

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS PALMEIRA DAS MISSÕES
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO NOTURNO

Julio Portes da Silva Neto

ANÁLISE DA GESTÃO E CONTROLE DE ESTOQUE EM UMA REDE
DE LOJAS DO NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL

Palmeira das Missões, RS
2023

Julio Portes da Silva Neto

ANÁLISE DE CONTROLE E GESTÃO DE ESTOQUE

Trabalho de Conclusão de Curso e Relatório de Estágio, apresentado ao Curso de Administração Noturno, Universidade Federal de Santa Maria, Campus de Palmeira das Missões/RS, como requisito parcial para a obtenção do grau em **Bacharel em Administração**.

Orientador: Professor Dr. José de Pietro Neto

Palmeira das Missões, RS
2023

Julio Portes da Silva Neto

ANÁLISE DE CONTROLE E GESTÃO DE ESTOQUE

Trabalho de Conclusão de Curso e Relatório de Estágio, apresentado ao Curso de Administração Noturno, Universidade Federal de Santa Maria, Campus de Palmeira das Missões/RS, como requisito parcial para a obtenção do grau em **Bacharel em Administração**.

Aprovado em de de 2023

José de Pietro Neto, Doutor (UFSM)
(Orientador)

Silvia Patricia Cavalheiro de Andrade, Doutora (UFSM)

Andrei Giovani Maia, Doutor (UFSM)

Palmeira das Missões, RS
2023

AGRADICIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela vida e pelas oportunidades por ele dadas no decorrer dos anos.

Agradeço a minha família por todo suporte e base, dando auxílio e condições para que tudo sempre seja feito da melhor maneira possível.

Agradeço a minha namorada, por tudo, desde o âmbito pessoal até o profissional, estando ao meu lado e me ajudando em todos os momentos, sem medir esforços.

Agradeço ao meu orientador por todo suporte prestado, sempre que necessário, me guiando para o melhor desenvolvimento possível desde as matérias ministradas até esse momento de conclusão.

RESUMO

ANÁLISE DE CONTROLE E GESTÃO DE ESTOQUE

AUTOR: JULIO PORTES DA SILVA NETO

ORIENTADOR: JOSÉ DE PIETRO NETO

No presente estudo, tem-se por objetivo analisar as vendas e os estoques de uma determinada rede de lojas do noroeste do Rio Grande do Sul, a fim de verificar os tipos de mercadorias que mais tem giro de mercado em cada uma das lojas, ajudando assim na melhor distribuição de estoque entre elas. Para esse fim, os produtos foram, primeiramente, divididos por gêneros, feminino e masculino, para na sequência verificar de fato quais os tipos de mercadorias que mais são vendidas e as que mais ficaram em estoque nos períodos propostos para observação, entre 2021 e 2023. Nota-se que, na loja situada na cidade de Palmeira das Missões, o volume de vendas é, significativamente, superior ao das outras duas filiais, situadas em Ibirubá e Carazinho, chegando por vezes o número total de vendas ser maior que o valor das duas somadas. Sendo assim, faz-se necessário uma análise semanal, ou no máximo quinzenal, a fim de realizar a troca de mercadorias de uma loja para outra, otimizando as vendas em ambas, e aumentando a fidelidade dos clientes. Conclui-se, assim, que para alavancar cada vez mais as vendas e evitar que as mercadorias entrem em depreciação, por ficarem paradas no estoque, se faz necessário uma percepção da demanda de cada loja. Dessa forma, atua-se nas trocas pontuais para que todas as lojas tenham as totais condições de atender da melhor maneira possível seus clientes, alavancando cada vez mais seu conceito positivo para com as comunidades em que se estão inseridas.

Palavras-chave: Análise, Giro de mercado, Vendas.

ABSTRACT

STOCK CONTROL AND MANAGEMENT ANALYSIS

AUTHOR: JULIO PORTES DA SILVA NETO

ADVISOR: JOSÉ DE PIETRO NETO

The present study aims to analyze the sales and stocks of a certain network of stores in the northwest of Rio Grande do Sul, in order to verify the types of goods that have the most market turnover in each of the stores, thus helping better distribution of stock among them. To this end, the products were first divided by gender, female and male, to then verify in fact which types of goods were sold the most and which were most in stock in the periods proposed for observation, between 2021 and 2023. It can be noted that, in the store located in the city of Palmeira das Missões, the sales volume is significantly higher than that of the other two branches, located in Ibirubá and Carazinho, sometimes the total number of sales is greater than the value of the two combined. Therefore, a weekly analysis is necessary, or at most fortnightly, in order to exchange goods from one store to another, optimizing sales in both, and increasing customer loyalty. It follows, therefore, that in order to leverage sales more and more and prevent the goods from becoming devalued, as they remain in stock, it is necessary to have a perception of the demand of each store. In this way, action is taken in specific exchanges so that all stores have the full conditions to serve their customers in the best possible way, increasingly leveraging their positive concept towards the communities in which they operate.

Keywords: Analysis, Market turnover, Sales.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 PROBLEMÁTICA	9
1.2 OBJETIVOS	9
1.2.1 Objetivo geral	9
1.2.2 Objetivos específicos	9
1.3 JUSTIFICATIVA	10
2 REVISÃO DA LITERATURA	11
3 METODOLOGIA	15
3.1 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTUDO	15
3.2 ANÁLISE DAS VENDAS	15
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	16
4.1 ANÁLISE GERAL DAS MERCADORIAS MAIS VENDIDAS POR ANO E POR GÊNERO.....	16
4.1.1 Vendas de mercadorias femininas adquiridas em 2021	17
4.1.2 Vendas de mercadorias femininas adquiridas em 2022	22
4.1.3 Vendas de mercadorias femininas adquiridas em 2023	25
4.1.4 Vendas de mercadorias masculinas adquiridas em 2021.....	27
4.1.5 Vendas de mercadorias masculinas adquiridas em 2022.....	30
4.1.6 Vendas de mercadorias masculinas adquiridas em 2023.....	32
4.1.7 Análise das vendas das mercadorias em um contexto geral.....	33
4.2 ANÁLISE DAS MERCADORIAS EM ESTOQUE AO FINAL DE CADA PERÍODO.....	35
4.2.1 Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2021.....	35
4.2.2 Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2022.....	36
4.2.3 Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2023.....	37
4.2.4 Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2021.....	37
4.2.5 Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2022.....	38
4.2.6 Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2023.....	39
4.2.7 Análise das mercadorias em estoque num contexto geral.....	40
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, com o mercado altamente concorrido em todos os seus níveis e tipos de segmento, se faz cada vez mais necessário uma análise interna e externa para observar onde estão os pontos fortes e fracos de uma empresa, para assim conseguir uma leitura de quais pontos podem ser melhorados e o que se manter no nível que está sendo realizado. Esse tipo de análise é o ponto inicial para que a empresa siga numa constante evolução, se mantendo forte no mercado atuante, tendo também possibilidades de aumentar o seu ramo de atuação, uma vez que terá diferentes visões a partir de uma análise aprofundada.

A necessidade das empresas em controlar o fluxo do seu estoque, por exemplo, analisando sua disponibilidade e suas faltas, fez com que os conceitos de controle e gestão de estoque fossem implementados. Nesse contexto, a empresa consegue realizar um planejamento de recursos necessários para determinados períodos, podendo, assim, fazer estoques assertivos para sanar necessidades dos clientes.

Assim, pode-se atribuir como principais funções do estoque a garantia do abastecimento de material à empresa, sempre atento as quantidades, qualidades e sazonalidade das mercadorias, bem como proporcionar economias de escala, por meio de compra em lotes econômicos e pela rapidez e eficiência no atendimento às necessidades (OLIVEIRA, 2018).

Desta forma, a gestão de estoques visa o equilíbrio entre oferta e demanda (SLACK, 2009), podendo inclusive se tornar um diferencial para as empresas. As decisões sobre os níveis de estoque devem ser tomadas de acordo com a estratégia de cada organização e com as peculiaridades de cada setor.

O controle gestão de estoques é importante para a empresa manter-se competitiva no mercado, sendo um desafio para organizações de pequeno porte, porque absorve grande parte de seus orçamentos. Assim, os estoques devem ser muito bem planejados, implementados e controlados. Um dos principais motivos para se ter um bom planejamento e controle de estoques é o grande impacto financeiro que é possível alcançar através do aumento da eficácia e eficiência das operações de uma empresa (BORGES et al, 2010).

Essa pesquisa se justifica, no sentido de auxiliar a empresa em questão a melhorar seu controle e gestão do estoque. Dessa forma, os gestores podem analisar as peças que estão paradas em estoque, com alto valor investido, o qual poderia ser

melhor investido em peças com maior giro, aumentando a lucratividade num curto prazo.

1.1 PROBLEMÁTICA

Diante do exposto acima, surgem alguns questionamentos: qual mercadoria (tipo e gênero) tem maior aceitação e procura dos nossos clientes nos diferentes períodos em estudo? Qual a proporção, separadas por gênero, das vendas em número de peças? Qual filial traz uma porcentagem maior em vendas das mercadorias mais procuradas? Qual é o perfil das peças remanescentes em estoque atualmente e qual o valor de custo que isto representa para a empresa?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

O principal objetivo do estudo é analisar a gestão e o controle de estoque em uma rede de lojas do noroeste do RS nos últimos 3 anos (2021, 2022 e 2023).

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Quantificar o perfil geral das mercadorias mais vendidas na estação outono/inverno;
- b) Identificar a diferença nas vendas de peças separadas por gênero em cada uma das filiais;
- c) Verificar os produtos com maiores vendas dentro de cada gênero em cada uma das filiais;
- d) Identificar os produtos com maior permanência em estoque, e qual seu custo representativo;
- e) Propor soluções para melhorar o giro de mercadorias nas lojas, aumentando assim as vendas dentro da estação.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho visa auxiliar a parte financeira da loja a ajustar os seus pontos de investimentos para reduzir os índices de desperdícios com mercadorias paradas em estoque e, assim, aumentar o fluxo de produtos solicitados pelos clientes com a maior rapidez possível.

Para o pesquisador, o estudo trará auxílios futuros, uma vez que, conhecendo melhor o perfil dos clientes, pode-se trazer estes produtos cada vez mais próximo deles, evitando uma possível depreciação desses produtos devido ao longo período de tempo em estoque.

Com base nesse estudo, a empresa Alessandra Silva Paim e Cia LTDA conseguirá compreender melhor o perfil de seus clientes, além de reavaliar sua forma de manter produtos em estoque e analisá-los para futuras compras.

Para isso, o estudo contará com a análise dos dados fornecidos pelo sistema da empresa, o qual contém as peças que foram vendidas nos prazos estipulados por filtros, onde é possível comparar o fluxo de venda de cada tipo de mercadoria de um ano para o outro. Além disso, pode-se visualizar as mercadorias retidas em estoque ao longo de um ano e vendidas nos anos posteriores.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Estoque é acumulação armazenada de recursos materiais em um sistema de transformação e também é usado para descrever qualquer recurso armazenado (SLACK, 2002). Segundo Dias (2006), os estoques podem ser tanto de matéria-prima, produtos em fabricação e produtos acabados.

De acordo com Slack (2002), os tipos de estoque existentes consistem nos citados abaixo:

- a) **Estoque de Proteção:** Tem como propósito compensar as incertezas inerentes a fornecimento e demanda, podendo ser chamado também de estoque isolador.
- b) **Estoque de Ciclo:** Ocorre quando algum ou vários estágios na operação não podem fornecer, simultaneamente, todos os itens que produzem.
- c) **Estoque de Antecipação:** É usado para compensar diferenças de ritmo de fornecimento e demanda.
- d) **Estoque de Canal (de distribuição):** existem quando os materiais não podem ser transportados, instantaneamente, entre o ponto de fornecimento e o ponto de demanda.

Controle e gestão de estoque são processos fundamentais para empresas que trabalham com produtos físicos. O controle de estoque refere-se ao monitoramento e registro de todas as movimentações e quantidades de produtos em estoque, enquanto a gestão de estoque envolve o planejamento, organização e execução de estratégias para otimizar o uso dos recursos disponíveis (OLIVEIRA 2018; BARBOSA, 2014).

O controle de estoque é essencial para garantir que a empresa tenha a quantidade adequada de produtos em estoque para atender à demanda dos clientes. Além disso, um controle eficiente permite evitar a falta de produtos, o que pode resultar em perda de vendas, bem como minimizar o excesso de estoque, que pode acarretar em custos adicionais de armazenagem e obsolescência.

Existem diversos métodos e técnicas utilizados no controle de estoque. Alguns dos principais são:

- a) **Revisão Periódica:** esse modelo consiste em definir um intervalo ótimo entre cada solicitação. A quantidade solicitada a cada novo pedido varia de acordo com o consumo no período anterior (BERTAGLIA, 2006).

- b) Ponto de Pedido:** Quando o tempo de ressurgimento é longo e a quantidade solicitada é somente suficiente para um curto tempo, então o ponto de pedido deve levar em consideração o estoque pendente, isto é, aquele solicitado, mas ainda não entregue (BUFFA, 1968).
- c) Just-in-Time (JIT):** Busca reduzir ao máximo o estoque, realizando a reposição de produtos de acordo com a demanda real. Nesse caso, a empresa mantém um relacionamento próximo com seus fornecedores, que entregam os produtos em quantidades menores e com maior frequência. Assim, é possível reduzir custos de armazenagem e evitar a obsolescência de produtos (DIAS, 2006).
- d) Classificação ABC e XYZ:** A classificação ABC consiste em categorizar os produtos em três grupos, com base no seu valor de demanda ou custo. Os produtos de alta importância (grupo A) recebem maior atenção no controle e reposição de estoque, enquanto os de menor importância (grupo C) têm um controle menos rigoroso. É aplicável em situações que estabeleçam prioridades, como um serviço a executar mais importante que outro, um produto mais significativo que outro. A classificação XYZ, por sua vez, categoriza os produtos com base na variabilidade da demanda, priorizando o controle e a reposição de produtos com maior variabilidade (VIANA, 2010).
- e) Método PEPS (Primeiro a entrar, Primeiro a sair):** Esse método prioriza a ordem cronológica de entrada dos produtos no estoque, ou seja, sai o material que primeiro integrou o estoque, sendo substituído pela mesma ordem cronológica em que foi recebido, pois os materiais circulam de forma contínua e ordenada (DIAS, 2006).

Um dos principais motivos para se ter um bom planejamento e controle de estoque é o grande impacto financeiro que é possível alcançar através do aumento da eficácia e eficiência das operações da organização (BORGES et al, 2010).

Segundo Betts et al. (2008), o estoque permite às organizações tirarem vantagens das oportunidades em curto prazo. Além disso, um estoque baixo pode ocasionar elevados custos de falta de produtos, e por outro lado, altos estoques podem acarretar custos operacionais e afetar o capital de giro da empresa (GARCIA et al., 2006).

Para Slack (2009), o ideal almejado pelas empresas seria trabalhar com o mínimo de estoque possível ou estoque zero, adquirindo mercadorias de acordo com

o consumo, mas nem sempre isso é possível. Um fato que inviabiliza esse ideal é que busca dos produtos por parte dos clientes muitas vezes acontece de forma imediatista, sendo necessária a presença de mercadoria em loja para assim satisfazer essa demanda, caso contrário pode ser considerada uma oportunidade perdida.

Para Pozo (2010), é de extrema importância que as empresas desenvolvem contagem física de seus estoques regularmente, criando um inventário físico que permite a comparação entre a quantidade existente e dados lançados contabilmente, a fim de diminuir e eliminar diferenças exorbitantes entre estes, evitando prejuízos desnecessários.

Quando se trata de gerenciamento de estoque, este refere-se ao processo integrado pelo qual são obedecidas às políticas da empresa e da cadeia de valor com relação aos estoques. A abordagem reativa ou provocada usa a demanda dos clientes para deslocar os produtos por meio dos canais de distribuição (BALLOU, 2006).

Para Borges et al. (2010), um bom gerenciamento de estoques ajuda na redução dos valores monetários envolvidos, de forma a mantê-los os mais baixos possíveis, mas dentro dos níveis de segurança e dos volumes para o atendimento da demanda. O estoque deve funcionar como elemento regulador do fluxo de materiais da empresa, isto é, como a velocidade com que chega à empresa é diferente da que sai, há necessidade de certa quantidade de materiais, que hora aumenta hora diminui, amortecendo as variações (PROVIN; SELLITTO, 2011). Nesse contexto, quanto mais assertivas forem as compras e reposições das mercadorias, menos tempo a mercadoria fica parada, gerando um mais giro de mercado para empresa, com aumento exponencial de vendas e da cartela de clientes.

Segundo Pozo (2010), uma gestão de estoque otimizada contribui para a redução de valores monetários nele investido, de forma que os gastos de armazenagem sejam os menores possíveis. Esta gestão de estoque vai além do controle e abrange estratégias de planejamento e organização. Algumas práticas essenciais incluem:

- a) **Previsão de demanda:** A previsão de demanda utilizando métodos quantitativos pode ser feita através de vários modelos matemáticos. O emprego de cada modelo depende, basicamente, do comportamento da série temporal que se deseja analisar. Uma série temporal pode exibir até quatro características diferentes em seu comportamento: média, sazonalidade, ciclo e tendência (MAKRIDAKIS et al., 1998).

b) Gestão de fornecedores: Sob a ótica do gerenciamento de fornecedores, é concedida cada vez mais importância à cadeia de suprimentos, sendo esta responsável por um índice alto de custos ocultos e de desperdícios. Esses custos são: custos de estoque, como custo de inventário e espaço disponibilizado, perda de material por danos, obsolescência ou perecimento (TIAGO, 2013).

c) Otimização de processos: Na sociedade atual, não há mais espaço para empresas que não estejam alinhadas com as necessidades de seus clientes, não sendo mais possível vender tudo o que é produzido (LUZZI, 2004).

Os produtos, para serem vendidos, devem satisfazer os desejos de cada consumidor, cada um dos quais com opiniões diferentes (ONHO, 1997)

Além destas estratégias apontadas, outro ponto importante é a necessidade de adotar uma política de estoque adequada, para que não se tenha material em excesso e nem em falta (NOGUEIRA, 2012). Entende-se por política de estoque o conjunto de atos diretivos que estabelecem, de forma global e específica, princípios, diretrizes e normas relacionadas ao gerenciamento (SLACK et al., 2009). Dessa forma é possível elevar a rotatividade, liberando ativos e economizando o custo de manutenção do estoque.

Um controle e uma gestão eficientes de estoque trazem diversos benefícios para as empresas, tais como (NETO, 2019):

a) Redução de custos: O controle adequado evita o excesso de estoque, reduzindo custos de armazenagem, obsolescência e depreciação de produtos. Além disso, uma gestão eficiente permite uma negociação mais favorável com fornecedores.

b) Melhoria do atendimento ao cliente: Manter os níveis de estoque adequados garante que a empresa tenha os produtos disponíveis quando os clientes precisarem, aumentando a satisfação e fidelidade dos mesmos;

c) Otimização de recursos: Uma gestão eficiente permite uma alocação inteligente dos recursos financeiros e físicos da empresa, evitando desperdícios e maximizando a utilização dos ativos disponíveis.

d) Maior competitividade: Empresas que possuem uma gestão de estoque eficiente conseguem responder de forma mais ágil às demandas do mercado, antecipando-se às tendências e mantendo-se competitivas.

3 METODOLOGIA

Neste trabalho tem-se por objetivo analisar os estoques e as vendas da empresa nos anos de 2021, 2022 e 2023 para fins de se obter informações sobre o perfil das mercadorias mais procuradas pelos clientes em cada ano, se houve uma regularidade nos mesmos ou variou de um ano para outro.

Ainda com base nessas informações, irá se saber o quanto as mercadorias compradas ao longo dos períodos obedeceram um padrão ou se na própria compra já se estabeleceu uma diferença no perfil das mercadorias, que por si só pode influenciar num viés das vendas em cada período analisado.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTUDO

A empresa está situada no noroeste do estado do Rio Grande do Sul, ativa no mercado há mais de 16 anos, tendo como marca registrada a qualidade em seus produtos, o bom atendimento ao cliente e o clima harmonioso entre seus colaboradores, que transparece aos amigos e clientes que frequentam a loja.

Contando hoje com duas lojas, sendo a matriz em Palmeira das Missões e a filial em Ibirubá, a empresa conta com um quadro de 16 colaboradores, distribuídos entre as duas lojas e o escritório.

A empresa também é atuante nas redes sociais. Mantendo contato com seus clientes através de *whatsapp*, *instagram* e *facebook*, sempre pensando na melhor forma de atender seu público.

Vale destacar também que, pensando numa maior comodidade e melhor atendimento para os clientes, a empresa tem seu site próprio, no qual expõe seus produtos para que pessoas em todo território brasileiro possam ter acesso aos produtos disponíveis.

3.2 ANÁLISE DAS VENDAS

Para analisar as vendas foi necessário o levantamento dos dados das mercadorias vendidas e em estoque, dados esses fornecidos pelo sistema utilizado na empresa, chamado Onclick, filtrando por gênero, ano da compra, e tipo de

mercadoria, separados ainda entre as 3 lojas da rede, feito essa divisão a análise foi feita em três etapas.

Na primeira etapa foram analisados os itens comprados em 2021, observando as vendas dentro do próprio ano e nos dois anos posteriores (2022 e 2023), separando por gênero e por tipo de produto, destacando aqueles que possuem maior volume em vendas.

A segunda etapa teve como base os itens comprados no ano de 2022, vendidos no mesmo ano e no ano decorrente (2023), assim como os itens desta compra ainda retidos em estoque. Por fim, os itens comprados no ano de 2023 (atual) e suas vendas até o momento.

Vale ressaltar que os itens analisados foram somente aqueles comprados e comercializados dentro da estação proposta (outono/inverno), que para a empresa é tido entre os dias 01/03 e 30/09 de cada ano, os outros meses (01/10 até 28/02) são considerados como primavera/verão, não sendo objetivo de estudo.

Um ponto importante para se salientar, é que no ano de 2023 os dados foram analisados somente até a data de 30/05, data essa que foi efetuada a coleta dos dados. Um prazo mais curto em relação aos outros dois anos, que tiveram o período completo para essa coleta.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a análise descrita a seguir se obteve um perfil de mercadorias mais procuradas pelos nossos clientes, e, conseqüentemente, maior número de vendas, ao longo dos três anos. A partir dos resultados obtidos, foi possível avaliar se houve uma constância no perfil das mercadorias ou se a procura por parte dos clientes se alterna de um ano para o outro.

4.1 ANÁLISE GERAL DAS MERCADORIAS MAIS VENDIDAS POR ANO E POR GÊNERO

A partir desse momento serão apresentados os dados coletados em relação às vendas das mercadorias, iniciando a observação com o gênero feminino, primeiramente do ano de 2021, se teve início a análise, num segundo momento as vendas no ano de 2022 e por último as vendas do ano 2023.

Apresentados e analisados os dados do gênero feminino, seguira na sequência com o gênero masculino, na mesma ordem já destacada anteriormente.

Nas tabelas apresentam-se os números de vendas separados por filiais (Palmeira das Missões, Carazinho e Ibirubá) e também em sua totalidade, vale ressaltar que os quadros de 2023 excluem a filial de Carazinho, uma vez que essa não existe mais, restando Palmeira das Missões e Ibirubá para análise.

4.1.1 Vendas de mercadorias femininas adquiridas em 2021

Na tabela 1 é apresentado o número de peças mais vendidas no ano de 2021, bem como as mercadorias compradas dentro deste mesmo ano.

Tabela 1. Venda por filiais-período no período entre 01/03/2021 e 30/09/2021

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendido
Blazer	23	0,82	11	0,85	7	0,58	41	0,77
Blusa canelada M longa	17	0,60	10	0,78	9	0,75	36	0,68
Blusa M longa	386	13,68	171	13,28	136	11,36	693	13,06
Blusa tricô	263	9,32	113	8,77	113	9,44	489	9,22
Blusão	75	2,66	37	2,87	18	1,50	130	2,45
Bota cano curto	45	1,60	48	3,73	31	2,59	124	2,34
Calca jeans	284	10,07	83	6,44	109	9,11	476	8,97
Calca jogger	50	1,77	35	2,72	40	3,34	125	2,36
Calca moletom	98	3,47	48	3,73	56	4,68	202	3,81
Calca montaria	54	1,91	40	3,11	45	3,76	139	2,62
Camisa m longa	153	5,42	38	2,95	47	3,93	238	4,49
Casaco lã batida	41	1,45	22	1,71	18	1,50	81	1,53
Jaqueta	50	1,77	10	0,78	14	1,17	74	1,39

Tabela 1. Venda por filiais-período no período entre 01/03/2021 e 30/09/2021

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendido
Jaqueta c capuz	43	1,52	27	2,10	17	1,42	87	1,64
Jaqueta jeans	48	1,70	19	1,48	19	1,59	86	1,62
Moletom	28	0,99	24	1,86	17	1,42	69	1,30
Moletom c capuz	24	0,85	14	1,09	9	0,75	47	0,89
Suéter	120	4,25	33	2,56	52	4,34	205	3,86
Outros	1019	36,15	505	39,19	440	36,77	1964	37
Total	2821	100,00	1288	100,00	1197	100,00	5306	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA – 2023

Nesta tabela do ano de 2021, com vendas somente nesse mesmo ano, observou-se que as vendas das mercadorias foram em sua grande maioria na cidade de Palmeira, alcançando um total de 53,17%, enquanto a soma das outras duas cidades ficou em 46,83%.

Dentro da loja de Palmeira, se observa um maior número de vendas em Blusa M. Longa e Calça jeans, com respectivamente 13,68% e 10,07% do total. Já na cidade de Carazinho, percebe-se uma diferença, sendo Blusa M. Longa e Blusa trico as peças mais vendidas, somando 13,28% e 8,77% respectivamente. A cidade de Ibirubá acompanha Carazinho, sendo as peças mais vendidas Blusa M. Longa e Blusa tricô, com total de 11,36% e 9,44% respectivamente.

Para o total da rede, as mercadorias mais vendidas foram as três citadas à cima, sendo por ordem a Blusa M. Longa com 13,06%, em segundo a Blusa tricô com 9,22% e por terceiro a Calça Jeans com 8,97%.

Vale ressaltar ainda, que somente em um tipo de mercadoria, Palmeira não teve o maior número total em vendas, que foi no modelo bota cano curto, aonde Carazinho somou 48 unidades contra 45.

Na tabela 2 foram analisadas as mesmas mercadorias que as apresentadas no quadro anterior, compradas no ano de 2021, porém com vendas até o final de 2022 (30/09).

Tabela 2. Venda por filiais-período entre 01/03/2021 e 30/09/2022

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Blazer	31	0,73	12	0,70	10	0,57	53	0,69
Blusa canelada m longa	27	0,64	24	1,40	20	1,15	71	0,92
Blusa m longa	539	12,77	247	14,39	209	11,99	995	12,95
Blusa tricô	371	8,79	139	8,10	149	8,55	659	8,58
Blusão	99	2,35	40	2,33	28	1,61	167	2,17
Bota cano curto	74	1,75	57	3,32	37	2,12	168	2,19
Calca jeans	594	14,07	154	8,97	179	10,27	927	12,07
Calca jogger	69	1,63	44	2,56	59	3,38	172	2,24
Calca moletom	135	3,20	61	3,55	88	5,05	284	3,70
Calca montaria	91	2,16	52	3,03	59	3,38	202	2,63
Camisa m longa	205	4,86	41	2,39	62	3,56	308	4,01
Casaco lã batida	43	1,02	22	1,28	19	1,09	84	1,09
Jaqueta	69	1,63	17	0,99	20	1,15	106	1,38
Jaqueta c capuz	64	1,52	39	2,27	34	1,95	137	1,78
Jaqueta jeans	65	1,54	22	1,28	44	2,52	131	1,71
Moletom	44	1,04	29	1,69	25	1,43	98	1,28
Moletom c capuz	39	0,92	17	0,99	22	1,26	78	1,02
Suéter	192	4,55	49	2,85	68	3,90	309	4,02
Outros	1470	34,83	651	37,91	611	35,07	2732	35,57
Total	4221	100,00	1717	100,00	1743	100,00	7681	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA -2023

Nesse segundo ano de vendas das mercadorias do ano de 2021, se observa que em Palmeira continua se obtendo um maior volume de vendas em relação as outras duas lojas, com um total de 4.221 peças, equivalendo a 54,95% do total.

Uma das diferenças em relação a tabela no ano anterior, é que nesse ano Palmeira foi líder de vendas em todos os tipos de mercadorias.

Outra diferença é que nesse segundo ano de vendas dessas mercadorias, as peças mais vendidas nas três lojas, sendo elas a Blusa M. Longa e a Calça Jeans. Palmeira teve 12,77% e 14,07% respectivamente, Carazinho 14,39% e 8,97% respectivamente e Ibirubá 12,95% e 12,07%. Faço uma ressalva aqui na loja de Palmeira que diferente do ano anterior, a ordem das duas peças mais vendidas se inverteu, com Calça Jeans passando Blusa M. Longa em números totais.

A tabela 3 apresentam-se os dados das vendas iniciadas no ano de 2021, porém tendo como data final para análise o ano de 2023, mais precisamente no dia 30/05, data estipulada para o fim da análise em vendas.

Tabela 3. Venda por filiais-período entre 01/03/2021 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Blazer	32	0,72	12	0,70	10	0,55	54	0,68
Blusa canelada m longa	31	0,70	24	1,40	20	1,10	75	0,94
Blusa m longa	555	12,54	247	14,39	221	12,12	1023	12,84
Blusa tricô	381	8,61	139	8,10	152	8,34	672	8,44
Blusão	105	2,37	40	2,33	29	1,59	174	2,18
Bota cano curto	74	1,67	57	3,32	37	2,03	168	2,11
Calca jeans	613	13,85	154	8,97	193	10,59	960	12,05
Calca jogger	70	1,58	44	2,56	59	3,24	173	2,17
Calca moletom	142	3,21	61	3,55	96	5,27	299	3,75

Tabela 3. Venda por filiais-período entre 01/03/2021 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Calça montaria	95	2,15	52	3,03	60	3,29	207	2,60
Camisa m longa	215	4,86	41	2,39	67	3,68	323	4,05
Casaco lã batida	43	0,97	22	1,28	19	1,04	84	1,05
Jaqueta	73	1,65	17	0,99	21	1,15	111	1,39
Jaqueta c capuz	65	1,47	39	2,27	34	1,87	138	1,73
Jaqueta jeans	65	1,47	22	1,28	44	2,41	131	1,64
Moletom	46	1,04	29	1,69	25	1,37	100	1,26
Moletom c capuz	46	1,04	17	0,99	24	1,32	87	1,09
Suéter	212	4,79	49	2,85	69	3,78	330	4,14
Outros	1563	35,31	651	37,91	643	35,26	2857	35,89
Total	4426	100,00	1717	100,00	1823	100,00	7966	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Analisando as mercadorias compradas no ano de 2021, percebe-se que ao longo dos 3 anos, houve um aumento significativo em números totais de vendas, crescendo um total de 2.660 itens no período. Em contrapartida vale o destaque de desse total em vendas, 66,61% (5.306 peças) foi no ano de sua compra, um número considerado bom para tal período.

No segundo ano (2022), se vendeu um total de 29,81% (2.375 peças) do total do período analisado. E por fim, no último ano (2023) se teve um total de 3,58% (285 peças).

Dentre todas essas mercadorias, as que mais se destacam em número de peças vendidas, e por consequência em maior porcentagem são a blusa m. longa, com um total de 1.023 (12,84%) peças vendidas. A calça jeans com um total de 960 (12,05%) peças vendidas e a blusa trico com um total de 672 (8,44%) peças vendidas.

Um fator que pode ter ajudado também na maior venda de blusa m longa em relação a blusa trico é o preço, uma vez que o preço médio da primeira é de R\$109,90, o preço médio da segunda fica na faixa de R\$199,90.

Com relação as vendas, nota-se uma superioridade muito grande em números totais de Palmeira em relação as outras duas cidades, chegando a 4.426 peças de um total de 7.966. Em segundo lugar ficou Ibirubá, com 1.823 peças e Carazinho em terceiro com 1.717 peças vendidas.

4.1.2 Vendas de mercadorias femininas adquiridas em 2022

A partir da tabela 4 serão analisadas as vendas de produtos comprados no ano de 2022, especificamente aquelas realizadas dentro deste mesmo ano.

Tabela 4. Venda por filiais-período entre 01/03/2022 e 30/09/2022

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Blazer	75	5,22	22	4,68	25	3,41	122	4,62
Blusa m longa	55	3,83	32	6,81	30	4,09	117	4,43
Blusa tricô	30	2,09	12	2,55	13	1,77	55	2,08
Blusão	42	2,92	19	4,04	28	3,81	89	3,37
Bota cano curto	46	3,20	10	2,13	30	4,09	86	3,26
Cachecol	27	1,88	7	1,49	8	1,09	42	1,59
Calça alfaiataria	20	1,39	15	3,19	16	2,18	51	1,93
Calça courino	41	2,86	8	1,70	17	2,32	66	2,50
Calca jeans	83	5,78	11	2,34	41	5,59	135	5,11
Calca jeans skinny	23	1,60	4	0,85	14	1,91	41	1,55
Camisa	35	2,44	9	1,91	12	1,63	56	2,12
Casaco lã batida	109	7,59	17	3,62	24	3,27	150	5,68
Casaco ted	71	4,94	27	5,74	38	5,18	136	5,15

Tabela 4. Venda por filiais-período entre 01/03/2022 e 30/09/2022

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Cropped m longa	56	3,90	25	5,32	35	4,77	116	4,39
Jaqueta	43	2,99	5	1,06	14	1,91	62	2,35
Jaqueta c capuz	37	2,58	9	1,91	28	3,81	74	2,80
Jaqueta jeans	31	2,16	13	2,77	25	3,41	69	2,61
Suéter	44	3,06	13	2,77	14	1,91	71	2,69
Outros	568	39,57	212	45,12	322	43,85	1102	41,77
Total	1436	100,00	470	100,00	734	100,00	2640	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA – 2023

Seguindo o exemplo das tabelas de mercadorias do ano anterior, aqui também se nota um número bem maior em vendas em Palmeira com relação as outras lojas, somando aqui um total de 1436 peças, ou seja 54,39%.

Nesse ano, as peças dessa coleção com maiores saídas em Palmeira foram o Casaco Lã Batida com 7,59% e a Calça Jeans, com 5,78%. Em Carazinho houve uma maior venda em Blusa M. Longa, com 6,81% e Casaco Ted, com 5,74%. Já em Ibirubá as peças com maior número de vendas foram as Calça Jeans com 5,59% e o Casaco Ted, com 5,18%.

A tabela 5 envolve a análise das mercadorias compradas no ano de 2022, porém com vendas até 2023 (30/05).

Tabela 5. Venda por filiais-período entre 01/03/2022 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Blazer	88	4,93	22	4,67	39	4,30	149	4,71
Blusa m longa	74	4,15	32	6,79	40	4,41	146	4,61
Blusa tricô	31	1,74	12	2,55	13	1,43	56	1,77
Blusão	49	2,75	19	4,03	28	3,08	96	3,03

Tabela 5. Venda por filiais-período entre 01/03/2022 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Bota cano curto	57	3,19	10	2,12	40	4,41	107	3,38
Cachecol	29	1,62	7	1,49	8	0,88	44	1,39
Calça alfaataria	28	1,57	15	3,18	18	1,98	61	1,93
Calça courino	43	2,41	8	1,70	18	1,98	69	2,18
Calca jeans	110	6,16	11	2,34	63	6,94	184	5,82
Calca jeans skinny	30	1,68	4	0,85	16	1,76	50	1,58
Camisa	35	1,96	9	1,91	12	1,32	56	1,77
Casaco lã batida	110	6,16	17	3,61	24	2,64	151	4,77
Casaco ted	73	4,09	27	5,73	39	4,30	139	4,39
Cropped m longa	58	3,25	25	5,31	37	4,07	120	3,79
Jaqueta	51	2,86	5	1,06	17	1,87	73	2,31
Jaqueta c capuz	74	4,15	9	1,91	50	5,51	133	4,20
Jaqueta jeans	35	1,96	13	2,76	28	3,08	76	2,40
Suéter	63	3,53	13	2,76	17	1,87	93	2,94
Outros	747	41,84	213	45,23	401	44,17	1361	43,03
Total	1785	100,00	471	100,00	908	100,00	3164	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Nesse segundo ano de análise, percebe-se uma diminuição nas vendas em relação ao ano anterior. No ano da compra (2022) foram vendidos 83,44% (2.640 peças), e no ano posterior (2023) foram vendidas 16,56% (524 peças). Da mesma

maneira que as compras do ano anterior, as vendas também foram superiores no ano de sua aquisição, gerando um giro bom para a loja.

Nesse segundo ano em Palmeira, tem-se um empate em número de peças mais vendidas, Casaco Lã Batida e Calça Jeans obtiveram 6,16% cada uma do total. Em Carazinho se teve destaque para Blusa M. Longa 6,79% e Casaco Ted 5,73%, repetindo o ano anterior. E Ibirubá teve Calça Jeans 6,94% e Jaqueta C. Capuz 5,51% como destaques.

Já nesse ano observa-se uma diferença no perfil do tipo de peças mais vendidas, analisando a rede, foram elas a calça jeans, com um total de 184 (5,82%) peças. o casaco lã batida com um total de 151 (4,77%) peças e também o blazer com um total de 149 (4,71%) peças vendidas.

Aqui vale fazer uma observação bastante importante no 3º item mais vendido na rede, o Blazer, que não esteve entre as duas mercadorias em destaque de nenhuma das lojas, mas teve uma importância bastante grande no somatório final, mostrando assim uma regularidade em vendas no seu total.

4.1.3 Vendas de mercadorias femininas adquiridas em 2023

Aqui, por fim, mostra-se as mercadorias do gênero feminino compradas no último ano de análise, 2023 (Tabela 6). Vale ressaltar o fechamento da filial de Carazinho, motivo esse pelo qual as vendas associadas a esta loja não aparecem na análise.

Tabela 6. Venda por filiais-período entre 01/02/2023 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Blazer	18	1,53	9	1,75	27	1,60
Blusa lã c gola	25	2,12	8	1,55	33	1,95
Blusa m bufante	9	0,76	5	0,97	14	0,83
Blusa m longa	145	12,32	69	13,40	214	12,65
Blusa tricô	60	5,10	39	7,57	99	5,85
Blusa tricô c gola	15	1,27	3	0,58	18	1,06

Tabela 6. Venda por filiais-período entre 01/02/2023 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Blusão de lã	32	2,72	11	2,14	43	2,54
Calca alfaiataria	15	1,27	13	2,52	28	1,65
Calca jeans	76	6,46	37	7,18	113	6,68
Calca moletom	19	1,61	9	1,75	28	1,65
Calca montaria	56	4,76	23	4,47	79	4,67
Camisa	65	5,52	18	3,50	83	4,91
Casaco lã batida	43	3,65	2	0,39	45	2,66
Casaco lã batida c/ capuz	6	0,51	1	0,19	7	0,41
Casaco ted	17	1,44	5	0,97	22	1,30
Cropped tricô	43	3,65	34	6,60	77	4,55
Leg peluciada	81	6,88	20	3,88	101	5,97
Outros	452	38,43	209	40,59	661	39,07
Total	1177	100,00	515	100,00	1692	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Nessa análise não há comparativos com anos anteriores da mesma compra, pois é o ano atual, porém em relação as compras de anos anteriores há a percepção de uma projeção de no mínimo igualar os números do ano anterior, visto que o tempo de venda analisado nos anos anteriores foi maior do que o período analisado para essas mercadorias.

Nesse ano, os produtos que mais vem tendo destaque em vendas, na rede, são a blusa m longa, com um total de 214 (12,65%) peças. A calca jeans com um total de 113 (6,68%) peças e também a leg peluciada com um total de 101 (5,97%) peças.

Já separados por cidade, nota-se que o item com mais saídas é o mesmo, Blusa M. Longa, com 12,32% em Palmeira e 13,40% em Ibirubá. Já o segundo item há uma diferença, sendo em Palmeira a Leg Peluciada com 6,88% das vendas e em Ibirubá Calça Jeans com 7,18% do total.

4.1.4 Vendas de mercadorias masculinas adquiridas em 2021

A partir da tabela 7 se inicia a análise das mercadorias do gênero masculino, peças essas compradas e comercializadas no ano de 2021.

Tabela 7: Venda por filiais-período entre 01/03/2021 e 30/09/2021

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Bota	4	0,79	1	0,34	0	0,00	5	0,50
Calça jeans	20	3,97	1	0,34	8	3,96	29	2,91
Calça moletom	11	2,18	15	5,15	8	3,96	34	3,41
Camisa polo	51	10,12	22	7,56	14	6,93	87	8,73
Camiseta	144	28,57	61	20,96	53	26,24	258	25,88
Camiseta m longa	13	2,58	8	2,75	4	1,98	25	2,51
Cueca boxer	49	9,72	48	16,49	20	9,90	117	11,74
Jaqueta	41	8,13	13	4,47	11	5,45	65	6,52
Jaqueta c capuz	14	2,78	9	3,09	6	2,97	29	2,91
Jaqueta moletom	4	0,79	1	0,34	3	1,49	8	0,80
Moletom	24	4,76	9	3,09	20	9,90	53	5,32
Moletom c capuz	22	4,37	10	3,44	1	0,50	33	3,31
Suéter	65	12,90	42	14,43	29	14,36	136	13,64
Outros	42	8,34	51	17,55	25	12,36	118	11,82
Total	504	100,00	291	100,00	202	100,00	997	100,00

FONTES: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Assim como no exemplo das peças femininas, o gênero masculino tem por sua grande maioria, vendas na cidade de Palmeira, contabilizando um total de 504 peças, o que equivale a 50,55% do total do período.

As vendas em Palmeira, tem como os principais itens adquiridos, como peças de inverno, o Suéter com 12,90% e a Jaqueta com 8,13%. Em carazinho, as peças com mais vendas foram o Suéter com 14,43% e a Calça Moletom, com 5,15%. E em Ibirubá, as peças com mais número em vendas foram o Suéter com 13,64% e o Moletom, com 9,90%.

Na tabela 8, o ano de início de análise continua o mesmo que o anterior, porém o período de vendas se estende até o final do ano de 2022.

Tabela 8. Venda por filiais-período entre 01/03/2021 e 30/09/2022

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendido
Bota	35	3,27	4	0,73	2	0,43	41	1,97
Calça jeans	39	3,64	3	0,55	19	4,11	61	2,93
Calça moletom	34	3,18	27	4,91	22	4,76	83	3,99
Camisa polo	71	6,64	32	5,82	24	5,19	127	6,10
Camiseta	201	18,79	80	14,55	85	18,40	366	17,58
Camiseta M longa	26	2,43	15	2,73	12	2,60	53	2,55
Cueca boxer	213	19,91	140	25,45	98	21,21	451	21,66
Jaqueta	51	4,77	19	3,45	16	3,46	86	4,13
Jaqueta c/ capuz	29	2,71	16	2,91	10	2,16	55	2,64
Jaqueta moletom	8	0,75	2	0,36	4	0,87	14	0,67
Moletom	49	4,58	20	3,64	30	6,49	99	4,76
Moletom c/ capuz	24	2,24	12	2,18	4	0,87	40	1,92
Suéter	88	8,22	53	9,64	39	8,44	180	8,65
Outros	202	18,87	127	23,08	97	21,01	426	20,45
Total	1070	100,00	550	100,00	462	100,00	2082	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Como pode-se observar, as vendas se mantêm predominantemente em Palmeira, com um total de 1070 peças, somando 51,39% do total.

Tendo como peças mais vendidas em Palmeira, mantidos o Suéter com 8,22% e Jaqueta com 4,77%. Em Carazinho, também se manteve as mesmas peças, sendo o Suéter com 9,64% e a Calça Moletom com 4,91%. E em Ibirubá o cenário também se manteve, com Suéter tendo 8,44% e Moletom com 6,49% de vendas.

Segue abaixo a última tabela de dados (Tabela 9) que mostra as peças compradas no ano de 2021 do gênero masculino, com data final de análise como o dia 30/05/2023.

Tabela 9: Venda por filiais-período entre 01/03/2021 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Bota	44	3,56	4	0,73	4	0,73	52	2,23
Calça jeans	43	3,48	3	0,54	20	3,67	66	2,83
Calça moletom	38	3,08	27	4,90	26	4,77	91	3,90
Camisa polo	75	6,07	32	5,81	26	4,77	133	5,71
Camiseta	238	19,27	80	14,52	93	17,06	411	17,63
Camiseta m longa	26	2,11	15	2,72	12	2,20	53	2,27
Cueca boxer	256	20,73	140	25,41	132	24,22	528	22,65
Jaqueta	53	4,29	19	3,45	17	3,12	89	3,82
Jaqueta c capuz	30	2,43	16	2,90	10	1,83	56	2,40
Jaqueta moletom	9	0,73	2	0,36	4	0,73	15	0,64
Moletom	52	4,21	20	3,63	35	6,42	107	4,59
Moletom c capuz	24	1,94	12	2,18	5	0,92	41	1,76
Suéter	91	7,37	53	9,62	43	7,89	187	8,02
Outros	256	20,73	128	23,23	118	21,67	502	21,55
Total	1235	100,00	551	100,00	545	100,00	2331	100,00

FONTES: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Assim como nas peças femininas, se nota um aumento significativo em vendas nos anos posteriores a data da compra para as mercadorias de 2021, porém uma diferença importante e notável é que nesse caso, no primeiro ano não foi a maior saída dessas mercadorias.

No ano de sua compra (2021) teve uma saída de 42,77%(997 peças), no ano posterior (2022) teve uma saída de 46,55% (1085 peças), e ainda nesse ano um total de 10,68% (249 peças).

Já no masculino nota-se que as peças que mais se destacam em seu número de vendas no ano de 2021 foram o suéter, com um total de 187 (8,02%) peças. O moletom, com um total de 107 (4,59%) peças e também a calça moletom com um total de 91 (3,90%) peças.

Aqui vale a ressalva de que não entram para análise os itens cueca boxer (528 peças), camiseta (411 peças) e camisa polo (133 peças) por serem itens que vendem durante o ano todo, havendo um viés em relação ao tempo que elas permanecem na loja em relação as demais peças.

4.1.5 Vendas de mercadorias masculinas adquiridas em 2022

A partir da tabela 10, irá se observar as mercadorias compradas no ano de 2022 do gênero masculino, peças essas comercializadas no mesmo ano da sua compra.

Tabela 10. Venda por filiais-período entre 01/03/2022 e 30/09/2022

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Blusa m longa	4	1,47	0	0,00	0	0,00	4	0,78
Blusão	11	4,03	4	3,67	3	2,34	18	3,53
Bota	18	6,59	8	7,34	6	4,69	32	6,27
Calca jeans	20	7,33	5	4,59	5	3,91	30	5,88
Calca jeans skinny	4	1,47	2	1,83	2	1,56	8	1,57
Calca moletom	5	1,83	0	0,00	0	0,00	5	0,98
Camiseta m longa	14	5,13	0	0,00	0	0,00	14	2,75
Casaco	2	0,73	2	1,83	3	2,34	7	1,37
Jaqueta	17	6,23	8	7,34	14	10,94	39	7,65
Jaqueta c capuz	26	9,52	4	3,67	8	6,25	38	7,45
Jaqueta moletom	3	1,10	2	1,83	1	0,78	6	1,18
Jaqueta reversível	6	2,20	0	0,00	2	1,56	8	1,57
Moletom	15	5,49	7	6,42	8	6,25	30	5,88
Suéter	101	37,00	58	53,21	60	46,88	219	42,94
Outros	27	9,88	9	8,27	16	12,5	52	10,2
Total	273	100,00	109	100,00	128	100,00	510	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Mantendo um padrão já observado anteriormente, as vendas dessas mercadorias tem como sua principal saída, a cidade de Palmeira, com 273 peças, representando um total de 53,53% do total.

Analisando as vendas separadamente por cidades, tem-se em Palmeira, como principais mercadorias vendidas o Suéter com 37,00% e a Jaqueta C. Capuz com 9,52%. Em Carazinho, o Suéter com 53,21% e empatados em segundo lugar a Bota e a Jaqueta, ambos com 7,34% cada. Em Ibirubá, os dois itens com maior número em vendas foram Suéter com 46,88% e Jaqueta com 10,94%.

A próxima tabela (Tabela 11) seguirá apresentando as compras feitas no ano de 2022, porém com data final de análise o dia 30/05/2023.

Tabela 11. Venda por filiais-período entre 01/03/2022 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Carazinho	Atitudes Carazinho	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde . Vendida	% vendida
Blusa m longa	4	1,18	0	0,00	0	0,00	4	0,66
Blusão	16	4,73	4	3,67	4	2,53	24	3,97
Bota	22	6,51	8	7,34	7	4,43	37	6,12
Calca jeans	32	9,47	5	4,59	8	5,06	45	7,44
Calca jeans skinny	6	1,78	2	1,83	5	3,16	13	2,15
Calca moletom	5	1,48	0	0,00	2	1,27	7	1,16
Camiseta m longa	15	4,44	0	0,00	2	1,27	17	2,81
Casaco	2	0,59	2	1,83	3	1,90	7	1,16
Jaqueta	18	5,33	8	7,34	16	10,13	42	6,94
Jaqueta c capuz	28	8,28	4	3,67	12	7,59	44	7,27
Jaqueta reversível	10	2,96	0	0,00	2	1,27	12	1,98
Moletom	17	5,03	7	6,42	8	5,06	32	5,29
Suéter	118	34,91	58	53,21	64	40,51	240	39,67
Outros	45	13,31	11	10,1	25	15,82	81	13,38
Total	338	100,00	109	100,00	158	100,00	605	100,00

FONTES: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Já em produtos masculinos comprados em 2022, a saída volta a ser em sua grande maioria no ano da aquisição das mercadorias, sendo 84,30% (510 peças) vendidas no ano em questão, e apenas 15,70% (95 peças) no ano posterior (2023).

Nesse ano observa-se uma maior venda no setor masculino, em sua totalidade, de suéter, com uma soma de 240 (39,67%) peças. Seguido pela calça jeans com 45 (7,44%) peças e também a jaqueta com capuz com 44 (7,27%) peças.

Nesse ano, vale a observação para o item Calça jeans, que não teve uma relevância muito grande em números totais de vendas nas cidades de Carazinho e Ibirubá, mas por seu grande volume de vendas em Palmeira, atingindo um total de 32 peças (9,47%), ficou em segundo lugar como líder de vendas da rede.

4.1.6 Vendas de mercadorias masculinas adquiridas em 2023

Por fim, a tabela 12 apresenta as vendas do ano de 2023, havendo uma ressalva da ausência da filial de Carazinho, pois está fechada por motivos internos, como já antecipado anteriormente na discussão das peças do gênero feminino.

Tabela 12. Venda por filiais-período entre 01/02/2023 e 30/05/2023

Lojas	Atitudes Palmeira	Atitudes Palmeira	Atitudes Ibirubá	Atitudes Ibirubá	Totais	Totais
Produtos	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% de vendas	Qtde. Vendida	% vendida
Calca jeans	3	5,26	0	0,00	3	4,23
Calca jeans skinny	7	12,28	3	21,43	10	14,08
Casaco lã batida	6	10,53	0	0,00	6	8,45
Cueca boxer	38	66,67	11	78,57	49	69,01
Jaqueta bomber	1	1,75	0	0,00	1	1,41
Jaqueta corta vento	2	3,51	0	0,00	2	2,82
Outros	-	-	-	-	-	-
Total	57	100,00	14	100,00	71	100,00

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Nas mercadorias masculinas desse ano, percebe-se uma drástica diminuição de vendas em relação aos anos anteriores, mesmo que o período analisado seja

inferior aos outros anos, a projeção é de que esse número não seja próximo ao que foi nos anos que antecederam o atual.

Nas mercadorias do ano atual, as peças que tem mais destaque em saídas são a calça jeans skinny com 10 (14,08%) peças. O casaco la batida com um total de 6 (8,45%) peças e a calça jeans com um total de 3 (4,23%) peças.

Da mesma maneira que nos anos anteriores, não entra para fins de análise, o item cueca boxer, por se tratar de uma mercadoria vendida durante o ano todo, aonde causa viés nos números totais em vendas por permanecer na loja o ano todo, diferentemente das mercadorias de inverno, que ficam na loja somente enquanto durar a estação.

4.1.7 Análise das vendas das mercadorias em um contexto geral

Trazendo esses dados e os analisando, se percebe que o foco da loja é, por natural, as peças femininas, aonde se tem um volume total em número de vendas de 12.822 peças, contra 3.007 em peças masculinas.

Um número pouco mais que 4 vezes maior se dá por alguns motivos, que vão desde a diferença no volume de compras entre um gênero e o outro, até o perfil de clientes (mulheres em sua grande maioria) que procura a loja para efetuar suas compras.

Contudo é importante ressaltar a diferença em volume total de vendas em peças femininas, entre os anos de 2021 e 2022, aonde no primeiro ano em questão foram vendidas 7966 peças contra 3164 no ano subsequente, representando mais que o dobro até o período estudado.

No masculino a diferença é ainda mais perceptível quando se analisado a o volume total em vendas nos anos de 2021 e 2022, se tendo um total de 2.331 peças comercializadas que foram compradas nesse primeiro ano em questão, contra 605 apenas do segundo ano em questão, dando uma diferença de quase 4 vezes a mais de 2021 para 2022.

Analisando os números dos três anos é perceptível a mudança no perfil de mercadorias mais vendidas em cada ano. Na parte do gênero feminino há uma variação entre os itens mais vendidos em cada período de compras analisado.

No primeiro ano (2021) há um destaque bem elevado para as mercadorias blusa m longa, calça jeans e blusa tricô, somando um total de 33,33% nas vendas somente esses três itens.

No segundo ano (2022) há uma mudança no perfil de mercadorias procuradas em relação ao ano anterior, dessa vez as mercadorias mais procuradas foram calça jeans (único que se manteve), casaco lã batida e blazer, somando dessa vez um total de 15,30% do total entre essas três mercadorias.

Já no terceiro e último ano analisado (2023), ainda que se tenha um longo período de vendas ainda pela frente, se nota um maior volume em venda das mercadorias blusa m longa, calça jeans e leg peluciada, tendo uma participação de 25,30% da venda total até o período analisado.

No gênero masculino também houve variações nas peças mais vendidas de um ano para o outro. No primeiro ano (2021) as mercadorias com mais vendas foram suéter, moletom e calça moletom, com um total de 16,51% do total de vendas em mercadorias.

No segundo ano (2022), as mercadorias com maior número de vendas foram o suéter, calça jeans e jaqueta com capuz, somando uma quantia majoritária nas vendas, com um percentual de 54,38% do total, porém com um destaque especial para o suéter (39,67%) nesse ano.

No ano atual (2023) e último de análise, as mercadorias mais procuradas até então são calça jeans skinny, casaco lã batida e calça jeans, com um total de 26,76% das vendas.

Como sugestão para melhorar a assertividade em vendas, propõem-se fazer uma análise semanal para atualização de dados, assim sendo poderá ser feito o giro de mercadorias entre as cidades com uma maior frequência, o que otimiza o número total de vendas e, por consequência, a lucratividade da empresa.

Também se faz necessário olhar para as peças que não estão tendo giro em nenhuma das lojas, para que nesses casos sejam efetuadas as trocas diretas com os fornecedores, devolvendo as de menor ou nenhum giro dentro de um determinado período e trazendo mercadorias novas que já estão com um nível de estoque baixo devido a demanda por parte dos clientes.

4.2 ANÁLISE DAS MERCADORIAS EM ESTOQUE AO FINAL DE CADA PERÍODO

Nessa fase serão listadas as mercadorias que permaneceram em estoque em maior quantidade em cada período já analisado anteriormente, nas mesmas datas, para realizar um diagnóstico de quais tipos de peças ainda restaram de cada ano.

Através disso pode-se ter melhor ideia de quais mercadorias tiveram menos saída que outras, para que nas compras futuras se tenha uma melhor assertividade, buscando sempre o maior giro possível das mercadorias em um menor tempo de estoque.

4.2.1 Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2021

A tabela 13 apresenta os dados de produtos femininos comprados no ano de 2021 que permanecem em estoque em maior número, separados pelas filiais de Palmeira e Ibirubá.

Tabela 13. Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2021

LOJAS	ATITUDES PALMEIRA	ATITUDES IBIRUBA	TOTAIS
PRODUTOS	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL
BLUSA M LONGA	78	29	107
BLUSA TRICO	23	30	53
BLUSÃO	6	9	15
CALCA JEANS	13	3	16
CALCA JOGGER	9	5	14
CALCA MOLETOM	28	12	40
CALCA MONTARIA	23	4	27
SUETER	19	15	34
OUTROS	194	75	269
TOTAL	393	182	575

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Nas compras do ano de 2021, observa-se que por mais que se tenha tido um excelente número em vendas de blusa m longa, ainda se tem um estoque considerável dessa mercadoria, atingindo um total de 18,61% (107 peças) do total remanescente desse ano. Seguido por blusa tricô com 9,22% (53 peças) do total e também calça moletom com 6,96% (40 peças) do total.

Em termos de valores financeiros, o total que ainda se tem em estoque equivale a R\$54.068,90. Valor esse que poderia ter sido investido em outras mercadorias para se ter um maior número de vendas, aumentando a lucratividade da empresa e diminuindo a possível depreciação dos itens ainda remanescentes.

4.2.2 Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2022

Na tabela 14 são mostrados os dados de produtos femininos comprados no ano de 2022 que permanecem em estoque em maior número, separados pelas filiais de Palmeira e Ibirubá, bem como em número total.

Tabela 14. Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2022

LOJAS	ATITUDES PALMEIRA	ATITUDES IBIRUBA	TOTAIS
PRODUTOS	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL
BLAZER	5	17	22
BLUSA	19	7	26
BLUSA M LONGA	30	18	48
BOTA CANO CURTO	30	25	55
CALÇA JEANS	32	24	56
JAQUETA	17	13	30
JAQUETA C CAPUZ	59	46	105
SUETER	28	13	41
OUTROS	253	147	400
TOTAL	473	310	783

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

No ano de 2022 se observa um maior número em estoque de peças diferentes do ano anterior, sendo que o tipo com maior estoque dessa vez é a jaqueta c capuz com um total de 13,41% (105 peças). Seguido por calça jeans com um total de 7,15% (56 peças) e também bota cano curto com 7,02% (55 peças).

A exemplo do ano anterior, aqui também tem-se um alto valor em estoque que ficou sem vendas, com um total de R\$86.814,66. Ainda que mais recente, e com um ano a menos de mercado em relação ao anterior, esse valor também poderia ter sido melhor investido e gerar um maior lucro para a empresa.

4.2.3 Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2023

Como apresentado nos quadros anteriores, a tabela 15 contém dados de produtos femininos em estoque em maior número, porém comprados no ano de 2023.

Tabela 15. Estoque por filiais de produtos femininos comprados em 2023

LOJAS	ATITUDES PALMEIRA	ATITUDES IBIRUBA	TOTAIS
PRODUTOS	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL
BLAZER	13	12	25
BLUSA LA C GOLA	14	13	27
BLUSA M LONGA	123	81	204
BLUSA TRICO	27	25	52
CALCA ALFAIATARIA	29	23	52
CALCA JEANS	58	34	92
CALCA JEANS SKINNY	24	21	45
CALCA MONTARIA	47	41	88
CASACO LA BATIDA	44	21	65
LEG PELUCIADA	83	81	164
LEGGING	53	49	102
OUTROS	722	428	1150
TOTAL	1237	829	2066

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

No ano de 2023 não se pode fazer uma análise mais precisa ainda e exata por se tratar do ano atual, sendo assim ainda há um grande número de peças que irão entrar no estoque e posteriormente sair em forma de vendas. A data correta para se fazer a análise dessas mercadorias seria ao final do ciclo estipulado pela empresa (01/03 até 30/09), se tendo uma maior precisão.

4.2.4 Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2021

Na tabela 16 são mostrados os dados de produtos masculinos comprados no ano de 2021 que permanecem em estoque em maior número, separados pelas filiais de Palmeira e Ibirubá, bem como em número total.

Tabela 16. Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2021

LOJAS	ATITUDES PALMEIRA	ATITUDES IBIRUBA	TOTAIS
PRODUTOS	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL
BOTA	28	11	39
CALCA MOLETOM	14	5	19
CINTO	32	20	52
SAPATENIS	5	10	15
SAPATO	16	13	29
OUTROS	126	54	180
TOTAL	221	113	334

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Nos produtos masculinos comprados em 2021, se destacam como produtos que tem ainda um maior número em estoque acessórios e calçados, tendo um giro de vestuário considerado bom, dentre os que mais ficaram sem destaca em quantidade, o cinto com 15,57% (52 peças). As botas com 11,68% (39 peças) e também os sapatos com 8,68% (29 peças).

No gênero masculino há um menor número de giro peças, sendo assim é natural que os valores sejam menores, nesse primeiro ano analisado o total financeiro ainda estocado é de R\$24.133,22. Valor esse que também poderia ser investido em outras mercadorias para aumentar o fluxo de vendas.

4.2.5 Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2022

Bem como no quadro anterior, a tabela 17 apresenta os dados de produtos masculinos que permanecem em estoque em maior número, porém comprados no ano de 2022.

Já no ano de 2022 se observa um número maior de vestuário misturado aos calçados e acessórios que ainda permanecem em estoque, mas novamente quem puxa a fila é um item considerado como acessório, a carteira fica com 25,20% (64 peças) do total. Seguido por suéter com 24,01% (61 peças) e pela bota com 11,02% (28 peças) do total.

Tabela 17. Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2022

LOJAS	ATITUDES PALMEIRA	ATITUDES IBIRUBA	TOTAIS
PRODUTOS	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL
BLUSAO	8	3	11
BOTA	19	9	28
CALCA JEANS	12	3	15
CARTEIRA	53	11	64
JAQUETA	9	6	15
SUETER	42	19	61
OUTROS	40	20	60
TOTAL	183	71	254

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Assim como no gênero feminino, no ano de 2022 o valor ainda em estoque do gênero masculino é um pouco maior do que no ano anterior, dessa vez somando um total de R\$31.957,76. Valor esse que por mais que esteja exposto nas lojas, poderia ter sido utilizado para adquirir outras mercadorias que aumentariam o fluxo geral em vendas e automaticamente em lucratividade.

4.2.6 Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2023

Por fim, a tabela 18 apresenta os produtos masculinos em estoque atualmente, comprados no ano de 2023, separado pelas filiais e seu valor total.

Tabela 18. Estoque por filiais de produtos masculinos comprados em 2023

LOJAS	ATITUDES PALMEIRA	ATITUDES IBIRUBA	TOTAIS
PRODUTOS	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL	ESTOQUE ATUAL
CALCA JEANS	17	0	17
CALCA JEANS SKINNY	10	13	23
CASACO LA BATIDA	11	8	19
CUECA BOXER	14	15	29
JAQUETA BOMBER	3	3	6
SUETER	17	9	26
OUTROS	65	4	69
TOTAL	137	52	189

FONTE: SISTEMA UTILIZADO PELA EMPRESA - 2023

Da mesma maneira que os itens femininos, ainda é cedo para se fazer uma análise aprofundada do estoque, visto que o inverno está iniciando e as vendas

dessas mercadorias ainda serão efetuadas. Vale ressaltar que mais mercadorias serão adquiridas, fazendo com que essa análise ganhe maiores números e proporções.

4.2.7 Análise das mercadorias em estoque num contexto geral

Fazendo um balanço geral das mercadorias ainda em estoque, se tem um volume maior de produtos femininos. Porém isso não é pelo fato de que tenha vendido menos que o gênero masculino, ao contrário disso, vendeu mais. Isso ocorre pelo motivo de que o foco principal da loja é o público feminino, fazendo assim com que ocorra números mais relevantes.

O valor em estoque do gênero feminino dos anos de 2021 e 2022 até o último dia da análise e coleta de dados foi de R\$140.883,56, contra um total de R\$56.090,98 do gênero masculino. A soma dos dois gêneros revela um total de R\$196.974,54 em estoque, somente desses dois anos citados e analisados anteriormente.

Os estoques das mercadorias compradas nesse ano, de 2023, juntos somam um total de R\$294.221,29, sendo R\$269.198,56 do gênero feminino e apenas R\$25.022,80 do gênero masculino. Porém, como ainda há bastante tempo para se encerrar o período outono/inverno, a análise com uma maior precisão e assertividade deverá ser feita somente no final do mesmo, observando assim o real giro de estoque que obteve essas mercadorias.

Para evitar que o valor em mercadorias paradas em estoque seja alto, assim como foi nos anos anteriores, se faz necessário que se tenha um acompanhamento mais seguido das mercadorias vendidas em cada cidade, para um giro constante das mesmas e, por consequência, um melhor aproveitamento do material disponível, diminuindo os prejuízos por depreciação do produto conforme os anos vão se passando.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um ponto a se considerar, é que estoque não são somente aquelas mercadorias que ficam escondidas dos clientes dentro de gavetas ou algum lugar menos acessível, em caso de roupas as próprias mercadorias expostas em cabides, prateleiras e manequins são consideradas como estoque, mesmo que em ambiente de venda direta ao consumidor.

No presente estudo teve como objetivo analisar as vendas e o estoque das mercadorias em diferentes anos, para auxiliar em futuras decisões de compras, sendo cada vez mais assertivo em relação a anos anteriores, fazendo com que aumente a lucratividade da empresa e diminua a depreciação de seu estoque.

Para tal foi coletado os dados referentes aos períodos estipulados (2021, 2022 e 2023, em relação a estoque/vendas. Posteriormente, foram criadas tabelas e analisadas conforme descrito.

Como principal sugestão para ampliar as vendas dentro do próprio ano da compra, propõem-se o giro de estoque constante entre as filiais, uma vez que fazendo isso se tem uma maior chance de aumentar o número de vendas, automaticamente diminuindo o futuro estoque que entraria em depreciação.

Isso vale também para as trocas diretas com os fornecedores, uma vez que é possível obter a troca de mercadorias de uma mesma estação e somente durante aquela estação, abrindo mais uma oportunidade para aumentar a lucratividade dentro do ano em questão.

Porém, para que isso seja possível é necessário se analisar, constantemente, as mercadorias que mais estão tendo procura naquela estação, dentro de cada cidade, sabendo-se que a mercadoria procurada varia, mas sem uma constância específica de um ano para outro.

Como sugestão para futuras compras, fica a análise das mercadorias vendidas em anos anteriores, podendo se aprofundar um pouco mais além de somente os tipos de peças, mas também os tamanhos e marcas mais procuradas pelos clientes em cada cidade, fazendo com que compras específicas para cada cidade aumentem as chances de alavancar as vendas da rede.

REFERÊNCIAS

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: Planejamento organização e logística empresarial.** Tradução Elias Pereira. 5.ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BARBOSA, Willian da Silva. **Redução de custos e seu impacto na gestão de estoque.** 2014. 63p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA, Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, 2014.

BERTAGLIA, Paulo Roberto. **Logística e gerenciamento da cadeia de abastecimento.** São Paulo: Saraiva, 2006.

BETTS, A. *et al.* **Gerenciamento de Operações e de Processos: Princípios e Práticas de Impacto Estratégico.** Porto Alegre: Bookman, 2008.

BORGES C. T.; CAMPOS S. M.; BORGES C. E. **Implantação de um sistema para o controle de estoques em uma gráfica/editora de uma universidade.** Revista Eletrônica Produção & Engenharia, v. 3, n. 1, p. 236-247, Jul./Dez. 2010.

BOWERSOX, D. J. et al. **Gestão logística de cadeias de suprimentos.** Porto Alegre: Bookman, 2006.

BUFFA, E. S. **Production inventory systems: planning and control.** Illinois: Richard D. Irwin, 1968.

DIAS, M.A. P. **Administração de materiais.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

GARCIA, E. S.; DOS REIS, L.M.TV.; MACHADO, L.R; FERREIRA FILHO, V.J.M. **Gestão de estoques: otimizando a logística e a cadeia de suprimentos.** 1 ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2006.

LUZZI, A. A. **Uma abordagem para projetos de layout industrial em sistemas de produção enxuta: um estudo de caso.** 2004. Dissertação de Mestrado. Engenharia de Produção / Ênfase Gerência da Produção – Escola de Engenharia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

MAKRIDAKIS, S., WHEELWRIGHT. s. c. & HYNDMAN, R. J. (1998). **Forecasting - methods and applications**, 3° ed., John Wiley, New York.

NETO, N. B.; TREVISANUTO, T.M.C. **Gestão de estoque: gerenciamento para redução de custos.** Trabalho de Conclusão de Curso, Engenharia da Produção, Bauru, Brasil. 2019. Disponível em: https://fibbauru.br/uploads/561/tcc/eng-producao/nilson-bosso-neto_2019.pdf. Acesso em: 20 de maio de 2023.

NOGUEIRA, A. **Logística Empresarial: Uma visão local com pensamento globalizado.** 1 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

OHNO, T. **O Sistema Toyota de Produção**: além da produção em larga escala; trad. Cristina Schumacher – Porto Alegre: Bookman, 1997.

OLIVEIRA, Marcela Maria Eloy Paixão, SILVA, Rafaella Machado Rosa da. **Gestão de Estoque**. Disponível em: TCC/Materiais/Usados/Capitulo%202/Silva,%20Oliveira.pdf. Acesso em: 20 de maio de 2023.

POZO, H. **Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PROVIN T. D.; SELLITTO A. M. V. **Política de Compra e Reposição de Estoques em uma Empresa de Pequeno Porte do Ramo Atacadista de Materiais de Construção Civil**. Revista Gestão Industrial. v. 07, n. 02: p. 187-200, 2011.

SLACK, N. et al. **Administração da Produção**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2009.

TIAGO, Marcel Guilherme Carvalho. **Avaliação de desempenho de fornecedores**: estudo de caso abordando diferentes estratégias de produção. 43f. Monografia (especialização) - Universidade Federal do Paraná, Curso de Especialização em Engenharia de Produção. 2013.

VIANA, João José. **Administração de Materiais**: um enfoque prático. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2000.