantidades compradas, outra com os seus custos, dessa forma multiplica-se para saber o valor total comprado daquele item no período analisado, concluído esse processo, o próximo passo é construir mais três colunas, uma com a porcentagem individual sobre o valor total, porcentagem acumulada e por último a classificação, as colunas vão estar organizadas em valores do maior para o menor.

O processo de administração de compras foi baseado na literatura aqui demonstrada, para ter embasamento de análises técnicas referentes ao setor de compras e estoque, mostrando como sua importância é necessária dentro das organizações, já que todas as



UNICEPLAC

empresas adquirem produtos e fazem compras seja de suprimentos, serviços, equipamentos, entre outros, portanto é um setor essencial por ter um volume de recursos envolvidos, o fato de ser um setor estratégico ajuda a empresa a evoluir e crescer caso a organização esteja adequada conforme a administração de compras recomenda.

Todo esse processo irá mostrar os itens que são classificados como A, B e C, com isso pode-se fazer a segunda análise, mas dessa vez baseada no estoque dos itens já classificados. É necessário analisar se cada item conforme sua classificação está sendo comprado como recomendado pela curva ABC, baseada nas seguintes perguntas:

- Qual a quantidade em estoque, quando foi decidido comprar novamente?
- Qual a quantidade em estoque após o recebimento do produto comprado?
- Qual foi o tempo de ressuprimento?

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

As compras no supermercado são feitas da seguinte forma: toda semana o responsável da seção (a loja é dividida em várias seções, exemplos: massas e molhos, cereais, biscoitos, limpeza entre outras) pega a lista (que seu superior entrega antecipadamente) onde contém todos os itens da sua seção e nela faz as observações do que está precisando para a semana seguinte, essa lista vai para o comprador, que por sua vez deve analisar o estoque e verificar se existe ou não a real necessidade da compra desse produto. O método que a empresa utiliza é a média móvel ponderada anteriormente citada que é uma média do que se compra, porém os meses recentes tem o peso maior que os antigos, após decidir sobre sua necessidade verificam-se sua urgência, caso seja extrema com risco de ruptura no estoque, opta-se pelo fornecedor mais rápido, caso não seja uma compra que exista o risco de ruptura, opta-se pelo fornecedor mais barato e com o melhor prazo.

Na curva ABC, os itens classificados como A, são em torno de 20% dos produtos e correspondem a 80% do valor agregado, já os itens classificados como B, correspondem a 30% dos produtos e 15% de valor agregado, por fim os itens classificados como C, correspondem a 50% dos produtos e apenas 5% de valor agregado, foram escolhidos 50



UNICEPLAC

(cinquenta) itens cadastrados na empresa para ser feita a análise. A Tabela 1, a seguir, apresenta os itens escolhidos utilizando a Curva ABC:

Tabela 1 – Itens selecionados pelo critério da Curva ABC

1	Achocolatado Nescau 400gr	26	Café santa clara 500gr
2	Achocolatado toddy 400gr	27	Cerveja antarctica 269ml
3	Açúcar cristal alvorada 5kg	28	Feijão carioca alvorada 1kg
4	Açúcar cristal da mamãe 5kg	29	Feijão carioca camil 1kg
5	Açúcar cristal delta 5kg	30	Feijão carioca delicia 1kg
6	Açúcar cristal imperial 5kg	31	Feijão carioca tio jorge 1kg
7	Açúcar cristal mais açúcar 5kg	32	Feijão carioca damamãe 1kg
8	Açúcar cristal vale 5kg	33	Leite integral italac 1lt
9	Açúcar cristal quit 5kg	34	Leite integral piracanjuba 1lt
10	Açúcar cristal rei 5kg	35	Leite pó itambé inst 400gr
11	Açúcar cristal pérola 5kg	36	Leite pó ninho inst 400gr
12	Arroz brilhante 5kg	37	Óleo de soja granol 900ml
13	Arroz cristal 5kg	38	Óleo de soja Soya 900ml
14	Arroz camil branco 5kg	39	Macarrão espaguete emege 1kg
15	Arroz Tio jorge 5kg	40	Macarrão espaguete galo 1kg
16	Arroz disempre 5kg	41	Molho tomate predileta sache 340gr
17	Arroz dona xepa 5kg	42	Molho tomate tarantella trad sache 340gr
18	Arroz doura 5kg	43	Molho tomate quero trad sachet 340gr
19	Arroz tio jorge parboilizado 5kg	44	Refrigerante coca cola 2lt
20	Arroz tio joão 5kg	45	Refrigerante guaraná antarctica 2lt
21	Arroz tio joão parboilizado 5kg	46	Sabao em po omo mult. 1kg
22	Arroz super ecco 5kg	47	Sal cisne refinado 1kg
23	Biscoito cream cracker fortaleza 400gr	48	Sal lebre refinado 1kg
24	Biscoito cream cracker vitarella 400gr	49	Sardinha coqueiro oleo 125gr
25	Café do sitio 500gr	50	Sardinha gomes da costa oleo 125gr

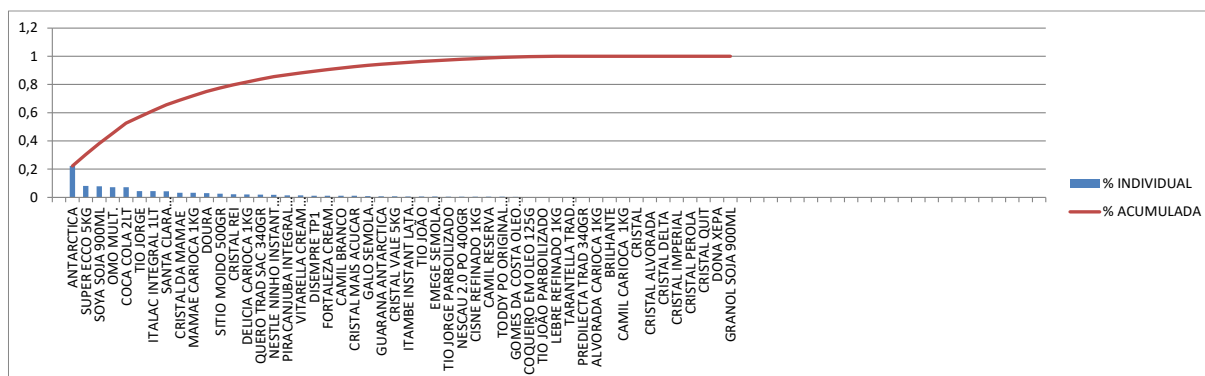
Abaixo seguem os gráficos referentes à análise feita nas compras no período de 2014 a 2019. Segundo o padrão da curva ABC, a empresa está comprando os produtos na proporção correta, apesar dos produtos da classificação C, que são os que devem ser 50% dos produtos, nos anos de 2015, 2016, 2017 e 2018, ultrapassaram esse percentual, alertando para um desvio na meta estipulada pela empresa, uma vez que tais itens agregam apenas em torno de 5% de valor para a empresa. Já os itens classificados como A e B, estão sendo os SKU² com maior proporção de valor, a seguir os gráficos referentes à curva ABC, onde estarão citadas as proporções em SKU (código do produto), ou seja, qual a porcentagem em produtos do total dos itens da loja e a proporção em valor que é a porcentagem de valor vendido desse item.

- **ANO 2014**

- A. Proporção SKU 22% - Proporção valor 78,87%
- B. Proporção SKU 28% - Proporção valor 15,53%
- C. Proporção SKU 50% - Proporção valor 5,60%

² É a sigla em inglês para *Stock Keeping Unit*, ou Unidade de Manutenção de Estoque. Trata-se de um código identificador único de um produto, e é utilizado para controle do estoque.

Gráfico 1 – Representação da curva ABC do ano 2014



No gráfico de 2014 pode-se observar que os itens classificados como A, onde os produtos representam 78,87% do faturamento da empresa e sua proporção em produtos é de 22%. Detalha também os itens classificados como B que representam 15,53% do faturamento e sua proporção em produtos é de em 28%, já os itens classificados como C representam 50% dos produtos, mas apenas 5,60% do faturamento da empresa.

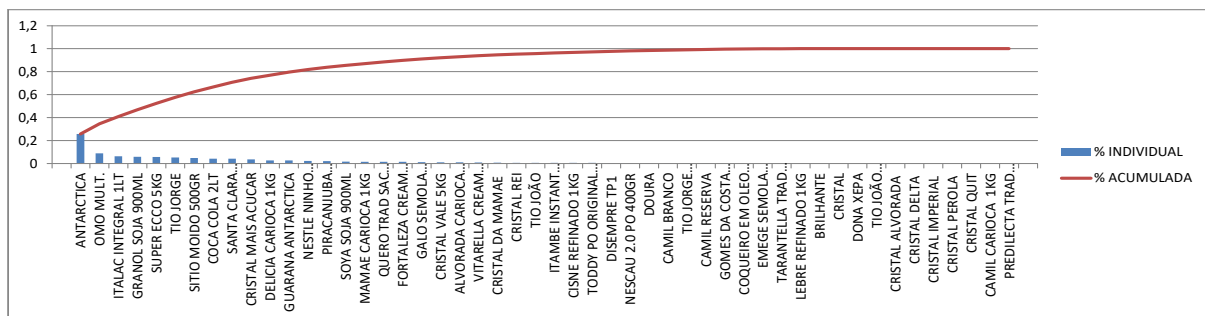
- ANO 2015**

A- Proporção SKU 24% - Proporção valor 79,59%

B- Proporção SKU 22% - Proporção valor 15,05%

C- Proporção SKU 54% - Proporção valor 5,36%

Gráfico 2 – Representação da curva ABC do ano 2015



No gráfico de 2015, nota-se que os itens classificados como A, onde os produtos representam 79,59% do faturamento da empresa o que mostra um aumento em relação ao ano anterior e em produtos é de 24% onde também teve aumento, os itens classificados como B



UNICEPLAC

que representam 15,05% do faturamento e sua proporção em produtos é de 22%, apresentando uma queda em relação ao ano anterior, já os itens classificados em C representam 54% dos produtos com um aumento comparado ao ano de 2014, o que não é bom, como agregam menos valor esses itens devem apenas corresponder a 50% dos itens comercializados na empresa e agregaram 5,36% do faturamento.

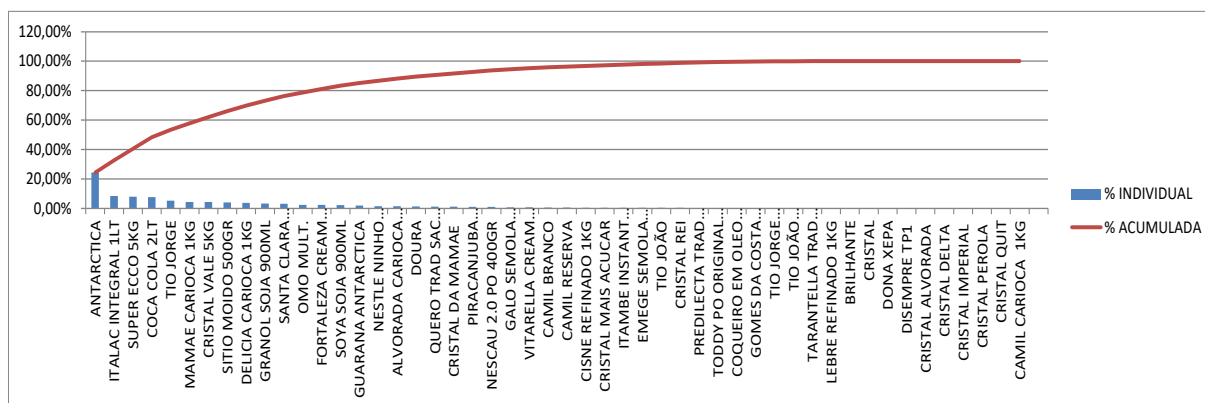
- **ANO 2016**

A. Proporção SKU 24% - Proporção valor 78,63%

B. Proporção SKU 22% - Proporção valor 15,86%

C. Proporção SKU 54% - Proporção valor 5,51%

Gráfico 3 – Representação da curva ABC do ano 2016



No gráfico de 2016 observa-se uma queda na proporção em valor dos itens classificados como A 78,63% sendo que em 2015 o seu valor foi 79,59% em relação ao ano anterior continuando com 24% dos itens, obteve um aumento nos itens classificados como B 15,86% sendo que em 2015 foi 15,05% do faturamento e sua proporção em produtos continuaram em 22%, já os itens classificados em C representam 54% dos produtos e agregaram 5,51% do faturamento.

- **ANO 2017**

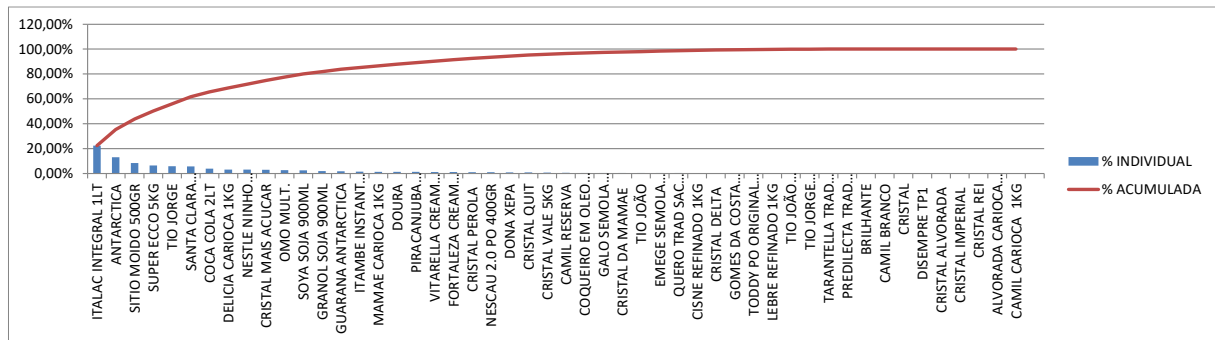
A. Proporção SKU 24% - Proporção valor 79,99%

B. Proporção SKU 22% - Proporção valor 14,41%

C. Proporção SKU 54% - Proporção valor 5,60%



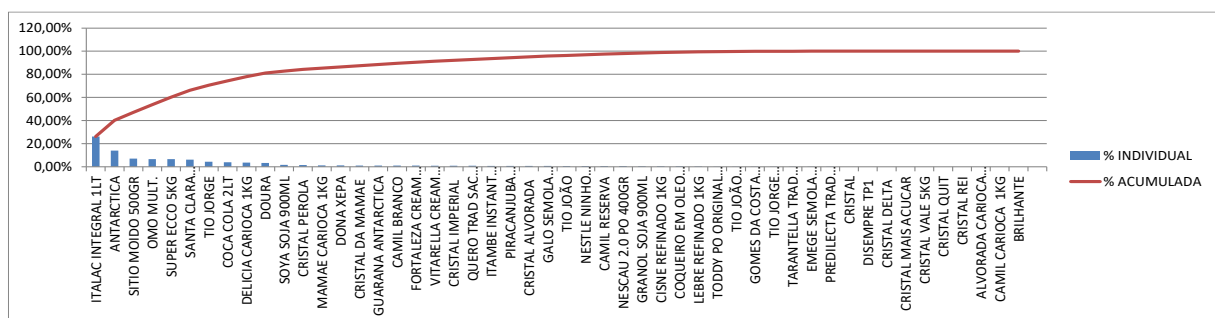
UNICEPLAC

Gráfico 4 – Representação da curva ABC do ano 2017

No gráfico de 2017 observa-se um aumento na proporção em valor dos itens classificados como A, chegando a 79,99% comparando ao ano anterior continuando com 24% dos itens, obteve uma queda nos itens classificados como B 14,41% do faturamento e sua proporção em produtos continuaram em 22%, já os itens classificados em C representam 54% dos produtos e agregaram 5,60% do valor faturado. Foi observado que os itens classificados como A, estão na quantidade correta, porém os classificados como B e C, estão em números inadequados, esses produtos devem ser analisados novamente, para que haja sua correção, itens classificados como C devem compor 50% dos itens, não mais que está porcentagem.

- **ANO 2018**

- A. Proporção SKU 18% - Proporção valor 77,91%
- B. Proporção SKU 28% - Proporção valor 16,50%
- C. Proporção SKU 54% - Proporção valor 5,59%

Gráfico 5 – Representação da curva ABC do ano 2018

No gráfico representando o ano de 2018 observa-se uma queda na proporção em valor dos itens classificados como A, chegando a 77,91% comparando ao ano anterior diminuindo



UNICEPLAC

também os itens ficando com 18%, obteve um aumento nos itens classificados como B 16,50% do faturamento e sua proporção em produtos também aumentaram para 28%, já os itens classificados em C continuaram representando 54% dos produtos e agregaram 5,59% do valor agregado.

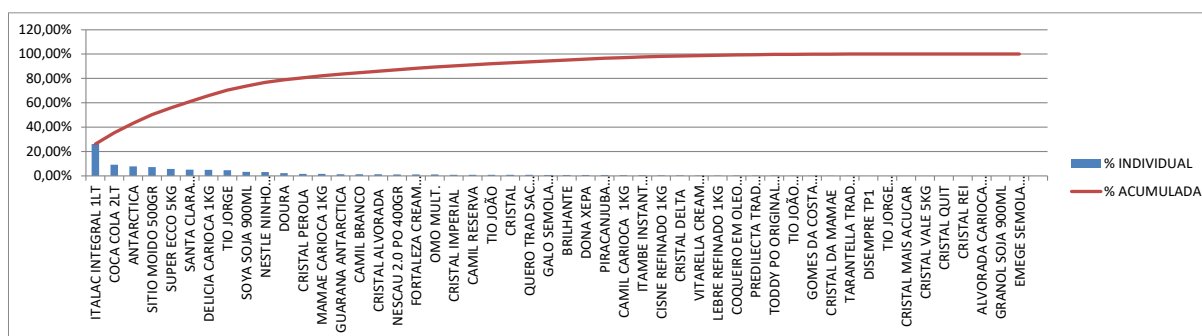
- **ANO 2019**

A. Proporção SKU 22% - Proporção valor 78,87%

B. Proporção SKU 28% - Proporção valor 15,53%

C. Proporção SKU 50% - Proporção valor 5,60%

Gráfico 6 – Representação da curva ABC do ano 2019

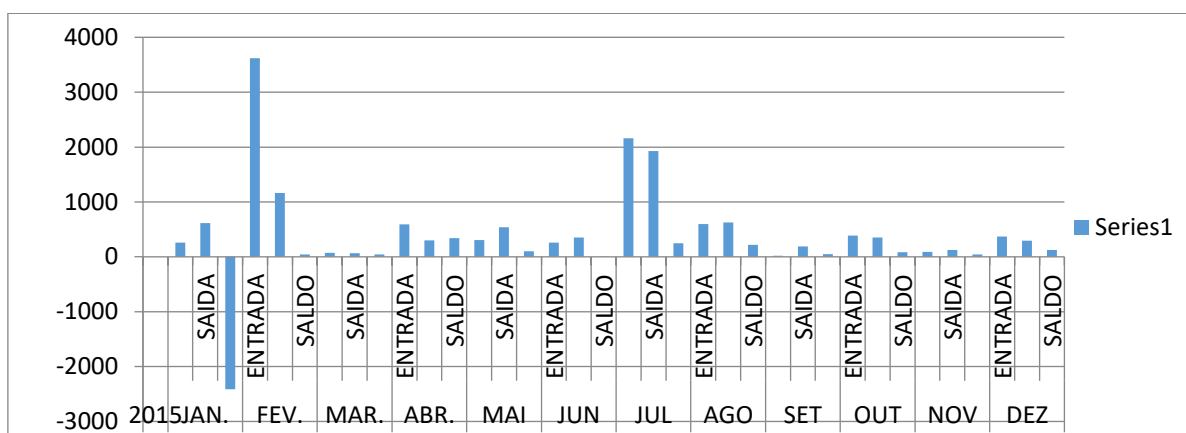


No gráfico representando o ano de 2019 observa-se um aumento na proporção em valor dos itens classificados como A, chegando a 78,87% comparado ao ano anterior aumentando também os itens para 22%, obteve uma queda nos itens classificados como B 15,53% do faturamento e sua proporção em produtos continuaram em 28%, já os itens classificados em C tiveram uma queda representando 50% dos produtos o que é um ótimo sinal, já que essa é a margem correta para itens dessa classificação e agregaram 5,60% do valor faturado.

Após a análise da curva ABC, a preocupação foi verificar os dados históricos do estoque da empresa, onde foram observadas todas as entradas e saídas dos produtos escolhidos. No gráfico a seguir, onde são representados os dados do produto refrigerante coca cola 2 litros, um item classificado como A em todos os períodos analisados no mês de janeiro do ano de 2015 o seu saldo ficou negativo, provavelmente por inconsistência nos lançamentos de nota fiscal ou baixa no estoque.



UNICEPLAC

Gráfico 7– Representação estoque do produto coca cola 2lt do ano 2015

Percebe-se que alguns itens não estão sendo devidamente acompanhados, pois em algum momento dentre os períodos analisados o saldo no estoque foi negativo, notando que o tempo de ressuprimento das mercadorias está errado, algum dos setores errou, ou passou despercebido sua falta, a entrega pode ter demorado além do previsto no ato do pedido, esse tipo de questão deve ser corrigido e buscar maneiras para que não se repita, segue uma tabela para cada ano com alguns exemplos:

Tabela 2 – Itens com saldos negativos no ano de 2014

ANO 2014		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
CERVEJA ANTARCTICA 269ML	A	Out
COCA COLA 2LT	A	Dez
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	A	Mai/Jun
SITIO MOIDO 500GR	A	Out
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	B	Nov
NESCAU 2.0 PO 400GR	C	Dez

Tabela 3 – Itens com saldos negativos no ano de 2015

2015		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
ITALAC INTEGRAL 1LT	A	Fev/Dez
SUPER ECCO 5KG	A	Mai
SITIO MOIDO 500GR	A	Abr
COCA COLA 2LT	A	Jan
AÇÚCAR CRISTAL REI 5KG	C	Jun
TODDY PO ORIGINAL 400GR	C	Mar

**UNICEPLAC****Tabela 4 – Itens com saldos negativos no ano de 2016**

2016		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
ITALAC INTEGRAL 1LT	A	Ago
COCA COLA 2LT	A	Set
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	B	Jan

Tabela 5 – Itens com saldos negativos no ano de 2017

2017		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
SABÃO PÓ OMO MULT. 1KG	A	Dez
TODDY PO ORIGINAL 400GR	C	Ago/Set

Tabela 6 – Itens com saldos negativos no ano de 2018

2018		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
AÇÚCAR CRISTAL IMPERIAL 5KG	B	dez
TODDY PO ORIGINAL 400GR	C	jan/fev/out
AÇÚCAR CRISTAL MAIS 5KG	C	dez

Observa-se que no ano de 2019 não se teve grandes rupturas, porém muitos produtos comprados em excesso, provavelmente devido às rupturas nos anos anteriores, mas comprar além do que é necessário também não é um bom sinal, faz com que o depósito fique sobrecarregado e com difícil acesso, deve-se ser feita um melhor análise sobre a quantidade a ser comprada, para que não falte e não sobre, adquirir ferramentas que possam auxiliar na quantidade a ser comprada, será um bom auxílio até a empresa ficar organizada. Na tabela abaixo segue alguns exemplos de produtos que de 2016 até 2019 mostraram volume alto em estoque, foi observado que alguns desses itens são os que chegaram a faltar dentro da empresa nos anos anteriores.

Tabela 7 – Itens com saldos em excesso no ano de 2015

2015		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
CERVEJA ANTARCTICA 269ML	A	Dez
OLÉO GRANOL SOJA 900ML	A	Jun
CAFÉ SANTA CLARA ALMOFADA 500G	A	Jan

**UNICEPLAC****Tabela 8 – Itens com saldos em excesso no ano de 2016**

2016		
ITEM	CLASSIFICAÇÃO	PERÍODO
ARROZ DOURA 5KG	B	Jul
ARROZ SUPER ECCO 5KG	A	Jun
SOYA SOJA 900ML	B	Set

Nos anos de 2017, 2018 e 2019 itens como Cerveja Antartica 269 ml e Feijão carioca delícia 1 kg, ambos classificados como A em todos os anos suas compras foram realizadas em excesso, o que como já foi observado é um erro de estratégia, a empresa precisa verificar melhor suas quantidades compradas.

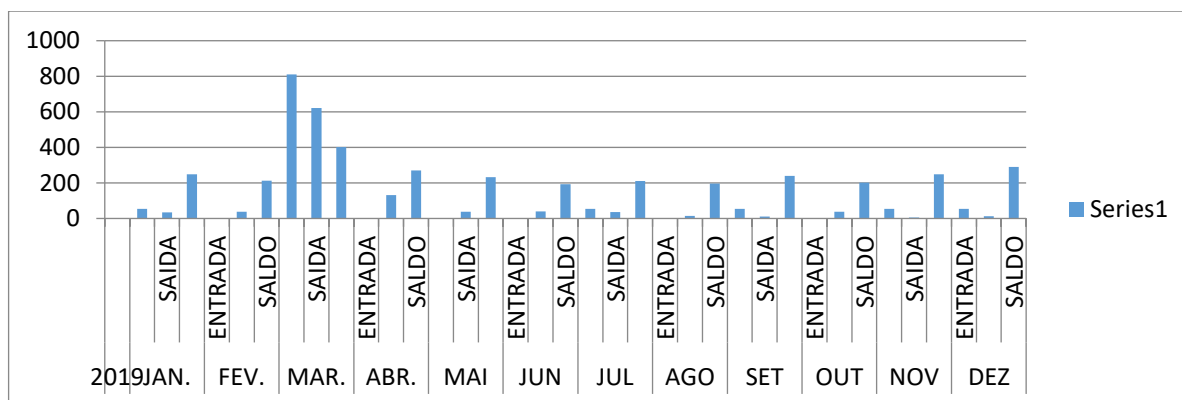
Para alguns itens de marcas diferentes da cesta básica, como arroz, feijão e óleo (suas classificações variam em relação à marca e ano, portanto são entre A, B ou C) a empresa não tem um controle sobre o giro dos estoques, comprando mais do necessário – o que faz com que a mercadoria acumule desnecessariamente – ou não compra o suficiente, ocasionando a falta do produto.

Alguns itens classificados como C, como por exemplo, a sardinha coqueiro, foi comprada a quantidade correta em todos os meses, inclusive na época sazonal (semana santa), o que é um bom sinal, itens que vão ser muito consumidos tendem a aumentar o preço nessas épocas, devido a muitos consumidores não consumirem carnes, eles buscam todos os tipos de produtos que seja feito de peixe, tornando assim sua demanda alta, o supermercado conseguiu manter a loja abastecida todo o período não ocasionando nem falta nem excesso no estoque. Isso mostra que itens de menor giro e que agrega menos valor está sendo observado, o que detalha outro erro na questão estratégica da empresa, itens que agregam apenas 5% do valor arrecadado serem observados e itens que agregam 80% não serem observados, é uma falha grave, a empresa deve observar a venda de todos os itens, utilizar mais a curva ABC, saber quais itens são mais importantes, pois é esses que fazem a empresa ter um crescimento saudável, como foi dito no artigo usar ferramentas de qualidade vai auxiliar o comprador a comprar os itens corretos, na quantidade certa, diminuindo assim os erros que a empresa vem cometendo, deixando a desejar na sua estratégia de compras. Abaixo representação no gráfico:



UNICEPLAC

Gráfico 8 - Representação estoque do produto sardinha coqueiro óleo 125gr do ano 2019



É de extrema importância o ressuprimento de todos os itens, seja classificado como A, B ou C só que nas suas proporções corretas, tanto em preços como em quantidade, ficar atento aos detalhes do que naquele momento é mais urgente, para suprir assim a necessidade dos seus clientes, mostrando-lhes competência e qualidade.

Em anexo, como apêndice, está à curva ABC de todos os períodos analisados, ou seja, de 2014 a 2019, porém a análise do estoque por ser um arquivo grande, ao ser incluído no trabalho não ficou legível, então está disponibilizado na empresa para acesso aos que tiverem interesse.

6 CONCLUSÕES

O objetivo geral do trabalho é responder a pergunta de pesquisa: a estratégia de compras do Supermercado Eldorado no Gama-DF está sendo feita conforme recomendam as melhores práticas sobre a administração de compras.

O objetivo geral foi alcançado o analisar os itens da curva ABC, apesar das suas quantidades excederem aos valores corretos, a proporção de produtos está dentro dos padrões, entretanto ao verificar o estoque, notaram-se alguns erros nas compras em relação à quantidade e à demora da compra ou da entrega de alguns produtos importantes. Os objetivos específicos foram alcançados através da observação no local e ao analisar os produtos item a item, a forma de a empresa realizar seu ressuprimento de mercadoria ainda é muito rudimentar, precisa sair do básico, procurar novas maneiras de organizar seu estoque, de planejar suas estratégias, para evitar compras desnecessárias e melhorar as que são de extrema



UNICEPLAC

necessidade.

Uma vez que foram encontradas inconsistências no controle de estoques e administração de compras de itens classificados como A, que atualmente correspondem a 22% do total de itens da empresa é muito provável que tais problemas estejam sendo replicados nos demais itens. Embora o valor total dos demais itens corresponda a apenas 21,13% do faturamento, quando se trata de estoque, a função controle torna-se muito importante. É recomendável, portanto, que um estudo semelhante seja feito pela empresa, para identificar e corrigir eventuais falhas.

Pode-se concluir que a estratégia de compras da empresa não está conforme se recomenda nas melhores práticas sobre a administração de compras, devido ao não acompanhamento preciso dos itens classificados como A, que são os itens correspondentes a 80% do valor arrecadado. Se eles não são bem acompanhados, a empresa não vai conseguir suprir a necessidade dos seus clientes, não se tornando competitiva e atraente no mercado podendo não superar seus concorrentes, como consequência poderá ter prejuízos financeiros e a perda do cliente.

Para que a empresa não sofra maiores danos precisa rever sua forma de gerir no estoque e realizar as compras, fazendo um balanço e atualizando o estoque dos seus produtos, dando mais suporte aos seus colaboradores em questão de treinamento, conseguindo então minimizar os erros em seus setores estratégicos, fazendo com que a instituição consiga ir à frente dos negócios crescendo e evoluindo.

Também foram identificados dentro da organização, pontos positivos como a questão dela está apta a mudanças, inclusive contratou a consultoria de uma instituição dessa área para estar apontando as falhas cometidas pelo supermercado e trazendo novas opções para assim solucionar os erros, concluindo que ao dar esse passo, onde a busca pela melhoria foi vista como prioridade, a empresa mostra está observando que necessita de um suporte e está em busca para essa evolução, a empresa tem potencial, basta corrigir e tentar minimizar suas falhas para assim expandir, trazendo benefícios aos seus clientes e colaboradores.

Este artigo agregou ao graduando a importância da empresa trabalhar em equipe, estarem abertas a mudanças e a aceitar sugestões, as referências utilizadas mostraram que ao



UNICEPLAC

passar do tempo às coisas evoluem e vão se complementando, o que foi ensinado desde o início da administração até os dias atuais foram se modificando e se agregam entre si. É de responsabilidade do administrador fazer o seu melhor, buscar a sua capacitação, pois assim irá agregar os seus conhecimentos a empresa, tendo como consequência sua ascensão profissional.



REFERÊNCIAS

ACKOFF, Russel L. **Planejamentos de pesquisa social**. São Paulo. Herder. Edusp. 1967.

A História dos supermercados. Disponível em:

<<http://www.ahistoria.com.br/supermercados/>>. Acesso em: 28 de outubro de 2019.

ANGELO, Cláudio Felisoni. FÁVERO, Luiz Paulo. SIQUEIRA, João Paulo de Lara. **As compras não planejadas em supermercados: a importância do tempo e da organização da loja na determinação dos gastos**. São Paulo. Rac. 2003.

BIBLIOGRAFIA BRAZILIENSE. Disponível em:

<<http://doc.brazilia.jor.br/CidadesEtc/Gama.shtml>>. Acesso em: 28 de outubro de 2019.

BLOG IETEC. **A importância da função de compras nas organizações**. Disponível em:

<<https://blog.ietec.com.br/a-importancia-da-funcao-de-compras-nas-organizacoes/>>. Acesso em 25 de abril de 2020.

BRAGA, Ataíde. **Evolução estratégica do processo de compras ou suprimentos de bens e serviços nas empresas**. 1. Ed. Rio de Janeiro. Coppead. 2000.

CAMPOS, Alexandre de. **Gestão de compras e negociação-processos, uso da tecnologia da informação, licitações e aquisições no terceiro setor**. 1. Ed. São Paulo. Érica. 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2. Ed. Rio de Janeiro. Elsevier. 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria Geral da Administração**. 8. Ed. Rio de Janeiro. Elsevier. 2011.

COELHO, Cristiano. COUTO, Hugo Leonnardo Gomides. **Fatores críticos no comportamento do gestor público responsável por compras sustentáveis: diferenças entre consumo individual e organizacional**. 1. Ed. Rio de Janeiro. Revista Administração Pública. 2015.

**UNICEPLAC**

CORONADO, Osmar. **Controladoria no atacado e varejo**. 1. Ed. São Paulo. Atlas. 2001.

COSTA, Jane Iara Pereira. HEINZ, Douglas. PEREIRA, Erick William. **Composto de marketing em redes de compras: estudo comparativo das percepções de administradores e associados em uma rede de supermercados**. 1. Ed. Rio Grande do Sul. Revista eletrônica Administração. 2013.

FARMER, David. JESSOP, David. JONES, David. BAILY, Peter. **Compras: princípios e administração**. 8. Ed. São Paulo. Atlas. 2000.

HEGENBERG, Leônidas. **Explicações científicas: introdução à filosofia da ciência**. 2. Ed. São Paulo: EPU: Edusp. 1973.

HELENE, Otaviano. **Método dos mínimos quadrados**. São Paulo. Livraria da física. 2006.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 2. Ed. São Paulo. Atlas. 1991.

_____. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. Ed. São Paulo. Atlas. 2003.

_____. **Metodologia Científica**. 7. Ed. São Paulo. Atlas. 2017.

MACHADO, Denise Del Pra Neto. MONDINI, Luis César. MONDINI, Vanessa Edy Dagnoni. SCARPIN, Marcia Regina Santiago. **Impacto do planejamento de compras no desempenho financeiro da indústria de transformação do Brasil**. 1. Ed. São Paulo. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2015.

MATTAR, Fauze Najib. **Administração de varejo**. Rio de Janeiro. Elsevier. 2011.

MERLO, Edgard Monforte (Org). **Administração de varejo**. Rio de Janeiro. LTC. 2011

NEWMAN. William H. **Ação Administrativa. As técnicas de organização e gerência**. 4Ed. Atlas. 1987.



OLIVEIRA, Bernardo Carlos S.C.M. de, SANTOS, Luis Miguel Luzio dos. **Compras públicas como política para o desenvolvimento sustentável**. 1. Ed. São Paulo. Revista Administração Pública. 2014.

PAOLESCHI, Bruno. **Estoques e armazenagem**. 1. Ed. São Paulo. Érica. 2014.

PARREIRA, Fábio José. PEREIRA, Adriana Soares. SHITSUKA, Dorlivate Moreira. SHITSUKA, Ricardo. **Metodologia de pesquisa científica**. 1. Ed. Rio Grande do Sul. Universidade Federal de Santa Maria. 2018.

PEREIRA, Mauricio Gomes. **Artigos Científicos: como redigir, publicar e avaliar**. Rio de Janeiro (RJ): Guanabara Koogan. 2012.

PORTAL ADMINISTRAÇÃO: **História da Administração**. Disponível em: <<https://www.portal-administracao.com/2013/10/historia-da-administracao-completo.html>>. Acesso em: 28 de outubro de 2019.

SIMÕES, Erica. MICHEL, Murilo. **Importância da gestão de compras para as organizações**. 1. Ed. São Paulo. Revista científica eletrônica de ciências contábeis. 2004.

VALGODE, Felipe. **Proposta para melhoria do desempenho da análise de demanda: o caso de organização do ramo de previdência privada**. 1. Ed. Niterói. 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso planejamento e métodos**. 2. Ed. Porto Alegre. Bookman. 2001.



UNICEPLAC

APÊNDICE A – Curva ABC 2014

ANTARCTICA	R\$ 1,72	107546,00	R\$ 184.979,12	22,28%	22,28%	A
SUPER ECCO 5KG	R\$ 8,31	8058,00	R\$ 66.961,98	8,07%	30,35%	A
SOYA SOJA 900ML	R\$ 2,36	27614,00	R\$ 65.169,04	7,85%	38,20%	A
OMO MULT.	R\$ 6,35	9374,00	R\$ 59.524,90	7,17%	45,37%	A
COCA COLA 2LT	R\$ 4,03	14766,00	R\$ 59.506,98	7,17%	52,54%	A
TIO JORGE	R\$ 10,24	3623,00	R\$ 37.099,52	4,47%	57,01%	A
ITALAC INTEGRAL 1LT	R\$ 2,10	17233,00	R\$ 36.189,30	4,36%	61,37%	A
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	R\$ 6,29	5608,00	R\$ 35.274,32	4,25%	65,61%	A
CRISTAL DA MAMAE	R\$ 5,57	4842,00	R\$ 26.969,94	3,25%	68,86%	A
MAMAE CARIOCA 1KG	R\$ 1,99	13358,00	R\$ 26.582,42	3,20%	72,07%	A
DOURA	R\$ 8,49	2930,00	R\$ 24.875,70	3,00%	75,06%	A
SITIO MOIDO 500GR	R\$ 6,66	3129,00	R\$ 20.839,14	2,51%	77,57%	A
CRISTAL REI	R\$ 5,95	3002,00	R\$ 17.861,90	2,15%	79,72%	A
DELICIA CARIOCA 1KG	R\$ 2,79	6115,00	R\$ 17.060,85	2,06%	81,78%	B
QUERO TRAD SAC 340GR	R\$ 1,17	13873,00	R\$ 16.231,41	1,96%	83,73%	B
NESTLE NINHO INSTANT 400GR	R\$ 9,86	1502,00	R\$ 14.809,72	1,78%	85,52%	B
PIRACANJUBA INTEGRAL 1LT	R\$ 2,29	4909,00	R\$ 11.241,61	1,35%	86,87%	B
VITARELLA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,02	5524,00	R\$ 11.158,48	1,34%	88,22%	B
DISEMPRE TP1	R\$ 8,67	1130,00	R\$ 9.797,10	1,18%	89,40%	B
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,21	4241,00	R\$ 9.372,61	1,13%	90,53%	B
CAMIL BRANCO	R\$ 10,46	864,00	R\$ 9.037,44	1,09%	91,61%	B
CRISTAL MAIS ACUCAR	R\$ 5,44	1620,00	R\$ 8.812,80	1,06%	92,68%	B
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	R\$ 3,72	2005,00	R\$ 7.458,60	0,90%	93,57%	B
GUARANA ANTARCTICA	R\$ 5,09	1202,00	R\$ 6.118,18	0,74%	94,31%	B
CRISTAL VALE 5KG	R\$ 5,12	1113,00	R\$ 5.698,56	0,69%	95,00%	B
ITAMBE INSTANT LATA 400GR	R\$ 7,34	744,00	R\$ 5.460,96	0,66%	95,66%	C
TIO JOÃO	R\$ 11,91	439,00	R\$ 5.228,49	0,63%	96,29%	C
EMEGE SEMOLA SPAGHETTI 1KG	R\$ 3,66	1372,00	R\$ 5.021,52	0,60%	96,89%	C
TIO JORGE PARBOILIZADO	R\$ 10,98	369,00	R\$ 4.051,62	0,49%	97,38%	C
NESCAU 2.0 PO 400GR	R\$ 4,73	806,00	R\$ 3.812,38	0,46%	97,84%	C
CISNE REFINADO 1KG	R\$ 1,52	2501,00	R\$ 3.801,52	0,46%	98,30%	C
CAMIL RESERVA	R\$ 12,87	286,00	R\$ 3.680,82	0,44%	98,74%	C
TODDY PO ORIGINAL 400GR	R\$ 4,15	862,00	R\$ 3.577,30	0,43%	99,17%	C
GOMES DA COSTA OLEO 125GR	R\$ 2,29	1151,00	R\$ 2.635,79	0,32%	99,49%	C
COQUEIRO EM OLEO 125G	R\$ 1,95	1116,00	R\$ 2.176,20	0,26%	99,75%	C
TIO JOÃO PARBOILIZADO	R\$ 10,99	107,00	R\$ 1.175,93	0,14%	99,89%	C
LEBRE REFINADO 1KG	R\$ 0,95	470,00	R\$ 446,50	0,05%	99,94%	C
TARANTELLA TRAD SACHE 340G	R\$ 1,19	276,00	R\$ 328,44	0,04%	99,98%	C
PREDILECTA TRAD 340GR	R\$ 0,87	149,00	R\$ 129,63	0,02%	100,00%	C
ALVORADA CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
BRILHANTE			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CAMIL CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL ALVORADA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL DELTA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL IMPERIAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL PEROLA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL QUIT			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
DONA XEPA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
GRANOL SOJA 900ML			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
		TOTAL	R\$ 830.158,72			



UNICEPLAC

APÊNDICE B – Curva ABC 2015

ITEM	PREÇO	QUANT	TOTAL	% INDIVIDUAL	% ACUMULADA	CLASSIFICAÇÃO
ANTARCTICA	R\$ 1,95	131939	R\$ 257.281,05	25,72%	25,72%	A
OMO MULT.	R\$ 6,37	13951	R\$ 88.867,87	8,88%	34,60%	A
ITALAC INTEGRAL 1LT	R\$ 2,06	30480	R\$ 62.788,80	6,28%	40,88%	A
GRANOL SOJA 900ML	R\$ 2,46	23800	R\$ 58.548,00	5,85%	46,73%	A
SUPER ECCO 5KG	R\$ 8,99	6300	R\$ 56.637,00	5,66%	52,39%	A
TIO JORGE	R\$ 12,15	4312	R\$ 52.390,80	5,24%	57,63%	A
SITIO MOIDO 500GR	R\$ 6,80	6989	R\$ 47.525,20	4,75%	62,38%	A
COCA COLA 2LT	R\$ 4,82	8742	R\$ 42.136,44	4,21%	66,59%	A
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	R\$ 6,41	6445	R\$ 41.312,45	4,13%	70,72%	A
CRISTAL MAIS ACUCAR	R\$ 6,77	5175	R\$ 35.034,75	3,50%	74,22%	A
DELICIA CARIOCA 1KG	R\$ 3,93	6902	R\$ 27.124,86	2,71%	76,93%	A
GUARANA ANTARCTICA	R\$ 5,43	4890	R\$ 26.552,70	2,65%	79,59%	A
NESTLE NINHO INSTANT 400GR	R\$ 8,62	2597	R\$ 22.386,14	2,24%	81,83%	B
PIRACANJUBA INTEGRAL 1LT	R\$ 2,37	8590	R\$ 20.358,30	2,04%	83,86%	B
SOYA SOJA 900ML	R\$ 2,62	6040	R\$ 15.824,80	1,58%	85,44%	B
MAMAE CARIOCA 1KG	R\$ 3,25	4694	R\$ 15.255,50	1,52%	86,97%	B
QUERO TRAD SAC 340GR	R\$ 1,20	12199	R\$ 14.638,80	1,46%	88,43%	B
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,60	5563	R\$ 14.463,80	1,45%	89,88%	B
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	R\$ 3,44	3181	R\$ 10.942,64	1,09%	90,97%	B
CRISTAL VALE 5KG	R\$ 5,66	1860	R\$ 10.527,60	1,05%	92,02%	B
ALVORADA CARIOCA 1KG	R\$ 3,09	3300	R\$ 10.197,00	1,02%	93,04%	B
VITARELLA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,17	3944	R\$ 8.558,48	0,86%	93,90%	B
CRISTAL DA MAMAE	R\$ 6,83	1086	R\$ 7.417,38	0,74%	94,64%	B
CRISTAL REI	R\$ 7,56	752	R\$ 5.685,12	0,57%	95,21%	C
TIO JOÃO	R\$ 13,79	401	R\$ 5.529,79	0,55%	95,76%	C
ITAMBE INSTANT LATA 400GR	R\$ 7,50	686	R\$ 5.145,00	0,51%	96,27%	C
CISNE REFINADO 1KG	R\$ 1,79	2806	R\$ 5.022,74	0,50%	96,78%	C
TODDY PO ORIGINAL 400GR	R\$ 4,39	1127	R\$ 4.947,53	0,49%	97,27%	C
DISEMPRE TP1	R\$ 9,08	432	R\$ 3.922,56	0,39%	97,66%	C
NESCAU 2.0 PO 400GR	R\$ 4,90	780	R\$ 3.822,00	0,38%	98,05%	C
DOURA	R\$ 9,67	372	R\$ 3.597,24	0,36%	98,40%	C
CAMIL BRANCO	R\$ 10,73	334	R\$ 3.583,82	0,36%	98,76%	C
TIO JORGE PARBOILIZADO	R\$ 12,54	233	R\$ 2.921,82	0,29%	99,06%	C
CAMIL RESERVA	R\$ 12,00	216	R\$ 2.592,00	0,26%	99,31%	C
GOMES DA COSTA OLEO 125GR	R\$ 2,07	1181	R\$ 2.444,67	0,24%	99,56%	C
COQUEIRO EM OLEO 125G	R\$ 1,89	888	R\$ 1.678,32	0,17%	99,73%	C
EMEGE SEMOLA SPAGHETTI 1KG	R\$ 3,43	440	R\$ 1.509,20	0,15%	99,88%	C
TARANTELLA TRAD SACHE 340G	R\$ 1,24	740	R\$ 917,60	0,09%	99,97%	C
LEBRE REFINADO 1KG	R\$ 1,04	300	R\$ 312,00	0,03%	100,00%	C
BRILHANTE	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
DONA XEPA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
TIO JOÃO PARBOILIZADO			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL ALVORADA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL DELTA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL IMPERIAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL PEROLA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL QUIT			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CAMIL CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
PREDILECTA TRAD 340GR			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
		TOTAL	R\$ 1.000.401,77			



UNICEPLAC

APÊNDICE C – Curva ABC 2016

ITEM	PREÇO	QUANT	TOTAL	% INDIVIDUAL	% ACUMULADA	CLASSIFICAÇÃO
ANTARCTICA	R\$ 1,95	141439	R\$ 275.806,05	24,26%	24,26%	A
ITALAC INTEGRAL 1LT	R\$ 3,08	30663	R\$ 94.442,04	8,31%	32,57%	A
SUPER ECCO 5KG	R\$ 11,46	7870	R\$ 90.190,20	7,93%	40,50%	A
COCA COLA 2LT	R\$ 5,47	15998	R\$ 87.509,06	7,70%	48,20%	A
TIO JORGE	R\$ 13,44	4378	R\$ 58.840,32	5,18%	53,38%	A
MAMAE CARIOCA 1KG	R\$ 5,51	9002	R\$ 49.601,02	4,36%	57,74%	A
CRISTAL VALE 5KG	R\$ 9,83	4923	R\$ 48.393,09	4,26%	62,00%	A
SITIO MOIDO 500GR	R\$ 8,47	5473	R\$ 46.356,31	4,08%	66,07%	A
DELICIA CARIOCA 1KG	R\$ 7,41	5776	R\$ 42.800,16	3,76%	69,84%	A
GRANOL SOJA 900ML	R\$ 2,98	12200	R\$ 36.356,00	3,20%	73,04%	A
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	R\$ 7,00	5160	R\$ 36.120,00	3,18%	76,22%	A
OMO MULT.	R\$ 7,99	3441	R\$ 27.493,59	2,42%	78,63%	A
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 3,05	8922	R\$ 27.212,10	2,39%	81,03%	B
SOYA SOJA 900ML	R\$ 3,40	7610	R\$ 25.874,00	2,28%	83,30%	B
GUARANA ANTARCTICA	R\$ 4,29	5035	R\$ 21.600,15	1,90%	85,20%	B
NESTLE NINHO INSTANT 400GR	R\$ 10,33	1658	R\$ 17.127,14	1,51%	86,71%	B
ALVORADA CARIOCA 1KG	R\$ 5,86	2879	R\$ 16.870,94	1,48%	88,19%	B
DOURA	R\$ 12,22	1203	R\$ 14.700,66	1,29%	89,49%	B
QUERO TRAD SAC 340GR	R\$ 1,51	8166	R\$ 12.330,66	1,08%	90,57%	B
CRISTAL DA MAMAE	R\$ 10,51	1170	R\$ 12.296,70	1,08%	91,65%	B
PIRACANJUBA INTEGRAL 1LT	R\$ 3,28	3720	R\$ 12.201,60	1,07%	92,73%	B
NESCAU 2.0 PO 400GR	R\$ 5,28	2160	R\$ 11.404,80	1,00%	93,73%	B
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	R\$ 3,86	2235	R\$ 8.627,10	0,76%	94,49%	B
VITARELLA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,65	3240	R\$ 8.586,00	0,76%	95,24%	C
CAMIL BRANCO	R\$ 13,87	463	R\$ 6.421,81	0,56%	95,81%	C
CAMIL RESERVA	R\$ 14,41	402	R\$ 5.792,82	0,51%	96,32%	C
CISNE REFINADO 1KG	R\$ 2,03	2510	R\$ 5.095,30	0,45%	96,77%	C
CRISTAL MAIS ACUCAR	R\$ 9,33	541	R\$ 5.047,53	0,44%	97,21%	C
ITAMBE INSTANT LATA 400GR	R\$ 8,81	564	R\$ 4.968,84	0,44%	97,65%	C
EMEGE SEMOLA SPAGHETTI 1KG	R\$ 3,83	1260	R\$ 4.825,80	0,42%	98,07%	C
TIO JOÃO	R\$ 17,45	253	R\$ 4.414,85	0,39%	98,46%	C
CRISTAL REI	R\$ 10,10	420	R\$ 4.242,00	0,37%	98,83%	C
PREDILECTA TRAD 340GR	R\$ 0,97	3555	R\$ 3.448,35	0,30%	99,14%	C
TODDY PO ORIGINAL 400GR	R\$ 5,12	552	R\$ 2.826,24	0,25%	99,39%	C
COQUEIRO EM OLEO 125G	R\$ 2,38	1135	R\$ 2.701,30	0,24%	99,62%	C
GOMES DA COSTA OLEO 125GR	R\$ 2,48	600	R\$ 1.488,00	0,13%	99,75%	C
TIO JORGE PARBOILIZADO	R\$ 14,33	102	R\$ 1.461,66	0,13%	99,88%	C
TIO JOÃO PARBOILIZADO	R\$ 15,30	49	R\$ 749,70	0,07%	99,95%	C
TARANTELLA TRAD SACHE 340G	R\$ 1,24	408	R\$ 505,92	0,04%	99,99%	C
LEBRE REFINADO 1KG	R\$ 1,17	60	R\$ 70,20	0,01%	100,00%	C
BRILHANTE	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
DONA XEPA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
DISEMPRE TP1			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL ALVORADA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL DELTA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL IMPERIAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL PEROLA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL QUIT			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CAMIL CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
		TOTAL	R\$ 1.136.800,01			



UNICEPLAC

APÊNDICE D – Curva ABC 2017

ITEM	PREÇO	QUANT	TOTAL	% INDIVIDUAL	% ACUMULADA	CLASSIFICAÇÃO
ITALAC INTEGRAL 1LT	R\$ 2,24	150497	R\$ 337.113,28	22,31%	22,31%	A
ANTARCTICA	R\$ 1,53	128203	R\$ 196.150,59	12,98%	35,29%	A
SITIO MOIDO 500GR	R\$ 10,31	12331	R\$ 127.132,61	8,41%	43,70%	A
SUPER ECCO 5KG	R\$ 10,42	9390	R\$ 97.843,80	6,47%	50,18%	A
TIO JORGE	R\$ 12,33	7099	R\$ 87.530,67	5,79%	55,97%	A
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	R\$ 8,70	9915	R\$ 86.260,50	5,71%	61,68%	A
COCA COLA 2LT	R\$ 5,40	10930	R\$ 59.022,00	3,91%	65,58%	A
DELICIA CARIOCA 1KG	R\$ 3,72	12781	R\$ 47.545,32	3,15%	68,73%	A
NESTLE NINHO INSTANT 400GR	R\$ 10,73	4354	R\$ 46.718,42	3,09%	71,82%	A
CRISTAL MAIS ACUCAR	R\$ 7,99	5640	R\$ 45.063,60	2,98%	74,80%	A
OMO MULT.	R\$ 6,59	6201	R\$ 40.864,59	2,70%	77,51%	A
SOYA SOJA 900ML	R\$ 3,26	11505	R\$ 37.506,30	2,48%	79,99%	A
GRANOL SOJA 900ML	R\$ 2,79	10404	R\$ 29.027,16	1,92%	81,91%	B
GUARANA ANTARCTICA	R\$ 4,68	5878	R\$ 27.509,04	1,82%	83,73%	B
ITAMBE INSTANT LATA 400GR	R\$ 8,30	2544	R\$ 21.115,20	1,40%	85,13%	B
MAMAE CARIOCA 1KG	R\$ 3,30	6300	R\$ 20.790,00	1,38%	86,51%	B
DOURA	R\$ 9,36	2101	R\$ 19.665,36	1,30%	87,81%	B
PIRACANJUBA INTEGRAL 1LT	R\$ 2,51	7644	R\$ 19.186,44	1,27%	89,08%	B
VITARELLA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,73	6680	R\$ 18.236,40	1,21%	90,28%	B
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 3,05	5940	R\$ 18.117,00	1,20%	91,48%	B
CRISTAL PEROLA	R\$ 6,76	2328	R\$ 15.737,28	1,04%	92,52%	B
NESCAU 2.0 PO 400GR	R\$ 4,68	3108	R\$ 14.545,44	0,96%	93,49%	B
DONA XEPA	R\$ 11,00	1260	R\$ 13.860,00	0,92%	94,40%	B
CRISTAL QUIT	R\$ 7,00	1680	R\$ 11.760,00	0,78%	95,18%	C
CRISTAL VALE 5KG	R\$ 10,18	967	R\$ 9.844,06	0,65%	95,83%	C
CAMIL RESERVA	R\$ 13,06	660	R\$ 8.619,60	0,57%	96,40%	C
COQUEIRO EM OLEO 125G	R\$ 2,23	3186	R\$ 7.104,78	0,47%	96,87%	C
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	R\$ 3,79	1620	R\$ 6.139,80	0,41%	97,28%	C
CRISTAL DA MAMAE	R\$ 8,75	660	R\$ 5.775,00	0,38%	97,66%	C
TIO JOÃO	R\$ 16,17	330	R\$ 5.336,10	0,35%	98,02%	C
EMEGE SEMOLA SPAGHETTI 1KG	R\$ 3,71	1428	R\$ 5.297,88	0,35%	98,37%	C
QUERO TRAD SAC 340GR	R\$ 1,60	3156	R\$ 5.049,60	0,33%	98,70%	C
CISNE REFINADO 1KG	R\$ 1,94	2340	R\$ 4.539,60	0,30%	99,00%	C
CRISTAL DELTA	R\$ 6,39	600	R\$ 3.834,00	0,25%	99,25%	C
GOMES DA COSTA OLEO 125GR	R\$ 2,41	1225	R\$ 2.952,25	0,20%	99,45%	C
TODDY PO ORIGINAL 400GR	R\$ 4,87	504	R\$ 2.454,48	0,16%	99,61%	C
LEBRE REFINADO 1KG	R\$ 1,03	2000	R\$ 2.060,00	0,14%	99,75%	C
TIO JOÃO PARBOILIZADO	R\$ 14,89	108	R\$ 1.608,12	0,11%	99,85%	C
TIO JORGE PARBOILIZADO	R\$ 12,98	110	R\$ 1.427,80	0,09%	99,95%	C
TARANTELLA TRAD SACHE 340G	R\$ 1,21	600	R\$ 726,00	0,05%	100,00%	C
PREDILECTA TRAD 340GR	R\$ 0,94	48	R\$ 45,12	0,00%	100,00%	C
BRILHANTE	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CAMIL BRANCO			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
DISEMPRE TP1			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL ALVORADA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL IMPERIAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL REI			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
ALVORADA CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CAMIL CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
		TOTAL	R\$ 1.511.115,19			



UNICEPLAC

APÊNDICE E – Curva ABC 2018

ITEM	PREÇO	QUANT	TOTAL	% INDIVIDUAL	% ACUMULADA	CLASSIFICAÇÃO
ITALAC INTEGRAL 1LT	R\$ 2,52	126456	R\$ 318.669,12	26,21%	26,21%	A
ANTARCTICA	R\$ 1,55	109170	R\$ 169.213,50	13,92%	40,12%	A
SITIO MOIDO 500GR	R\$ 9,49	8926	R\$ 84.707,74	6,97%	47,09%	A
OMO MULT.	R\$ 5,99	13280	R\$ 79.547,20	6,54%	53,63%	A
SUPER ECCO 5KG	R\$ 9,37	8469	R\$ 79.354,53	6,53%	60,15%	A
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	R\$ 6,85	10816	R\$ 74.089,60	6,09%	66,25%	A
TIO JORGE	R\$ 11,38	4536	R\$ 51.619,68	4,24%	70,49%	A
COCA COLA 2LT	R\$ 6,01	7782	R\$ 46.769,82	3,85%	74,34%	A
DELICIA CARIOCA 1KG	R\$ 2,84	15292	R\$ 43.429,28	3,57%	77,91%	A
DOURA	R\$ 9,26	4212	R\$ 39.003,12	3,21%	81,12%	B
SOYA SOJA 900ML	R\$ 2,89	6980	R\$ 20.172,20	1,66%	82,78%	B
CRISTAL PEROLA	R\$ 6,57	2640	R\$ 17.344,80	1,43%	84,20%	B
MAMAE CARIOCA 1KG	R\$ 2,28	5945	R\$ 13.554,60	1,11%	85,32%	B
DONA XEPA	R\$ 10,00	1320	R\$ 13.200,00	1,09%	86,40%	B
CRISTAL DA MAMAE	R\$ 7,09	1806	R\$ 12.804,54	1,05%	87,46%	B
GUARANA ANTARCTICA	R\$ 4,59	2672	R\$ 12.264,48	1,01%	88,46%	B
CAMIL BRANCO	R\$ 12,48	960	R\$ 11.980,80	0,99%	89,45%	B
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 3,12	3780	R\$ 11.793,60	0,97%	90,42%	B
VITARELLA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,82	3920	R\$ 11.054,40	0,91%	91,33%	B
CRISTAL IMPERIAL	R\$ 7,44	1296	R\$ 9.642,24	0,79%	92,12%	B
QUERO TRAD SAC 340GR	R\$ 1,02	9282	R\$ 9.467,64	0,78%	92,90%	B
ITAMBE INSTANT LATA 400GR	R\$ 7,09	1299	R\$ 9.209,91	0,76%	93,66%	B
PIRACANJUBA INTEGRAL 1LT	R\$ 2,99	3060	R\$ 9.149,40	0,75%	94,41%	B
CRISTAL ALVORADA	R\$ 7,25	1200	R\$ 8.700,00	0,72%	95,12%	C
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	R\$ 4,10	1980	R\$ 8.118,00	0,67%	95,79%	C
TIO JOÃO	R\$ 16,40	420	R\$ 6.888,00	0,57%	96,36%	C
NESTLE NINHO INSTANT 400GR	R\$ 10,51	642	R\$ 6.747,42	0,55%	96,91%	C
CAMIL RESERVA	R\$ 14,54	450	R\$ 6.543,00	0,54%	97,45%	C
NESCAU 2.0 PO 400GR	R\$ 4,63	1398	R\$ 6.472,74	0,53%	97,98%	C
GRANOL SOJA 900ML	R\$ 2,65	2000	R\$ 5.300,00	0,44%	98,42%	C
CISNE REFINADO 1KG	R\$ 2,11	2130	R\$ 4.494,30	0,37%	98,79%	C
COQUEIRO EM OLEO 125G	R\$ 2,76	1458	R\$ 4.024,08	0,33%	99,12%	C
LEBRE REFINADO 1KG	R\$ 1,26	2693	R\$ 3.393,18	0,28%	99,40%	C
TODDY PO ORIGINAL 400GR	R\$ 4,00	492	R\$ 1.968,00	0,16%	99,56%	C
TIO JOÃO PARBOILIZADO	R\$ 15,12	120	R\$ 1.814,40	0,15%	99,71%	C
GOMES DA COSTA OLEO 125GR	R\$ 2,75	580	R\$ 1.595,00	0,13%	99,84%	C
TIO JORGE PARBOILIZADO	R\$ 12,41	60	R\$ 744,60	0,06%	99,90%	C
TARANTELLA TRAD SACHE 340G	R\$ 1,29	576	R\$ 743,04	0,06%	99,96%	C
EMEGE SEMOLA SPAGHETTI 1KG	R\$ 3,74	96	R\$ 359,04	0,03%	99,99%	C
PREDILECTA TRAD 340GR	R\$ 0,84	96	R\$ 80,64	0,01%	100,00%	C
CRISTAL			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
DISEMPRE TP1			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL DELTA			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL MAIS ACUCAR			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL VALE 5KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL QUIT			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL REI			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
ALVORADA CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CAMIL CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
BRILHANTE	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
		TOTAL	R\$ 1.216.027,64			



UNICEPLAC

APÊNDICE F – Curva ABC 2019

ITEM	PREÇO	QUANT	TOTAL	% INDIVIDUAL	% ACUMULADA	CLASSIFICAÇÃO
ITALAC INTEGRAL 1LT	R\$ 2,55	119282	R\$ 304.169,10	26,18%	26,18%	A
COCA COLA 2LT	R\$ 5,75	18462	R\$ 106.156,50	9,14%	35,32%	A
ANTARCTICA	R\$ 1,56	58200	R\$ 90.792,00	7,82%	43,14%	A
SITIO MOIDO 500GR	R\$ 7,32	11300	R\$ 82.716,00	7,12%	50,26%	A
SUPER ECCO 5KG	R\$ 10,87	6001	R\$ 65.230,87	5,62%	55,87%	A
SANTA CLARA ALMOFADA 500G	R\$ 5,06	11656	R\$ 58.979,36	5,08%	60,95%	A
DELICIA CARIOCA 1KG	R\$ 5,05	11301	R\$ 57.070,05	4,91%	65,86%	A
TIO JORGE	R\$ 12,25	4339	R\$ 53.152,75	4,58%	70,44%	A
SOYA SOJA 900ML	R\$ 2,95	12680	R\$ 37.406,00	3,22%	73,66%	A
NESTLE NINHO INSTANT 400GR	R\$ 10,76	3288	R\$ 35.378,88	3,05%	76,70%	A
DOURA	R\$ 10,09	2490	R\$ 25.124,10	2,16%	78,87%	A
CRISTAL PEROLA	R\$ 7,58	2520	R\$ 19.101,60	1,64%	80,51%	B
MAMAE CARIOCA 1KG	R\$ 3,98	4653	R\$ 18.518,94	1,59%	82,10%	B
GUARANA ANTARCTICA	R\$ 4,68	3303	R\$ 15.458,04	1,33%	83,43%	B
CAMIL BRANCO	R\$ 12,38	1189	R\$ 14.719,82	1,27%	84,70%	B
CRISTAL ALVORADA	R\$ 7,70	1890	R\$ 14.553,00	1,25%	85,95%	B
NESCAU 2.0 PO 400GR	R\$ 4,37	3060	R\$ 13.372,20	1,15%	87,11%	B
FORTALEZA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 2,86	4640	R\$ 13.270,40	1,14%	88,25%	B
OMO MULT.	R\$ 7,23	1760	R\$ 12.724,80	1,10%	89,34%	B
CRISTAL IMPERIAL	R\$ 6,97	1512	R\$ 10.538,64	0,91%	90,25%	B
CAMIL RESERVA	R\$ 14,57	720	R\$ 10.490,40	0,90%	91,15%	B
TIO JOÃO	R\$ 16,85	600	R\$ 10.110,00	0,87%	92,02%	B
CRISTAL	R\$ 13,19	732	R\$ 9.655,08	0,83%	92,85%	B
QUERO TRAD SAC 340GR	R\$ 0,93	9960	R\$ 9.262,80	0,80%	93,65%	B
GALO SEMOLA ESPAGUETE 1KG	R\$ 4,03	2145	R\$ 8.644,35	0,74%	94,40%	B
BRILHANTE	R\$ 10,99	781	R\$ 8.583,19	0,74%	95,14%	C
DONA XEPA	R\$ 9,78	840	R\$ 8.215,20	0,71%	95,84%	C
PIRACANJUBA INTEGRAL 1LT	R\$ 3,05	2580	R\$ 7.869,00	0,68%	96,52%	C
CAMIL CARIOCA 1KG	R\$ 4,68	1350	R\$ 6.318,00	0,54%	97,06%	C
ITAMBE INSTANT LATA 400GR	R\$ 8,91	696	R\$ 6.201,36	0,53%	97,60%	C
CISNE REFINADO 1KG	R\$ 2,31	2261	R\$ 5.222,91	0,45%	98,05%	C
CRISTAL DELTA	R\$ 6,99	600	R\$ 4.194,00	0,36%	98,41%	C
VITARELLA CREAM CRACKER 400GR	R\$ 3,00	1220	R\$ 3.660,00	0,32%	98,72%	C
LEBRE REFINADO 1KG	R\$ 1,38	2220	R\$ 3.063,60	0,26%	98,99%	C
COQUEIRO EM OLEO 125G	R\$ 2,75	1080	R\$ 2.970,00	0,26%	99,24%	C
PREDILECTA TRAD 340GR	R\$ 0,99	2785	R\$ 2.757,15	0,24%	99,48%	C
TODDY PO ORIGINAL 400GR	R\$ 3,99	600	R\$ 2.394,00	0,21%	99,69%	C
TIO JOÃO PARBOILIZADO	R\$ 16,24	90	R\$ 1.461,60	0,13%	99,81%	C
GOMES DA COSTA OLEO 125GR	R\$ 2,72	350	R\$ 952,00	0,08%	99,89%	C
CRISTAL DA MAMAE	R\$ 8,15	90	R\$ 733,50	0,06%	99,96%	C
TARANTELLA TRAD SACHE 340G	R\$ 1,16	432	R\$ 501,12	0,04%	100,00%	C
DISEMPRE TP1			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
TIO JORGE PARBOILIZADO			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL MAIS ACUCAR			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL VALE 5KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL QUIT			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
CRISTAL REI			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
ALVORADA CARIOCA 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
GRANOL SOJA 900ML			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
EMEGE SEMOLA SPAGHETTI 1KG			R\$ 0,00	0,00%	100,00%	C
		TOTAL	R\$ 1.161.692,31			