



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

3



A network of white icons on a dark background, including a briefcase, wrench, funnel, document, presentation, factory, bar chart, and people, connected by thin lines.

ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

3

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-Não-Derivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Administração: gestão, empreendedorismo e marketing 3

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração: gestão, empreendedorismo e marketing 3 /
Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa -
PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0056-1

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.561221603>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins
(Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br



DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

A evolução do pensamento administrativo tem sido construída com base em contribuições que se estabeleceram, tanto, no contexto empírico do dia-a-dia das organizações, quanto, na construção epistemológica dos estudos acadêmicos, consolidando assim uma série de conceitos, modelos e teorias para a aplicação na gestão pública e privada.

A trajetória histórica de construção do pensamento administrativo apresenta a emergência de novos paradigmas e áreas temática, uma vez que a incremental e combinada evolução empírica e teórica propicia a consolidação de um campo absorvente e altamente hibridizado por forças de curta e longa duração, entre tradicionalismos e novidades.

Tomando como referência a plasticidade da evolução do pensamento administrativo, o presente livro tem o objetivo de apresentar uma coletânea de estudos fundamentadas em três grandes eixos de discussão temática, relacionados respectivamente à gestão, empreendedorismo e marketing, permitindo assim compreender a crescente relevância que este tripé administrativo possui no âmbito organizacional.

A complexidade existente no mundo material e do mundo das ideias é captada neste livro a partir vinte e quatro capítulos que compartilham a preocupação de apresentar os respectivos debates e análises temáticas dentro de um explícito rigor científico, sem perder a contextualização de um implícito ecletismo teórico-metodológico presente na obra como um todo.

Caracterizado por uma natureza exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e por uma abordagem qualitativa quanto aos meios, este livro foi organizado com base em diferentes recortes teórico-metodológicos e por meio de um trabalho colaborativo entre pesquisadores brasileiros e estrangeiros comprometidos com o campo científico da Administração.

Ao combinar análise e reflexão, teoria e empiria, os vinte e quatro capítulos do presente livro apresentam análises, reflexões e discussões que transversalmente abordam temas e estudos de caso que são reflexivos ao entendimento do que é o estado da arte do campo administrativo em sua materialidade no mundo real e na dimensão das ideias no século XXI.

A indicação deste livro é recomendada para um extenso número de leitores, uma vez que foi escrito por meio de uma linguagem fluída e de uma abordagem didática que valoriza o poder de comunicação e da transmissão de informações e conhecimentos, tanto para um público leigo não afeito a tecnicismos, quanto para um público especializado de acadêmicos interessados pelos estudos de administração.

Excelente leitura!


Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A TRAJETÓRIA DA DÍVIDA PÚBLICA BRASILEIRA ANALISADA POR MEIO DO MÉTODO DE QUEBRAS ESTRUTURAIS


Kleydson Jurandir Gonçalves Feio
Marina Delmondes de Carvalho Rossi
Cícero Pereira Leal

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216031>

CAPÍTULO 2..... 15

AÇÕES DA GESTÃO PÚBLICA NO ENFRENTAMENTO DOS AVANÇOS DA COVID-19 NO BRASIL


Maria Alice Carvalho da Silva
Matheus Assunção Cardoso de Carvalho
Vanessa Souza Lima
Mara Águida Porfírio Moura
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216032>

CAPÍTULO 3..... 27

APLICAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS NA GESTÃO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA NO SERVIÇO PÚBLICO


Thiago Davi Rosa
Lucas Guerreiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216033>

CAPÍTULO 4..... 45

GASTOS EM SAÚDE NA REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ: UM ESTUDO SOBRE A APLICAÇÃO E ÁREAS DE PRIORIDADES NO ORÇAMENTO PÚBLICO


Roberto Rivelino Martins Ribeiro
Laís Tamires de Sá Custódio
Juliane Andressa Pavão
Kerla Mattiello

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216034>

CAPÍTULO 5..... 63

ESTUDO DO PROGRAMA DE SAÚDE NA ESCOLA NO PROCESSO DE PREVENÇÃO DE DOENÇAS

Hortência Araújo Reis
Guilherme dos Santos Rocha
Mara Águida Porfírio Moura
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216035>

CAPÍTULO 6	80
O PROCESSO HISTÓRICO DE FORMAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA, A CULTURA ORGANIZACIONAL E O JOGO DA SEDUÇÃO	
Roseane Grossi Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216036	
CAPÍTULO 7	95
UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NA GASTRONOMIA GOURMET	
Adriana Queiroz Silva	
Igor Antonio Slociak	
João Pedro Batistel	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216037	
CAPÍTULO 8	108
A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL PARA O BEM DA SOCIEDADE COMUM	
Matias Vinicius Araújo Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216038	
CAPÍTULO 9	114
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO EN EMPRENDIMIENTOS, COMO RESPUESTA A LOS IMPACTOS OCASIONADOS POR EL COVID 19	
Katherine Coronel Pangol	
Juan Carlos Aguirre Quezada	
Jonnathan Jiménez Yumbra	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216039	
CAPÍTULO 10	129
VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA: GERAÇÃO DE ENERGIA FOTOVOLTAICA	
Paulo André Dias Jacome	
Pítias Teodoro Lacerda	
Letícia Santana Ferreira	
Alyson Santana e Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160310	
CAPÍTULO 11	145
ORGANIZATIONAL CLIMATE AND STRATEGIES: MIPYME OF THE METALWORKING SECTOR	
Araceli Nolasco Vásquez	
Alejandra Torres López	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160311	
CAPÍTULO 12	155
PRÁTICAS DE ECOINOVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE AS DIMENSÕES ECO-ORGANIZACIONAIS, ECO-PROCESSOS E ECO-PRODUTOS NAS INDÚSTRIAS TÊXTIL	

DO SUL BRASIL

Marcia Sierdovski

Marlete Beatriz Maçaneiro

Marcos Roberto Kuhl

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160312>

CAPÍTULO 13..... 172

ELEMENTOS DO PILAR SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL:
UM ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS NAS 150 MELHORES EMPRESAS PARA SE
TRABALHAR NO BRASIL

Marcia Sierdovski

Silvio Roberto Stéfani

Sandra Mara de Andrade

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160313>

CAPÍTULO 14..... 193


AS EMPRESAS MAIS VERDES DO MUNDO: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS
BRASILEIRAS LISTADAS NO RANKING GLOBAL 100 DA CORPORATE KNIGHTS

Helen Cristina Ribeiro Soares

Matheus Florêncio Fernandes

Mara Águida Porfirio Moura


Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160314>

CAPÍTULO 15..... 204

ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS DE ENGENHARIA REVERSA POR MEIO DA ANÁLISE
DAS ATIVIDADES PARA A GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS DO AÇAÍ QUANDO
ADOTADO O CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADES E TEMPO

José Luiz Nunes Fernandes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160315>

CAPÍTULO 16..... 226

CONTRIBUIÇÃO DO PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE NA TOMADA DE DECISÕES
ESTRATÉGICAS EM INDÚSTRIA MOVELEIRA

Mônica Stormowski

Adelino Pedro Wisniewski

Anderson Pinceta


Antonio Roberto Lausmann Ternes

Denise Felber Chaves

Janice Walter

Marcos Rogério Rodrigues

Nedisson Luis Gessi


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160316>

CAPÍTULO 17..... 239

MENSURAÇÃO DO GRAU DE MATURIDADE NA GESTÃO DE PESSOAS NA INDÚSTRIA

MOVELEIRA


Mônica Stormowski
Luis Cláudio Eifert (In Memoriam)
Alexandre Chapoval Neto
Anderson Pinceta
Antonio Roberto Lausmann Ternes
Denise Felber Chaves
Juliane Colpo
Nedisson Luis Gessi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160317>

CAPÍTULO 18.....253

FINANCIAMENTO ECONÔMICO. A CHAVE PARA O SUCESSO DAS INDÚSTRIAS DE PANIFICAÇÃO NA ZONA CENTRO-NORTE DE TLAXCALA, MÉXICO?


Ximena Oróztico Cerón
Jorge Luis Castañeda Gutierrez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160318>

CAPÍTULO 19.....260

GESTÃO DE ESTOQUE: ANÁLISE DA GESTÃO DE ESTOQUES POR MEIO DA APLICAÇÃO DA CURVA ABC NA ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA, NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS/MG


Lusiane Batista dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160319>

CAPÍTULO 20.....272

APLICAÇÃO DAS MATRIZES SWOT E BCG E DAS 5 FORÇAS DE PORTER EM UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE ROUPAS

Ariadne Guerra Souza
Denny Gabriel Xavier Torres
Mariana Paiva Brito
Paloma dos Santos Alves Nunes
Taliana Samara Cavalcante de Freitas
Vanessa Nóbrega da Silva
Amanda Paiva e Silva
Bruno Pereira Diniz
Isabella Thyfany Cavalcante Palmeira
José Cordeiro do Nascimento Júnior
José Leonardo Figueiroa Burgos
Karla Isabelle Alves de Sousa


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160320>

CAPÍTULO 21.....288

VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS SOBRE MOTIVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMBANCO PRIVADO

Isabella Rezende de Faria
Evelyn de Souza Silva Leites

Thiago Rodrigues Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160321>

CAPÍTULO 22.....302

APLICABILIDADE DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO EMPRESARIAL ESTRATÉGICA
USADAS NOS EMPREENDIMENTOS DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ana Isabelle Gomes Lopes

Ellen Letícia Gonçalves Andrade


Mairilly Roana Araújo Dantas

Maria do Socorro Rufino de Sousa

Valeria Pereira de Meneses

Sara Acácio Evangelista

Gildeilson Silva Paulino


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160322>

CAPÍTULO 23.....316

PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL NA EDITORA UFSM: UM ESTUDO DE CASO

Gustavo de Souza Carvalho


Daniel Arruda Coronel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160323>

CAPÍTULO 24.....336

ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E DIMENSÃO CULTURAL: UMA REVISÃO
SISTEMÁTICA

Roseane Grossi Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160324>

SOBRE O ORGANIZADOR.....354

ÍNDICE REMISSIVO.....355

GESTÃO DE ESTOQUE: ANÁLISE DA GESTÃO DE ESTOQUES POR MEIO DA APLICAÇÃO DA CURVA ABC NA ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA, NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS/MG

Data de aceite: 01/02/2022

Data de submissão: 15/12/2021

Lusiane Batista dos Santos

Centro Universitário de Patos de Minas -
UNIPAM
Luizlândia do Oeste - MG
<https://orcid.org/0000-0002-5474-5302>

RESUMO: Este trabalho de pesquisa teve como objetivo realizar um estudo na gestão de estoque praticada no atacado Comercial biriba, localizada na cidade de Patos de Minas, buscando analisar os processos de gestão de estoque. O objetivo geral é identificar, por meio da aplicação da curva ABC, os produtos que causam o maior impacto financeiro nos estoques da organização. Para realização do objetivo geral, foram definidos como objetivos específicos: revisão teórica, por meio de pesquisa bibliográfica, análises documentais da empresa e os resultados do controle e classificação dos itens dos estoques. A metodologia do estudo tece características de pesquisa qualitativa e quantitativa, por meio do método do estudo de caso e com tipologia descritiva. Os dados coletados foram informados pelo gestor da empresa Comercial Biriba. Após a coleta dos dados foi possível identificar os produtos que causam maior impacto financeiro na organização, possibilitando melhor gestão dos mesmos.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão de estoque, Curva ABC, Atacado.

INVENTORY MANAGEMENT: INVENTORY MANAGEMENT ANALYSIS THROUGH THE APPLICATION OF THE ABC CRVE IN THE ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA, IN THE MUNICIPALITY OF PATOS DE MINAS/MG

ABSTRACT: This research work aimed to conduct a study in the inventory management practiced in the Wholesale Commercial Biriba, located in the city of Patos de Minas, seeking to analyze the inventory management processes. The overall objective is to identify, by applying the ABC curve, the products that have the greatest financial impact on the organization's inventories. To achieve the general objective, the following specific objectives were defined: theoretical review, through bibliographic research, documentary analysis of the company and the results of the control and classification of inventory items. The methodology of the study weaves characteristics of qualitative and quantitative research through the case study method and with descriptive typology. The collected data were informed by the manager of the company Commercial Biriba. After data collection, it was possible to identify the products that have the greatest financial impact on the organization, enabling better management of them.

KEYWORDS: Inventory management, ABC curve, Wholesale.

1 | INTRODUÇÃO

O setor atacadista tem uma grande expressividade para a economia nacional, o que torna relevante o estudo das práticas de

implementação dos processos gerenciais para uma boa gestão organizacional. Para esse fim, será fonte da pesquisa a empresa Comercial Biriba Ltda, que possibilitará a identificação de pontos relevantes da sua administração que poderá contribuir para a aprendizagem de outras organizações. Para ressaltar a relevância do estudo da referida empresa, será necessário analisar a gestão de estoque e seu impacto financeiro.

Os resultados alcançados na pesquisa contribuíram, também, para áreas de estudos da administração no setor atacadista, além, da contribuição para o aprofundamento dos conhecimentos da pesquisadora por estar inserida no mesmo ramo de atividade profissional.

Assim sendo, a presente pesquisa teve como objetivo geral identificar, por meio da aplicação da curva ABC, entre os períodos de janeiro a junho de 2019, impactos financeiros dos estoques na organização. A fonte da pesquisa foi a empresa Comercial Biriba Ltda, localizada na cidade de Patos de Minas/MG.

Para alcance do objetivo geral, foi trabalhado os objetivos específicos de revisão teórica, por meio de pesquisa bibliográfica, de análises documentais da empresa e os resultados do controle e classificação dos itens dos estoques.

A pesquisa buscou responder à seguinte pergunta: quais os itens que imprimem o maior impacto financeiro na gestão de estoques do atacado Comercial Biriba?

1.1 Atacadista/distribuidor

As atividades que relacionadas transações de vendas de bens ou serviços compõe o atacado, que realiza as vendas para quem deseja revender ou para atendimento de uso comercial, diferindo do varejo em vários aspectos, o atacado abrange maior campo possuindo transações maiores, pois tem como clientes empresas e não consumidores finais, no âmbito das relações com o governo as regulamentações legais e os impostos também são diferentes (KOTLER; KELLER, 2006).

Dessa maneira se nota que o atacado/distribuidor é parte importante dos canais de distribuição, são responsáveis pelo abastecimento dos pontos de venda e porta vozes das indústrias para o varejo e vise e versa.

1.2 Gestão de estoques

Paoleschi (2009 p.40), ressalta que “uma empresa deve cuidar da gestão de estoques como o principal fundamento de todo seu planejamento tanto estratégico como operacional, porque um controle correto dos estoques elimina desperdícios de tempo, custo e espaço”.

A administração de estoques é a responsabilidade de planejamento e controle, de todo o processo desde a matéria prima até o produto destinado ao consumidor. Sua finalidade é melhorar os níveis de serviço evitando excesso de compra e estocagem desnecessária assegurando quantidade e qualidade das mercadorias.

Para Ballou (2006, p.277), “gerenciar estoques é equilibrar a disponibilidade dos produtos, ou serviços ao consumidor por outro lado, com os custos de abastecimento que,

por outro lado, são necessários para um determinado grau dessa disponibilidade”.

O equilíbrio é a preocupação permanente da gestão de estoque em qualquer empresa, pelos diversos componentes que são partes do sistema, como: custos destinados a aquisição, estocagem e distribuição; e os níveis de atendimento a necessidades dos consumidores etc.

1.3 Curva ABC

Ballou (2001, p.224), esclarece que “A classificação, ou curva de Pareto, é o método de diferenciação dos estoques, segundo sua maior ou menos abrangência em relação a determinado fator, constituindo em separar os itens por classes de acordo com sua importância relativa”.

Através o princípio de Pareto, são classificados os itens de acordo com sua importância, representadas pelas letras A B, C, a classificação ocorre da seguinte forma: a classe denominada “A” e o grupo de itens que requer maior cuidado pela administração, sendo os que exige maior investimentos, correspondendo a 20%. Comparados aos da classe C que correspondem a 50% do total e não necessita de foco total da administração sendo destinado pouco investimento, já a classe B e o grupo de itens entre A e C, considerado intermediário nos requisitos de importância, quantidade e valor, corresponde a 30%.

2 | METODOLOGIA

O método de pesquisa apresenta um caráter descritivo. “As pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de variáveis” (GIL, 1999, p.44).

Para o desenvolvimento deste trabalho a pesquisa descritiva teve como objetivo descrever alguns dos processos que adentro da administração de materiais, como a gestão estoque, com a finalidade de viabilizar uma melhor percepção e compreensão do contexto.

Na realização da pesquisa citada neste tópico foi realizado uma pesquisa com o gestor, onde foi colhida as informações que possibilitou o conhecimento para a o desenvolvimento deste trabalho.

Quanto à forma de abordagem, a pesquisa foi definida como sendo qualitativa, para melhor entendimento, é um método de pesquisa que se caracteriza pela quantificação, das informações coletadas e das técnicas estatísticas. Com objetivo de medir relações entre variáveis, garantindo uma boa interpretação dos dados, também avaliando o resultado de algum sistema ou projeto, buscando medir alguma coisa de alguma forma (RICHARDSON, 1999).

Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 30), “caracterizam o enfoque quantitativo como o que faz uso da coleta de dados para testar hipóteses; baseiam-se na medição numérica e na análise estatística para estabelecer padrões e comprovar teorias”. O método quantitativo será utilizado para o levantamento de dados para elaboração e análise da curva ABC.

2.1 Estudo de caso

O estudo de caso é uma pesquisa definida pela profundidade das análises, que pode ser indivíduo ou organizações, com estabelecimento mais amplo sobre determinado objeto de estudo, é um método que compreende o planejamento, as técnicas de coletas de dados e as abordagens (ACEVEDO; NOHARA, 2007).

Estudo de caso é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Tem caráter de profundidade e detalhamento. Pode ou não ser realizado no campo (VERGARA, 2016).

2.2 Procedimentos de análise e interpretação dos dados

A pesquisa de campo foi realizada com o estudo de documentos, de relatórios, observações do espaço físico e consulta no sistema operacional da empresa. Depois, esses dados foram transcritos em análises, das quais as variáveis são necessárias à tomada de decisão da gestão sobre o estoque do atacado. Além disso, foram utilizados elementos bibliográficos para auxiliar na composição teórica da pesquisa, como por exemplo, a consulta a livros, monografias, sites de buscas e artigos científicos publicados.

Após o colhimento dos dados suficientes para responder a problemática da pesquisa, o trabalho foi organizado de modo que, seja conciso e objetivo para o entendimento de quem deseja obter informações acerca da empresa em estudo.

Por fim, os resultados da pesquisa foram apresentados no relatório final do estágio, bem como a conclusão que discutiu os pontos principais resultantes da análise realizada pela pesquisadora.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

A empresa Comercial Biriba possui um mix variado, que totaliza aproximadamente 1.600 produtos. Para a elaboração da curva ABC, foram criadas famílias de produtos a fim de serem agrupadas com mercadorias com as mesmas características.

As famílias criadas, com a finalidade de agrupar os produtos foram:

- Bomboniere: Balas, gomas, biscoitos recheados, chocolates, bebidas lácteas, etc.
- Bazar e Utilidades: Pilhas, lâmpadas, fita isolante, fósforo, etc.
- Alimentos: produtos enlatados, massas, temperos;
- Bebidas Alcoólicas: Pingas, vodka, whisky, vinhos, etc.
- Materiais de Limpeza: Vassoura, prendedor de roupa, sabão em pó, etc.
- Higiene pessoal e Beleza: Tintas, shampoo, papel higiênico, sabonete, etc.
- Material escolar e Escritório: Cola; lápis e caneta.
- Embalagens: Sacolas, fita, copos e pratos descartáveis;

Para a realização da classificação dos itens por meio da curva ABC, foi analisado a quantidade de mercadorias vendidas no período de janeiro a junho de 2019, sendo apresentada a quantidade em estoque e o valor de custo unitário.

Em conformidade com Dias (2005) a análise ABC de matérias é uma ferramenta que se constitui da separação de três grupos A, B, C, classificando-os de acordo com seus valores, e dando maior importância de controle aos matérias de maior valor investido, como será apresentado nas planilhas a seguir, sendo cada análise realizada pra cada família.

O gráfico 1 representa a curva ABC da família bomboniere que contém agrupados 166 produtos, dos quais 17 são da classe A o valor total desses produtos é de 249.919,09 (Duzentos e quarenta e nove mil, novecentos e dezenove reais e nove centavos), que representa 63,70% do capital investido, a classe B com 36 produtos tem o valor total de 102. 035,42 (Cento e dois mil, trinta e cinco reais e quarenta e dois centavos), referentes a 26,01%, do capital e a classe C com 113 e o valor total de 40.356,46 (Quarenta mil, trezentos e cinquenta e seis reais e quarenta e dois centavos), que representam 10,29% do capital investido.

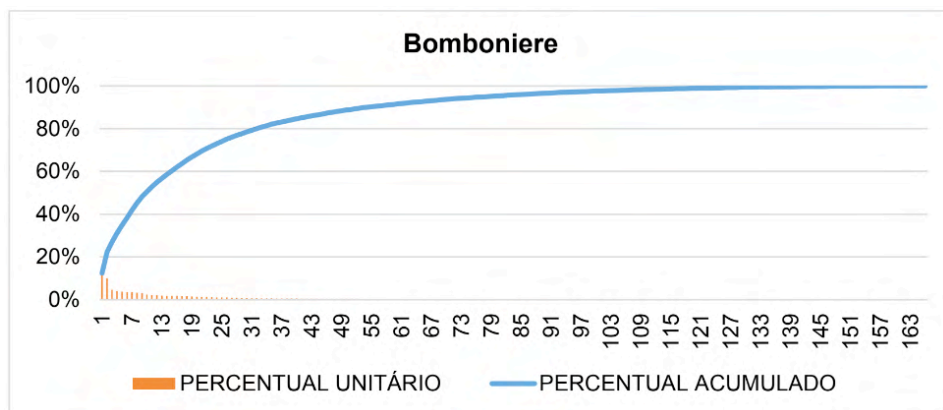


Gráfico 1: Curva ABC da família bomboniere.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

A gráfico 2 demonstra curva ABC da família de produtos bazar e utilidades que como descritos anteriormente possui produtos como pilhas, velas, lâmpadas entre outros. Chegando a totalizar 81 produtos, dos quais 3 produtos estão na classe A o valor total é de 248.277,00 (Duzentos e quarenta e oito mil e duzentos e setenta e sete reais), que representam 56,80% do capital investido, já na classe B foram identificados 12 produtos o total de 172.813,92 (Cento e setenta e dois mil, oitocentos e treze reais e noventa e dois centavos), representando 30,06% do capital e na classe C estão 66 produtos que totalizam 50.071,25 (Cinquenta mil, setenta e um reais e vinte e cinco centavos), correspondentes a 13,14% do capital investido.

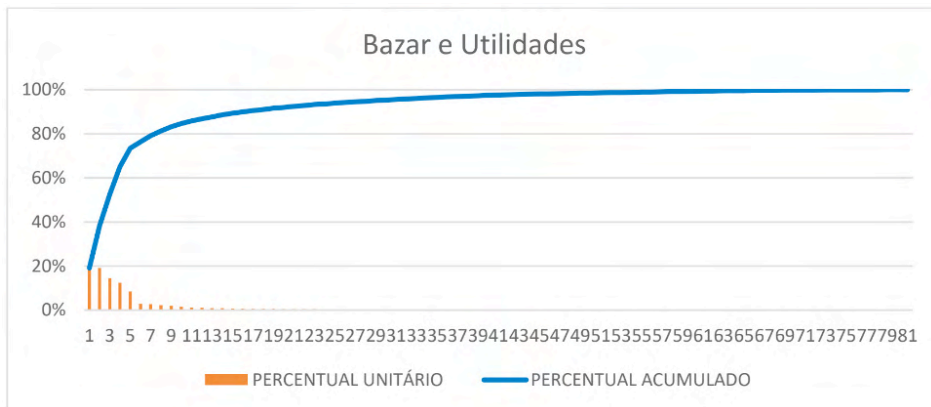


Gráfico 2: Curva ABC da família bazar e utilidades.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

O gráfico 3 representa a curva ABC da família de alimentos que é composta por 271 produtos, na classe A foram identificados 43 desses produtos com um total de 752.052,94 (Setecentos e cinquenta e dois mil, cinquenta e dois reais e noventa e quatro centavos), que correspondem a 64,82% do capital investido, a classe B foi constatado 68 produtos que resultam no total de 291.939,56 (Duzentos e noventa e um mil, novecentos e trinta e nove reais e cinquenta e seis centavos), que correspondem a 25,90% do capital e na classe C faz parte 161 produtos com um total de 116.291,33 (Cento e dezesseis mil, duzentos e noventa e um reais e trinta e três centavos), que correspondem 10,02% do capital investido.

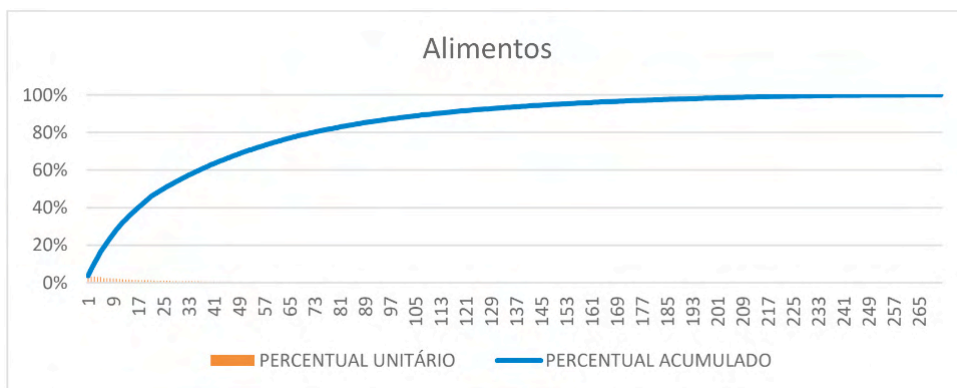


Gráfico 3: Curva ABC dos alimentos

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

O Gráfico 4 representam a curva ABC da família das bebidas alcoólicas que ao todo contém 188 produtos, desses 64 são da classe A, o total referente a classe é de

1.383.724,69 (Um milhão, trezentos e oitenta e três mil, setecentos e vinte e quatro reais e sessenta e nove centavos), que é 64,88% do capital investido, A classe B têm agrupados 88 produtos correspondentes ao total de 487.452,05 (Quatrocentos e oitenta e sete mil, quatrocentos e cinquenta e dois reais e cinco centavos), que representam 22,86% do capital investido e por último a classe C que totaliza 36 produtos com o total de 261.461,49 (Duzentos e sessenta e um mil, quatrocentos e sessenta e um reais e quarenta e nove centavos), que são 12,26% do capital investido.

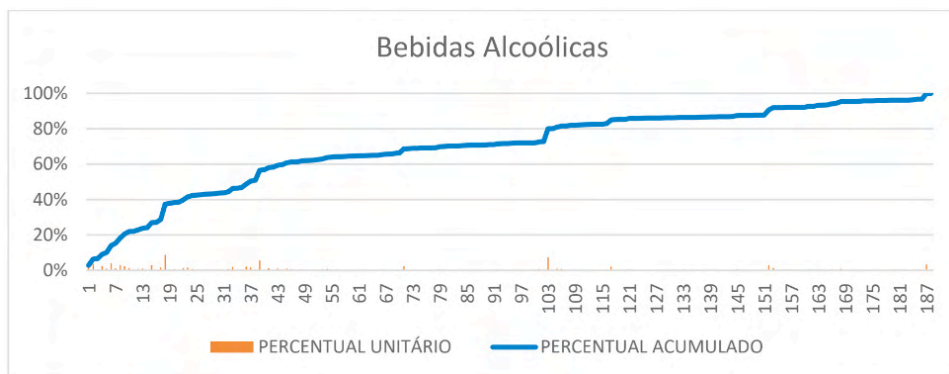


Gráfico 4: Curva ABC das bebidas alcoólicas.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

A curva ABC a seguir é da família de materiais de limpeza que esta representada no gráfico 5, que ao total possui agrupado 175 produtos. Sua classe A contém 10 produtos com um total de 855.118,10 (Oitocentos e cinquenta e cinco mil, cento e dezoito reais e dez centavos), que são correspondentes a 63,67% do capital investido, a classe B com 28 dos produtos, tem o total de 352.685,35 (Trezentos e cinquenta e dois mil, seiscentos e oitenta e cinco reais e trinta e cinco centavos), que é correspondente a 26,27% do capital, já na classe C com 137 produtos é o valor de 135.144,88 (Cento e trinta e cinco mil, cento e quarenta e quatro reais e oitenta e oito centavos), o capital investido é de 10,06%.

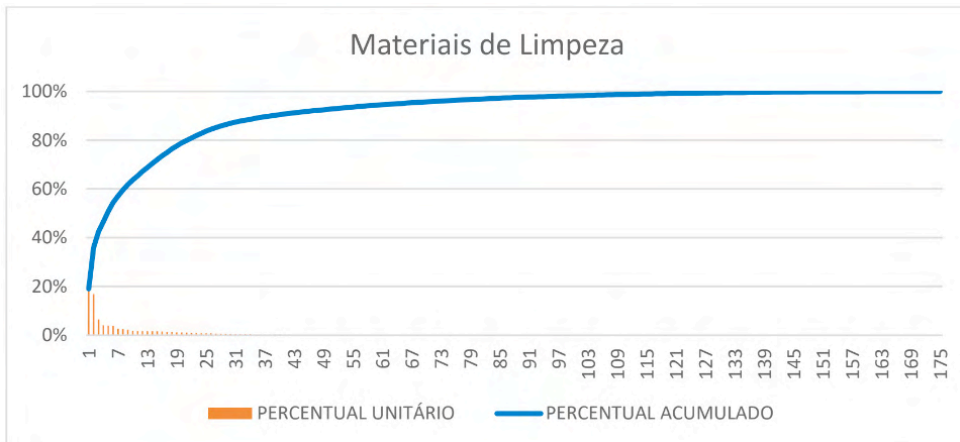


Gráfico 5: Curva ABC dos materiais de limpeza.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Higiene pessoal e beleza possui em sua família 225 produtos agrupados, no gráfico 6 é possível ver a sua curva ABC, na classe A contém 22 produtos com o total de 233.852,68 (Duzentos e trinta e três mil, oitocentos de cinquenta e dois reais sessenta e oito centavos), que representam 63,97% do capital investido, na classe B 25,80% faz parte do capital possuindo 64 produtos o total de 94.296,66 (Novecentos e quatro mil, duzentos e noventa e seis reais e sessenta e seis centavos), na classe C são 139 dos produtos com o total de 37.392,22 (Trinta e sete mil, trezentos e noventa e dois reais e vinte e dois centavos), que representam 10,23% do capital investido.

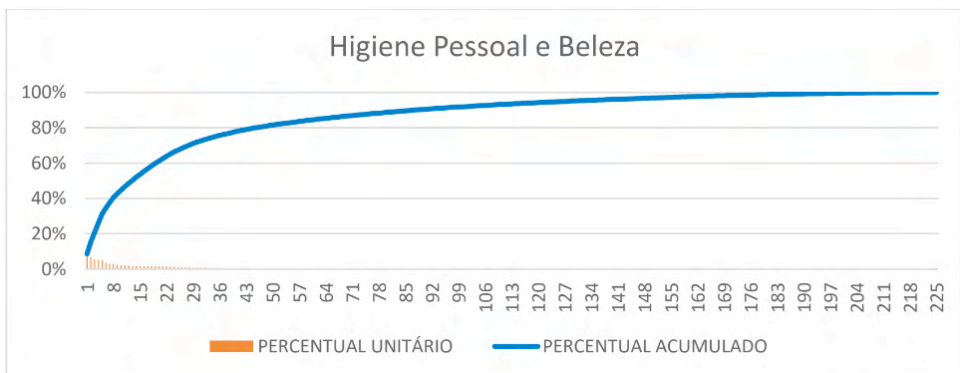


Gráfico 6: Curva ABC da família higiene pessoal e beleza.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

A família material escolar e escritório contém 8 produtos e sua curva ABC está representada no gráfico 7, 2 produtos pertencem a classe A que possui um total de

1.362,25 (Um mil, trezentos e sessenta de dois reais e vinte e cinco centavos), que tem como capital investido 51,18%, a classe B também pertencem 2 produtos com o valor de 935,47 (novecentos e trinta e cinco reais e quarenta e sete centavos), que corresponde a 34,94% do capital e na C possui 4 produtos com o total de 364,14 (Trezentos e sessenta e quatro reais e quatorze centavos), que é 13,88% do capital investido.

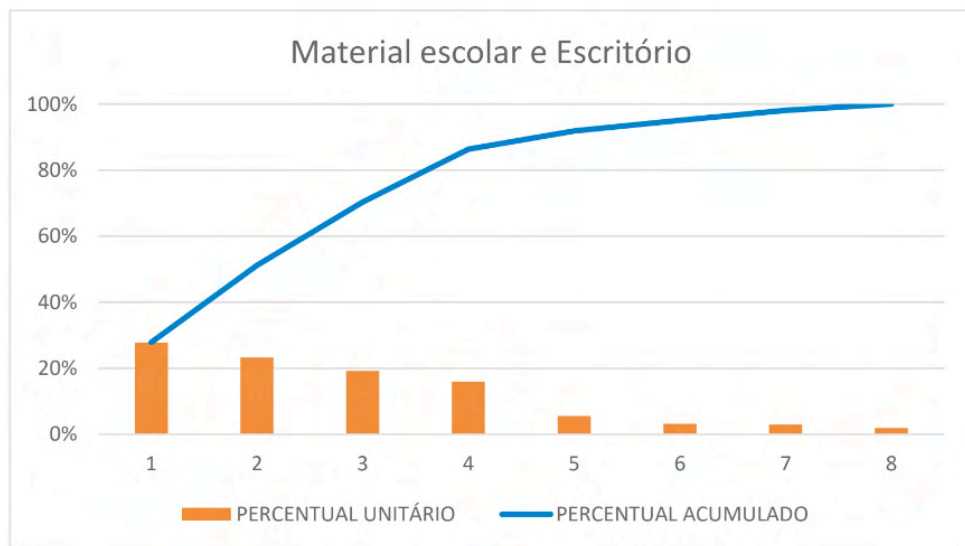


Gráfico 7: Curva ABC do material escolar e escritório.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Nota-se que na família de embalagens possui 20 produtos dois quais sua classificação da curva ABC está no gráfico 8 , a classe A contém 5 produtos com o total de 12.509,22 (Doze mil, quinhentos e nove reais e vinte e dois centavos), que é 60,92% do capital investido, na classificação B o total é de 5.958,95 (Cinco mil, novecentos e cinquenta e oito reais e noventa e cinco centavos), representa 28,99% ligados a 5 produtos correspondem a capital investido e pôr fim a classificação C contendo 10 itens com o total de 2.066,34 (Dois mil, sessenta e seis reais e trinta e quatro centavos), correspondentes a 10,06 % do capital.

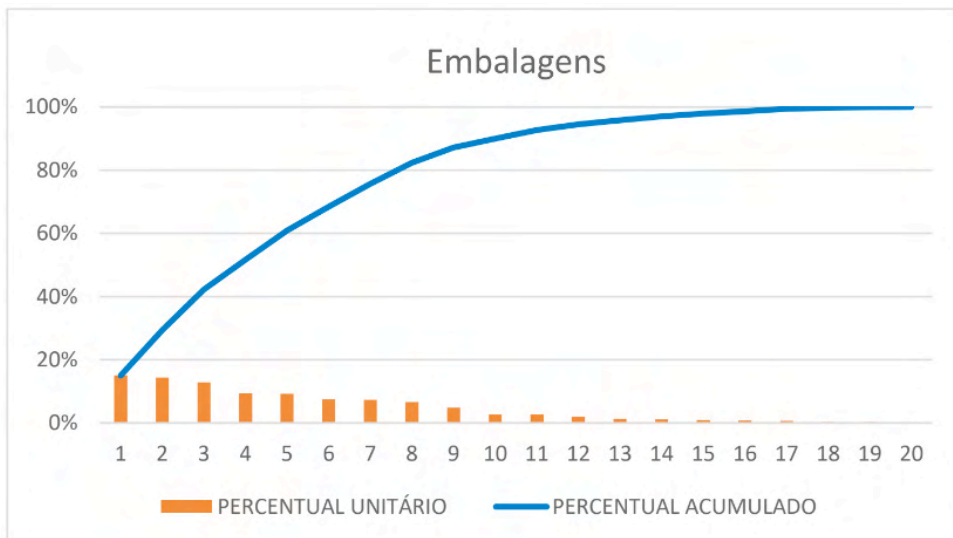


Gráfico 8: Curva ABC das embalagens.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Como exemplo das tabelas utilizadas para a construção da curva abc, segue a tabela de embalagens, foram necessárias as informações sobre a quantidade vendida no período de janeiro a junho de 2019 e o preço unitário de cada item, tornando possível realizar do cálculo para a porcentagem unitária e acumulada chegando à classificação dos produtos.

CÓDIGO	DESCRIÇÃO	EMBALAGEM	QUANTIDADE VENDIDA	PREÇO DE CUSTO	VALOR TOTAL UNITÁRIO	PERCENTUAL UNITÁRIO	PERCENTUAL ACUMULADO	
3249	COPO DESC.COPOSUL TRANS.200ML.100X1	PCT	1586	1,95	3.085,56	15,03	15,03	A
252	SACOLA REC.VERDE 40X60 5KG *	PCT	95	31,00	2.945,00	14,34	29,37	
3944	GUARD.BALCAO ANEPEL 4X600UN	PCT	311	8,49	2.640,39	12,86	42,23	
3251	COPO DESC.COPOSUL TRANS.300ML.100X1	PCT	623	3,11	1.940,27	9,45	51,68	B
4156	SACOLA LIBREPLAST 40X60 BLUE STAR *	PCT	73	26,00	1.896,00	9,24	60,92	
4157	SACOLA LIBREPLAST 30X40 C/600 BLUE STAR	CX	78	19,80	1.544,40	7,52	68,44	
2189	COPO DESC.COPOSUL BCO 180 ML.100X1	CX	888	1,68	1.494,59	7,28	75,72	C
139	GUARD.SANTEPEL 16X60 PEQ.24X22	PCT	84	16,24	1.364,00	6,64	82,36	
253	SACOLA REC.VERDE 30X45 5KG *	PCT	32	31,00	992,00	4,83	87,19	
1186	SACOLA BRANCA 30X40 C/ MIL BR	PCT	40	14,10	563,96	2,75	89,94	C
1187	SACOLA BRANCA 38X48 C/ MIL BR	PCT	25	22,40	560,05	2,73	92,66	
1185	SACOLA BRANCA 25X35 C/MIL BR	PCT	30	12,80	383,99	1,87	94,53	
777	FITA EMPAC.3M SCOTCH TRANSP.4X1 45M *	PCT	29	8,95	259,43	1,26	95,80	C
1353	SACOLA REC.VERDE 50X60 5KG *	PCT	8	31,00	248,00	1,21	97,01	
1830	COPO DESC.CAFE TERMOPOET 50X60ML*	PCT	163	1,13	183,90	0,90	97,90	
3213	SACOLA BRANCA 38X48 C/MIL NORMAL	PCT	6	26,40	158,42	0,77	98,67	C
3836	PRATO DESC.CRISTALCOPO 21CM 10X10UN *	PCT	15	9,41	141,14	0,69	99,44	
3790	PRATO DESC.CRISTALCOPO 15CM 10X10UND	PCT	13	5,17	67,18	0,25	99,69	
1178	COPO DESC.CAFE COPOBRAS100X50ML	PCT	29	1,74	50,46	0,25	99,94	C
3834	PRATO DESC.COPOBRAS 15CM 10X10UN *	PCT	2	6,88	13,77	0,07	100,00	
TOTALIS					20.534,52	100%		

Quadro 1: Tabela da família de produtos embalagens com aplicação da análise ABC.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Após a classificação realizada, foi percebido dentro de cada família os produtos

que fazem parte da classe A, esses produtos têm a maior porcentagem do investimento da empresa, que terão um maior destaque, em virtude de ter uma alta demanda. Deste modo, para que não falte esses produtos, que tem alto volume de vendas a empresa deve cumprir a política de compras, onde possa comprar as unidades na quantidade adequada e comprar no momento correto para suprir a demanda dos seus clientes.

Os produtos da classe B e C por ser menos importante não significa que devem sair do mix, uma vez que aumentam a estabilidade do negócio e o ticket médio do cliente. Precisam de atenção e uma gestão moderada, devido gerar custo para manter o estoque.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo em questão teve como objetivo fazer uma análise nos processos de gestão de estoque por meio da aplicação da curva ABC no atacado Comercial Biriba de Patos de Minas- MG. Foi proposto pela autora descrever sobre a gestão de estoque e aplicar a análise ABC sobre os produtos que fazem parte do mix da empresa.

Para alcance do objetivo principal foram listados os objetivos específicos de revisão teórica, por meio de pesquisa bibliográfica, de análises documentais da empresa e os resultados do controle e classificação dos itens dos estoques.

Quanto a classificação realizada foi possível identificar a classe A, B e C de cada família o que viabiliza a melhoria das práticas de gestão desses produtos principalmente os de classe A do qual possuem o maior percentual do capital investido.

Foi sugerido ao gestor a realização de inventários períodos para cada classe, sendo de a cada 3 meses para a classe A, a cada 6 meses para classe B e a cada 12 meses para a classe C.

Ainda para melhorar a gestão é sugerido estipular o estoque mínimo conhecido também como estoque de segurança, que é a quantidade mínima em estoque que deve existir. Este cálculo é realizado para encontrar os atrasos no ressuprimento com a finalidade de não ocorrer falta dos produtos, causando interrupções nos processos da empresa.

Assim conclui-se a pesquisa, mostrando que o objetivo proposto foi atingido, ou seja, a organização conseguindo visualizar, a classificação ABC e os seus processos organizacionais. sendo capaz de melhorar sua gestão afim de reduzir custos, ampliar mercados para proporcionar a lucratividade desejada pelos gestores.

A empresa passou todas as informações fundamentais para o bom andamento da pesquisa, com a participação para melhor entendimento das mesmas por parte do gestor.

Para a autora, o trabalho trouxe maior conhecimento quanto ao assunto, apesar de não ser um tema recente, com várias bibliografias é ainda um tema que pode ser bastante explorado.

Para a realização de trabalhos futuros sugere-se, a quantidade de perda de estoque por variações, apresentação dos produtos aos clientes por meio visitas e catálogos, criação

de uma página na Web para divulgação da empresa.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rzosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BALLOU, R.H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos/Logística empresarial**. 5ª ed. São Paulo: Bookman, 2006.

BALLOU, Ronald H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, Marco Aurélio P. **Administração de Materiais: princípios, conceitos e gestão**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

POALESCHI, Bruno. **Almoxarifado e Gestão de estoques: do recebimento, guarda e expedição à distribuição de estoques**. 2ª ed. Érica,2009.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas,1999.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Maria del Pilar Baptista. **Metodologia da pesquisa**. Tradução de Daisy Vaz de Moraes. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 16ª edição. Atlas,2016.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 7, 14, 16, 18, 22, 27, 29, 30, 39, 44, 50, 52, 61, 62, 80, 83, 92, 93, 94, 106, 111, 112, 129, 177, 190, 192, 222, 223, 225, 226, 228, 229, 237, 238, 239, 250, 251, 252, 254, 261, 262, 271, 286, 287, 289, 298, 299, 302, 303, 304, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 331, 332, 333, 350, 352

Arranjos produtivos locais 7, 223, 334, 335, 338, 342, 343, 349, 350, 351

Atacado 260, 261, 263, 270

B

Banco 6, 13, 14, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 126, 143, 154, 202, 230, 288, 295, 300, 352

Brasil 3, 5, 2, 3, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 110, 130, 131, 133, 144, 155, 156, 159, 161, 163, 164, 169, 170, 172, 173, 174, 177, 180, 181, 183, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 196, 201, 202, 204, 205, 213, 221, 223, 224, 241, 286, 302, 303, 304, 305, 313, 325, 332, 337, 342, 347, 349, 350

C

Cidadãos 46, 47, 50, 67

Cluster 128, 161, 167, 169, 334, 338, 347, 350, 351

Compra 4, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 119, 261, 277, 279, 280, 305, 320, 330

Consultoria 3, 27, 29, 31, 34, 38, 43, 196, 197, 203, 337

Consumidor 4, 95, 96, 97, 99, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 131, 194, 196, 207, 212, 261, 278, 279, 282, 285, 317, 323, 325, 327, 328, 340

Contabilidade 5, 61, 62, 192, 203, 222, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 234, 235, 236, 237, 286, 350

Covid-19 3, 3, 13, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 114, 117, 119, 120, 126, 127, 128, 148, 150, 281

Cultura 4, 18, 20, 68, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 121, 176, 181, 186, 234, 275, 294, 312, 337, 344, 345, 349

Curva ABC 260, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269

Custeio baseado em atividades e tempo 5, 204, 205, 208, 213

D

Demonstrações financeiras 228, 229

Desempenho 27, 34, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 46, 75, 157, 159, 160, 164, 176, 179, 185, 191, 196, 198, 210, 225, 230, 234, 240, 241, 243, 244, 246, 248, 249, 250, 273, 275, 285, 286, 288, 289, 352

Desenvolvimento local 334, 335, 336, 338, 340, 341, 342, 343, 348, 349, 350, 351

Dimensão cultural 7, 334, 336, 340, 344, 345, 346, 347, 348, 349

Dívida líquida 1, 2, 7, 12, 13, 14

Dívida pública 3, 1, 2, 7, 12, 13, 14

E

Empreendedor 97, 108, 109, 205, 206, 233, 245, 299, 310, 337

Empreendedorismo 1, 2, 4, 108, 111, 113, 202, 313, 344

Empresa 6, 88, 89, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 108, 112, 118, 120, 132, 137, 144, 158, 159, 165, 168, 172, 176, 178, 179, 183, 185, 186, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 253, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 331, 338, 347, 349

Energia 4, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 142, 143, 155, 156, 157, 160, 165, 167, 169, 177, 201, 202, 203, 208, 217, 218, 220

Engenharia reversa 5, 204, 205, 206, 207, 212, 213, 221, 222, 223, 224, 225

Estoque 6, 233, 260, 261, 262, 263, 264, 270, 279, 280, 283

Estudo de caso 6, 7, 27, 29, 43, 74, 93, 222, 227, 228, 231, 232, 240, 242, 251, 260, 263, 287, 288, 297, 314, 322, 333, 351

F

Faturamento 235, 318

Financiamento 6, 1, 2, 13, 14, 29, 48, 51, 52, 133, 138, 143, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 294, 297, 338, 339

Forças de porter 6, 272, 273, 274, 284, 285, 287

Funcionários 6, 84, 161, 165, 169, 178, 179, 182, 189, 192, 246, 248, 258, 288, 289, 290, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 311

G

Gastos 3, 1, 11, 45, 47, 52, 53, 55, 56, 57, 60, 61, 65, 100, 114, 121, 123, 125, 126, 137,

157, 201, 209, 211, 234

Gastronomia 4, 95, 97, 100, 101, 103, 104, 105, 106

Gestão 1, 2, 3, 5, 6, 7, 1, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 43, 44, 48, 52, 60, 61, 62, 71, 73, 74, 83, 84, 93, 106, 110, 111, 112, 113, 144, 155, 158, 159, 160, 162, 165, 169, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 252, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 274, 289, 297, 302, 304, 305, 306, 307, 309, 310, 311, 312, 325, 329, 331, 346, 347, 350, 352

Global 100 5, 193, 194, 195, 197, 198, 200, 202, 203

Grau de maturidade 5, 239, 241, 242, 246, 250

I

Indústria 5, 162, 164, 170, 177, 191, 193, 202, 206, 226, 227, 228, 232, 239, 240, 241, 242, 245, 250, 252, 257, 277, 344

Inovação 23, 25, 108, 109, 156, 157, 158, 159, 160, 165, 171, 176, 191, 240, 249, 278, 299, 315, 335, 337, 338, 340, 343, 344, 345, 347, 349, 350, 352

M

Marketing 1, 2, 7, 95, 96, 98, 102, 106, 107, 112, 117, 118, 127, 246, 271, 286, 287, 309, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 327, 329, 330, 331, 332, 333

Matriz BCG 273, 274, 275, 276, 282, 283, 285, 286, 306, 311

Matriz SWOT 273, 274, 275, 279, 281, 282, 285, 287, 313

Microempreendimentos 302, 304, 305, 311

Motivação 6, 246, 288, 289, 290, 291, 292, 294, 295, 296, 297, 299, 300, 301, 303

O

Orçamento 3, 14, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 60, 61, 62, 132, 133, 137, 321, 322, 324

Organização 15, 16, 17, 20, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 51, 69, 81, 83, 84, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 97, 98, 110, 157, 158, 160, 161, 163, 165, 169, 174, 176, 177, 178, 185, 187, 217, 232, 236, 241, 242, 243, 244, 250, 251, 253, 258, 259, 260, 261, 270, 271, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 284, 285, 289, 290, 296, 297, 304, 305, 306, 315, 317, 318, 319, 320, 322, 323, 325, 340, 341

P

Pandemia 3, 12, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 102, 115, 116, 117, 119, 120, 127, 279, 280

PDCA 302, 303, 304, 305, 308, 309, 310, 311, 312

Pilar social 5, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190

Q

Quebras estruturais 3, 1, 2, 3, 7, 12, 13

QVT 172, 173, 176, 177, 179, 184, 185, 186, 187, 188, 189

R

Responsabilidade social 108, 109, 112, 174, 187, 192, 203

Revisão sistemática 7, 334, 336, 346, 348, 349

S

Saúde 3, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 191, 210, 211, 289, 294, 297, 342, 346

Serviço público 3, 27, 29, 43

Sociedade 4, 17, 18, 19, 20, 64, 65, 67, 68, 73, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 108, 109, 110, 111, 157, 160, 164, 174, 178, 190, 193, 194, 196, 202, 229, 239, 250, 254, 273, 304, 309, 317, 340, 341, 352

Sustentabilidade 5, 2, 3, 14, 108, 109, 111, 112, 143, 157, 162, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195, 196, 198, 202, 203, 233, 245

T

Tomada de decisão 12, 175, 226, 227, 229, 236, 263, 274

V


varejo 177, 261, 318





ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

3





ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

3