

ESTUDO DE CASO SOBRE ESTRATÉGIAS DE GESTÃO DE ESTOQUE EM AMBIENTES DE VAREJO: UM ESTUDO NA REGIÃO DE JESUÍTAS – PARANÁ

VITOR, Linveston Sonvez¹
HERINGER, Eudiman²
MADUREIRA, Eduardo Miguel Prata³

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo investigar e analisar estratégias de gestão de estoque adotadas por grandes empresas varejistas e avaliar como essas práticas podem ser adaptadas por pequenos e médios estabelecimentos do município de Jesuítas-PR. A gestão eficiente de estoques é essencial para a competitividade no varejo, especialmente em regiões onde o acesso a fornecedores é limitado e a demanda apresenta variações sazonais. A metodologia empregada foi um estudo de caso, com abordagem qualitativa e exploratória, aplicada à loja Planeta Mix, atuante no segmento calçadista local. A pesquisa também contou com revisão bibliográfica e análise comparativa com grandes redes varejistas nacionais e internacionais. Constatou-se que a empresa estudada não adota práticas sistematizadas de controle de estoque, operando de forma reativa, o que gera riscos como rupturas, excesso de mercadorias e perdas por obsolescência. Em contrapartida, grandes varejistas utilizam tecnologias como ERP, RFID e sistemas de previsão de demanda, aliados a estratégias de reposição automática, omnicanalidade e classificação ABC. Com base nisso, foram propostas estratégias viáveis para pequenos negócios, como o uso de sistemas simples de controle, inventários rotativos, análise do giro de produtos, parcerias logísticas e capacitação da equipe. Conclui-se que é possível adaptar práticas das grandes empresas à realidade local por meio de organização, disciplina e uso racional de ferramentas acessíveis, contribuindo para a sustentabilidade dos pequenos varejistas e melhoria no atendimento ao consumidor.

PALAVRAS-CHAVE: Estoque, Logística, Varejo.

1. INTRODUÇÃO

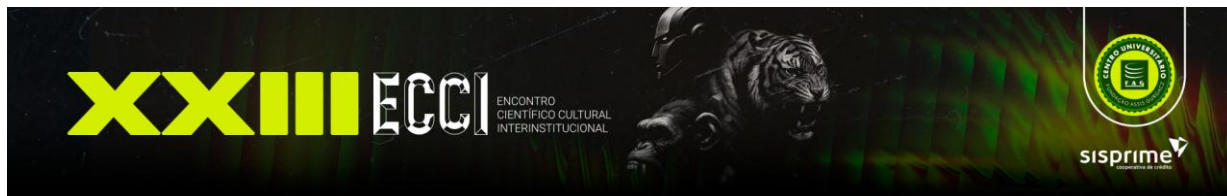
O presente estudo investiga as estratégias de gestão de estoque utilizadas por empresas varejistas de grande porte que possam ser adaptadas por pequenas e médias empresas na região de Jesuítas, Paraná.

A otimização de estoque é um aspecto fundamental para a eficiência operacional das empresas varejistas, permitindo a redução de custos e a melhoria no atendimento ao cliente. A ideia central deste trabalho é explorar e analisar as diferentes estratégias e ferramentas que podem ser empregadas para otimizar o controle de estoque. Na região de Jesuítas, que possui um mercado consumidor dependente do agronegócio e de micro e pequenos comércios, é essencial compreender como as boas práticas de gestão de estoque podem ser aplicadas para tornar esses estabelecimentos mais

¹ Aluno do sétimo período do curso de Administração do Centro Universitário FAG. E-mail: lsvitor@minha.fag.edu.br

² Administrador. Mestre em Educação. Coordenador dos Cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário FAG. E-mail: eudiman@fag.edu.br

³ Mestre em Desenvolvimento Regional e Agronegócio. Professor do Centro Universitário FAG. E-mail: eduardo@fag.edu.br



competitivos. A presença de grandes redes de varejo nos arredores, como em Cascavel e Toledo, impõe desafios adicionais aos pequenos varejistas locais, tornando a gestão eficiente dos estoques um diferencial estratégico.

No contexto do varejo moderno, a gestão eficaz de estoque é vital para manter a competitividade e a rentabilidade. O crescimento do comércio eletrônico e a crescente expectativa dos consumidores por entregas rápidas e precisas têm elevado a importância da otimização de estoque. Estratégias robustas de gestão de inventário são necessárias não apenas para minimizar custos e maximizar o retorno sobre o investimento, mas também para melhorar a experiência do cliente e atender às demandas do mercado de forma eficiente.

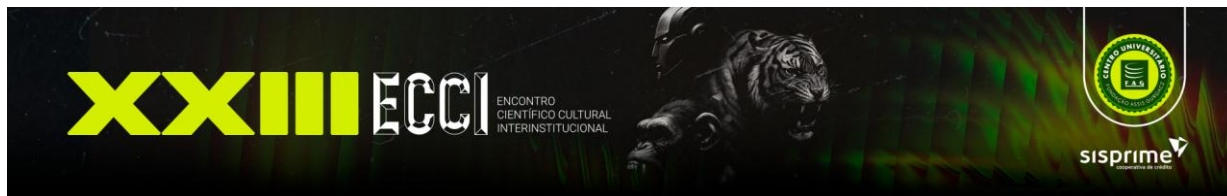
Com base nisso, foi problema deste estudo a seguinte questão: Quais são as estratégias e práticas de gestão de estoque adotadas por empresas bem-sucedidas, e como essas práticas podem ser adaptadas e aplicadas por pequenas e médias empresas da região de Jesuítas-PR para melhorar sua eficiência operacional e competitividade no mercado?

Como as empresas bem-sucedidas gerenciam os desafios de estoque para melhorar a eficiência operacional e manter a competitividade no mercado? Visando responder ao problema proposto, foi objetivo deste estudo investigar e adaptar estratégias de gestão de estoque eficazes para pequenas e médias empresas do setor varejista em Jesuítas-PR.

Otimizar e simplificar a gestão de estoque, tornando o processo mais eficiente e acessível para a tomada de decisões estratégicas. A gestão de estoques desempenha um papel fundamental na administração empresarial, pois impacta diretamente a eficiência operacional, a redução de custos e a satisfação dos clientes. Um controle eficiente evita excessos que geram custos desnecessários e escassez que compromete a continuidade das operações.

No entanto, a gestão de estoques apresenta desafios, como a necessidade de equilibrar custos de armazenagem com a disponibilidade de produtos, os riscos de obsolescência e desperdícios, além da influência de fatores externos, como sazonalidade e oscilações da demanda. Diante desse cenário, a adoção de métodos e ferramentas adequadas, como classificações de prioridade, sistemas de gestão integrados e técnicas de reposição otimizadas, pode contribuir significativamente para um gerenciamento mais eficaz.

Embora a tomada de decisões nesse campo não possa se basear exclusivamente em teorias ou métodos fixos devido às inúmeras variáveis envolvidas, o aprimoramento da gestão de estoques pode



reduzir a complexidade operacional, melhorar a precisão das decisões e minimizar riscos, resultando em maior eficiência e competitividade para as organizações.

De modo específico, essa pesquisa buscou: analisar técnicas utilizadas por grandes empresas do varejo; avaliar impactos da automação e digitalização no controle de estoques na região; estudar a influência da demanda e sazonalidade local sobre a gestão de estoque; identificar indicadores de desempenho relevantes para o contexto varejista de Jesuítas; compreender os riscos do excesso e falta de estoque para os pequenos e médios varejistas locais.

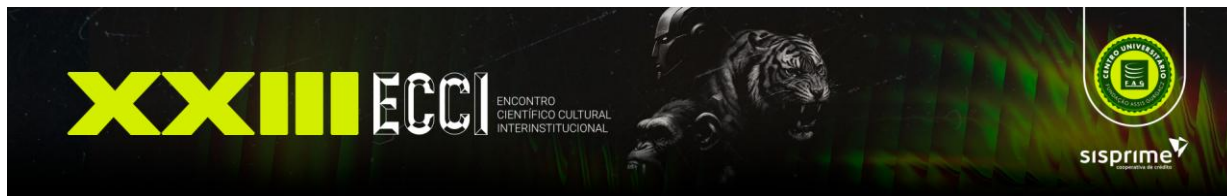
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A palavra logística apresenta duas possíveis origens: Na Grécia Antiga “logistikas” referia-se aos militares responsáveis por distribuição de suprimentos e administração das finanças. Já na França o verbo “loger” significa acolher ou alojar. “A logística remonta há tempos antigos, em que o objetivo era o abastecimento de tribos e pequenas cidades, logo nos primórdios da civilização” (EQUIPE TOTVS, 2024, [sp]). “Pode-se definir logística como sendo a junção de quatro atividades básicas: as de aquisição, movimentação, armazenagem e entrega de produtos” (HERINGER, 2024, p. 6).

A logística é a parte da arte da guerra que trata do planejamento e da realização de projeto e desenvolvimento, armazenamento, transporte, distribuição, reparação, manutenção e evacuação de material (para fins operacionais e administrativos); recrutamento, incorporação, instrumento e adestramento, designação, transporte, bem-estar, evacuação, hospitalização e desligamento de pessoal, aquisição ou construção, reparação, movimentação e operação de instalações e acessórios destinados a ajudar o desempenho de qualquer função militar; contrato ou prestações de serviços (CAXITO, 2014, p.06).

De acordo com Reis (2004), a logística organiza toda a cadeia, desde o fornecimento de matéria-prima pelos fornecedores, o armazenamento e entrega de materiais dentro da empresa, o transporte estratégico de mercadorias, até a chegada ao consumidor final.

A logística é o processo de gerenciar estrategicamente a aquisição, movimentação e armazenagem de materiais, peças e produtos acabados (e os fluxos de informações correlatadas) através da organização e seus canais de marketing, de modo a poder maximizar as lucratividades presentes e futura através do atendimento dos pedidos a baixo custo (CHRISTOPHER, 2018, p.02).



2.1 A GESTÃO DE ESTOQUES

Segundo Gomes (2023) o termo “estoque” refere-se ao conjunto de produtos que uma empresa mantém armazenados. Esses produtos incluem tanto matéria-prima quanto produtos acabados. Segundo Chiavenato (2005) *apud* Rodrigues (2016) estoque é o conjunto de materiais em processamento, semiacabados e produtos retidos para atender demandas futuras da empresa.

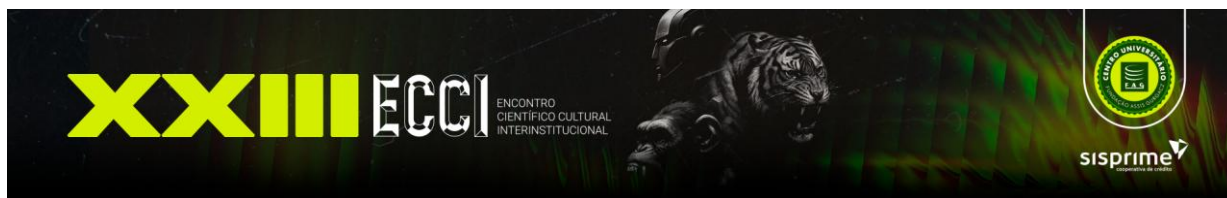
Os estoques para Vianna (2001) podem ser definidos como itens utilizados por uma empresa em suas operações diárias. Sob uma perspectiva mais tradicional, o estoque representa matérias-primas, produtos semiacabados, componentes para montagem, sobressalentes, produtos acabados, materiais admirativos e suprimentos diversos. Caracteriza-se especificamente de uso futuro, atendendo o usuário conforme sua necessidade. De acordo com Francischini e Gurgel (2004, p. 15) os estoques são “quaisquer quantidades de bens físicos que sejam conservados, de forma improdutivo, por algum intervalo de tempo”.

Chiavenato (2005) afirma que as principais razões para a existência de estoque são: garantir o abastecimento de materiais, neutralizar os efeitos de atrasos não fornecidos e evitar transtornos de fluxo de produção, protegendo a empresa de perdas inflacionárias. Isso evidencia a importância dos estoques, tanto para o setor produtivo quanto para o setor de vendas, exigindo um planejamento adequado para cada departamento.

De acordo com Slack, Chambers e Johnston (2007), as várias razões para o desequilíbrio entre as taxas de disponibilidade e a demanda em diferentes pontos de uma operação resultam em diferentes tipos de estoque. Existem cinco categorias distintas de estoques, levando em consideração seu propósito ou as razões para sua existência nas transações da cadeia de suprimentos:

- Estoque de produção ou de segurança;
- Estoque de ciclo;
- Estoque de antecipação;
- Estoque no canal de distribuição;
- Estoque obsoleto, morto ou evaporado.

Os inventários são submetidos a um tratamento contábil específico, pois representa uma parte significativa dos ativos das empresas. Nesse contexto, eles são organizados em cinco grandes categorias:



- Estoque de materiais;
- Estoque de produtos em processo;
- Estoque de produtos acabados;
- Estoque em trânsito;
- Estoque em consignação.

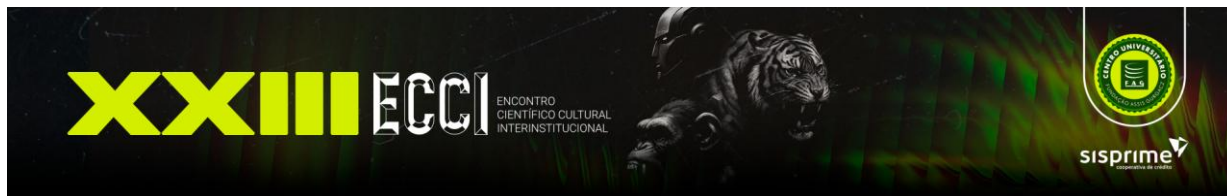
A crescente digitalização e automação de processos trazem oportunidades para pequenos varejistas que buscam reduzir perdas e melhorar a previsibilidade de demanda. Conforme Gil (2002), ferramentas como ERPs e sistemas de previsão de demanda baseados em dados históricos podem melhorar significativamente a gestão de estoques, especialmente em regiões onde a reposição pode ser mais demorada devido à distância dos fornecedores.

2.1.1 Logística de estoque

Para Matias (2007) *apud* Rezende (2008) o objetivo da gestão de estoque é manter um nível de materiais, capaz de sustentar as atividades da empresa com o menor custo. Segundo Silva, Reichenbach e Karpinski (2010) um controle eficiente de estoque e o monitoramento de suas entregas são essenciais para a lucratividade e competitividade da empresa. No entanto, o custo desse controle não deve ultrapassar os benefícios que ele possa proporcionar.

A gestão de estoque é um dos principais desafios para empresas do setor varejista, especialmente em localidades com menor densidade populacional e demanda sazonal, como Jesuítas-PR. Segundo Christopher (2018), a logística eficaz permite maximizar a lucratividade e garantir a disponibilidade de produtos ao consumidor final sem onerar excessivamente o capital de giro.

Em regiões como Jesuítas, onde predominam pequenas empresas familiares e estabelecimentos de nicho, é fundamental compreender como o controle de estoque pode ser um diferencial competitivo para a sustentação dos negócios.



3. METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

O estudo adotou uma abordagem qualitativa e exploratória, dividida em três etapas:

1. **Pesquisa Bibliográfica:** levantamento de referências sobre gestão de estoque no varejo, automação e influência do contexto regional sobre a eficiência logística.
2. **Estudo de Caso:** aplicação do estudo em uma empresa varejista de Jesuítas-PR, a fim de compreender as práticas locais e desafios enfrentados.
3. **Análise e Recomendações:** a partir dos dados coletados, serão feitas sugestões para otimização da gestão de estoques na empresa analisada.

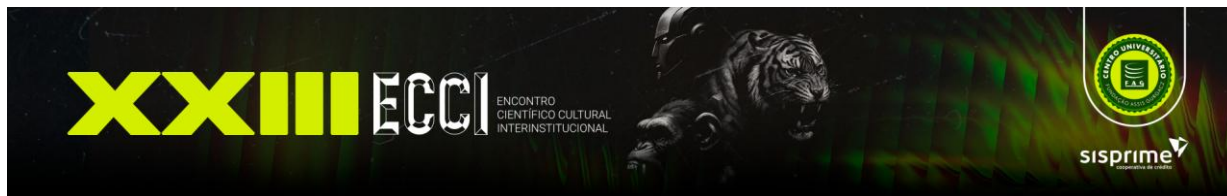
Segundo Gil (2002), a pesquisa bibliográfica é um estudo que se baseia principalmente em livros e artigos científicos já publicados, fornecendo fundamentação para o trabalho realizado. Por outro lado, uma pesquisa exploratória buscando identificar como o problema proposto pode ser resolvido, sendo composta por três abordagens principais: revisão bibliográfica, entrevistas com especialistas na área em questão e exemplos que favoreceram uma melhor compreensão (GIL, 2002). Por fim, uma pesquisa descritiva caracteriza-se pela descrição e análise das relações entre variáveis, com o objetivo de estabelecer um entendimento sobre uma determinada população ou preferências, utilizando técnicas de coleta de dados como questionários e observação sistemática (GIL, 2002).

4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

4.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A Planeta Mix – de razão social – V.S.V. COMERCIO DE CONFECÇÕES LTDA. é uma empresa especializada na comercialização de calçados masculinos, femininos e infantis, que surgiu com o propósito de oferecer produtos de qualidade, conforto e design moderno para todos os estilos e ocasiões. Atuando no setor varejista a empresa busca atender às necessidades do consumidor contemporâneo, combinando variedade, bom atendimento e preço justo.

A loja foi idealizada com o objetivo de se tornar referência regional no segmento de calçados, trazendo marcas consagradas no mercado e coleções atualizadas de acordo com as tendências da



moda. Acreditando ser a loja da família a Planeta Mix vem constantemente investindo em atendimento personalizado e na experiência de compra.

A ideia de criar a loja surgiu em 2008, a partir da experiência e do olhar empreendedor do casal Edsel e Gislene, que enxergaram na cidade uma demanda por marcas de qualidade, estilo e excelência no atendimento. Após o planejamento e a escolha do ponto comercial, a empresa foi oficialmente inaugurada em 03 de fevereiro de 2009.

Localizada na Avenida Padre Anchieta, nº 912, Centro – Jesuítas – Pr, a Planeta Mix conta com um ambiente confortável e acolhedor para atender e suprir as necessidades de diferentes perfis de clientes. A loja é comandada pelo sócio-fundador Edsel Vitor, formado em Administração com especialização em marketing.

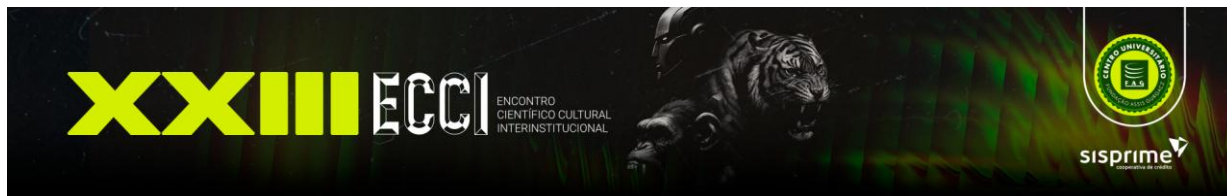
O nome Planeta Mix foi escolhido para trazer a ideia e a essência da loja, a qual seria um “planeta” de opções para os clientes. O nome também traz associação a uma outra loja dos sócios-fundadores, sendo ela a Mega Mix.

4.1.1 Sobre o estoque da Planeta Mix

O gerenciamento do estoque da loja embora muito simples fica aos cuidados do sócio Edsel, onde o mesmo cuida desta função desde a abertura da loja. Para auxiliá-lo nesta função a ferramenta adotada pela empresa é o Sisterra, um sistema que além de auxiliar no controle do estoque é utilizado para realizar a transação das vendas, controle de notas a receber (crediário), entre algumas outras funções. A empresa realiza inventários gerais de seus estoques com uma frequência relativamente baixa, sendo realizada normalmente ao final de cada ano.

4.1.2 Dificuldades enfrentadas

Edsel evidencia que uma das principais dificuldades enfrentadas por ele com relação a gestão de estoque da Planeta Mix seria a falta de previsibilidade de tendências e a necessidade de realizar os pedidos das mercadorias com muita antecedência. O mesmo cita um exemplo relacionado a pedidos referente a marcas como adidas e nike, cujo a programação das marcas são de realizar os pedidos com um prazo de 6 a 8 meses de antecedência da chegada da mercadoria. Acontecimentos desse tipo dificultam na hora de realizar os pedidos pois a moda e as tendências são passageiras, embora marcas

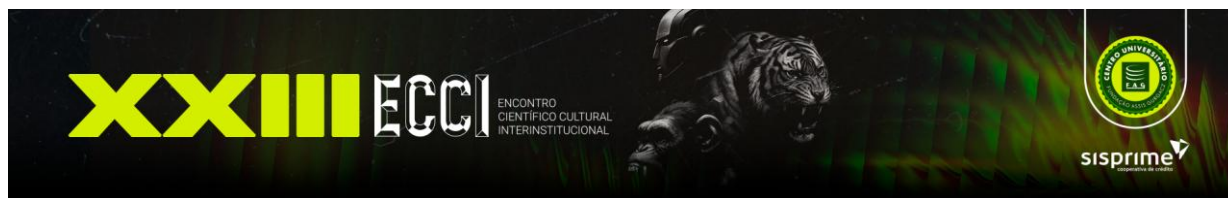


como essas tenham grandes equipes focadas na área de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento). Outro fator relevante é a localização da loja, por estar situada em uma pequena cidade no interior do Paraná, algumas coisas que são tendências nas grandes metrópoles não são adotadas por cidades de menor porte, ou demoram mais tempo para serem incorporadas pela população. Ainda é mencionado a dificuldade de adquirir reposição de algumas mercadorias em um curto intervalo de tempo, onde até se torna algo possível, porém pode elevar o custo da mercadoria, pois com a ausência da possibilidade de realizar pedidos a pronta entrega direto com os representantes de algumas marcas a única forma seria comprar a mercadoria de distribuidoras atacadistas, cujo possuem preços menos atrativos.

Edsel relata sobre as dificuldades enfrentadas durante o ano de 2020 com o início da pandemia da COVID-19. É fato que todos sofreram durante a pandemia, alguns mais do que outros, mas de modo geral todos foram afetados. Edsel apresenta que com a Planeta Mix não foi diferente, pois não estava preparado para tal situação, comenta sobre o medo e a incerteza durante os dias de lockdown (medida de confinamento estabelecida durante a pandemia) em que sua loja não estava em funcionamento, e ainda assim necessitava de arcar com suas responsabilidades financeiras. Edsel informa também do período pós pandemia, em que o mesmo possuía mercadoria que já não era mais tendência, com isso se vendo na necessidade de colocar alguns produtos abaixo do preço que estavam buscando limpar seus estoques dessas mercadorias, que outrora poderiam ter sido vendidas ao preço original. Outros produtos até possuíam demanda, mas infelizmente com o tempo parado em estoque alguns de seus componentes perdiam a qualidade, como por exemplo a cola de alguns solados, tendo assim que recorrer aos fabricantes para realizar a troca dos produtos.

4.1.3 Estratégias da empresa

Durante a análise realizada na empresa, observou-se a ausência de estratégias definidas voltadas à gestão de estoque, apesar do reconhecimento, por parte da administração, da importância de estabelecer um controle mais eficiente nesse setor. A empresa não adota práticas como o estoque mínimo ou o estoque de segurança, o que a expõe a situações de ruptura (falta de produtos) ou excesso de mercadorias. Além disso, não foram identificadas metodologias ou ferramentas sistematizadas para previsão de demanda, controle de giro de produtos ou definição de níveis ideais de reposição. A reposição ocorre de forma reativa, ou seja, apenas quando há percepção visual da falta de determinados itens, sem o uso de indicadores de desempenho ou sistemas automatizados. Essa



ausência de estratégias de gestão de estoque representa um risco operacional, uma vez que compromete a capacidade da empresa de atender adequadamente à demanda do consumidor, além de aumentar os custos com armazenamento e perdas por obsolescência ou deterioração dos produtos.

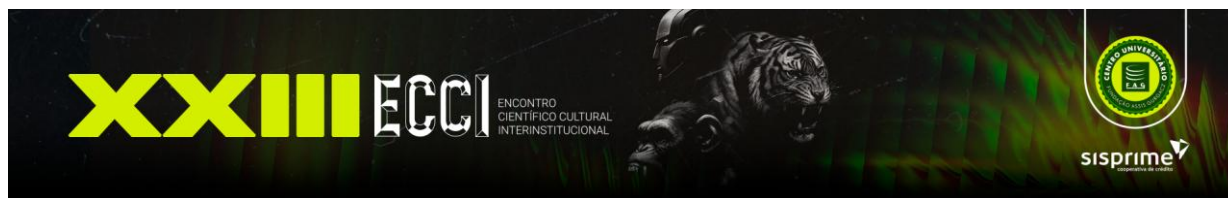
4.2 GRANDES VAREJISTA

O setor varejista calçadista é marcado pela presença de grandes marcas que se destacam não apenas pelo volume de vendas, mas também pela capacidade de ditar tendências, inovar em modelos de negócio e fidelizar consumidores em um mercado altamente competitivo. Entre os principais nomes do cenário nacional, destacam-se empresas como Arezzo&Co, que controla marcas consagradas como Schutz, Anacapri, Fiever e Alexandre Birman, posicionando-se como uma das líderes no segmento de moda e calçados femininos. O Grupo Paquetá, com forte atuação no varejo físico e multimarcas, também é relevante, operando lojas próprias e franquias de calçados esportivos e casuais. A Calçados Bibi, por sua vez, é referência no setor infantil, com foco em inovação, ergonomia e sustentabilidade. Outra gigante do setor é a Via, que administra marcas como Casas Bahia e Ponto (antigo Ponto Frio), ampliando sua atuação para o e-commerce de calçados e vestuário. Essas empresas têm investido constantemente em transformação digital, integração de canais (omnicanalidade), personalização da experiência de compra e práticas sustentáveis, consolidando-se como protagonistas em um mercado em constante evolução, impulsionado pelas mudanças no comportamento do consumidor e pelos avanços tecnológicos.

4.2.1 Estratégias de empresas globais

A gestão de estoque é um dos pilares fundamentais para o sucesso de grandes varejistas no setor calçadista. Empresas como Nike, Adidas e Puma operam em escala global, com uma ampla variedade de produtos distribuídos em diversos canais de venda. Para garantir eficiência operacional, reduzir perdas, responder rapidamente às mudanças no mercado e melhorar a experiência do consumidor, essas marcas adotam estratégias avançadas, sustentadas principalmente por tecnologia, previsão de demanda, rastreabilidade e sustentabilidade.

A Nike, por exemplo, utiliza inteligência artificial para prever a demanda dos consumidores e ajustar seus níveis de estoque de maneira proativa. A marca também investe em centros de



distribuição regionais para otimizar a logística e acelerar as entregas. Ainda assim, a empresa enfrentou desafios com excesso de estoque, especialmente após o período de pandemia, quando antecipou pedidos que foram entregues rapidamente, mas não absorvidos pela demanda no mesmo ritmo, o que levou à necessidade de liquidações globais para reequilibrar seus inventários (SUPPLY CHAIN DIGITAL, 2023).

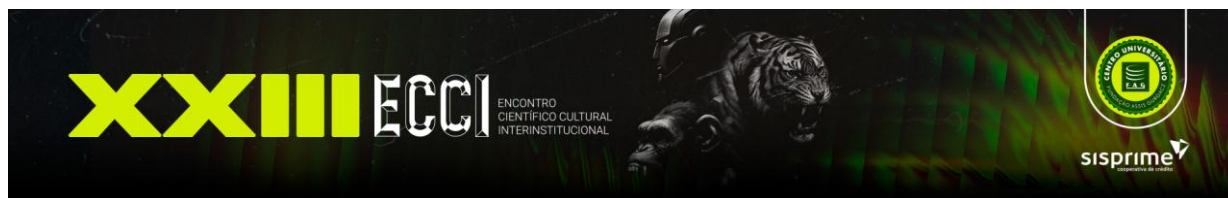
Adidas destaca-se pela adoção de tecnologias como RFID (Identificação por Radiofrequência), que permite rastrear produtos em tempo real e integrar canais de venda físicos e digitais. A estratégia omnichannel é uma prioridade para a marca, que busca oferecer ao consumidor possibilidades como retirada em loja, envio direto do estoque físico e rastreamento preciso de pedidos. Após o término da parceria com Kanye West, a empresa enfrentou excesso de estoque da linha Yeezy, o que evidenciou a importância do alinhamento entre decisões de marketing, gestão de produto e suprimentos (NY POST, 2024).

A Puma utiliza o sistema Manhattan WMS, especializado em gerenciamento de armazéns, para garantir precisão e eficiência na movimentação de estoques. Sua estratégia “Forever Better” incorpora princípios de sustentabilidade à cadeia de suprimentos, desde o fornecimento de materiais até a distribuição. A empresa também investe em transparência, divulgando informações e vídeos sobre suas fábricas fornecedoras como parte do compromisso com práticas sociais e ambientais responsáveis (PROCUREMENT MAG, 2023).

Essas estratégias demonstram que a gestão de estoque no varejo calçadista global não se limita ao controle físico de entradas e saídas. Pelo contrário, envolve uma abordagem integrada entre tecnologia, análise de dados, logística, marketing e sustentabilidade. O uso de sistemas inteligentes, como ERP, RFID e WMS, aliado a práticas como inventário rotativo, previsão algorítmica e centros de distribuição regionais, permite que essas empresas operem de maneira ágil, adaptável e competitiva em um mercado dinâmico e globalizado.

4.2.2 Gestão das empresas nacionais

A gestão de estoque no varejo calçadista brasileiro apresenta particularidades que exigem estratégias bem definidas para garantir eficiência operacional, competitividade e atendimento ao consumidor final. Diante da diversidade de modelos, tamanhos e variações de consumo regionais,



grandes varejistas do setor têm adotado soluções tecnológicas e organizacionais que visam otimizar seus estoques e alinhar suas operações à demanda do mercado.

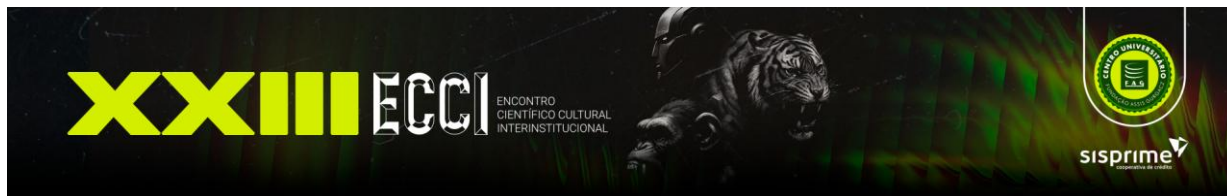
A Arezzo&Co, uma das maiores redes de varejo de calçados do Brasil, adota uma abordagem integrada entre seus canais físicos e digitais. A empresa investe em sistemas avançados de gestão, como o ERP SAP, para centralizar informações de estoque em tempo real. Isso permite o uso do modelo omnichannel, no qual a mercadoria pode ser movimentada entre lojas ou enviada a partir de centros de distribuição para atender pedidos online. A Arezzo também utiliza práticas de reposição automática e análise preditiva de vendas para reduzir rupturas e evitar excesso de produtos em loja. Outra referência é a Grupo Paquetá, detentor de diversas marcas e com forte presença varejista. A empresa utiliza ferramentas de Business Intelligence (BI) para realizar a análise de giro de produtos e identificar quais itens devem ser descontinuados ou reforçados no estoque. Além disso, investe em treinamentos para equipes operacionais, garantindo que os processos de recebimento, armazenamento e inventário sigam padrões rigorosos de acuracidade.

A rede de calçados Studio Z, voltada ao público popular, também adota estratégias eficazes na gestão de estoque. Com mais de 100 lojas espalhadas pelo Brasil, a empresa aposta em automação e categorização detalhada dos produtos para facilitar a reposição por regionalidade e preferências locais. Seu modelo de negócio prevê alta rotatividade, exigindo um controle preciso do estoque mínimo e uma logística ágil para abastecimento contínuo.

Além disso, varejistas como a Di Santinni utilizam a classificação ABC para priorizar o controle e o reabastecimento de itens com maior impacto nas vendas. A empresa também emprega o inventário rotativo para manter a acuracidade dos dados e minimizar a necessidade de paradas operacionais para inventários gerais. Estratégias como compras centralizadas e parcerias logísticas com fornecedores são utilizadas para obter melhores condições comerciais e garantir prazos de entrega mais curtos.

Em comum, essas empresas buscam soluções que equilibrem a variedade do mix de produtos com a eficiência no armazenamento e na distribuição. A integração de sistemas, o uso de dados para prever demandas e a organização dos fluxos logísticos permitem uma gestão de estoque responsiva e alinhada aos objetivos comerciais e à experiência do consumidor.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS



A gestão de estoque exerce um papel central na competitividade das empresas varejistas, especialmente em cidades de pequeno porte, como Jesuítas-PR, onde a variabilidade da demanda e a limitação no acesso a fornecedores impõem desafios significativos. O estudo de caso realizado na loja Planeta Mix revelou que, embora haja um esforço individual por parte do gestor para controlar os estoques, a ausência de estratégias estruturadas e de práticas sistemáticas compromete a eficiência operacional da empresa.

O exame das práticas adotadas por grandes varejistas nacionais e internacionais evidenciou um padrão de gestão baseado em tecnologia, integração de canais de venda, previsão de demanda e controle rotineiro de inventário. Ainda que tais recursos não estejam plenamente acessíveis a empresas de pequeno porte, é possível adaptar várias dessas práticas à realidade local, promovendo melhorias relevantes na gestão de estoques.

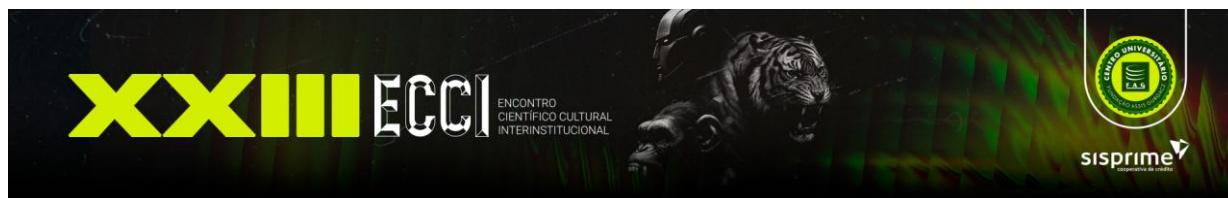
Entre as estratégias que podem ser incorporadas pelas empresas varejistas de menor porte, destacam-se: o uso de planilhas ou sistemas simples de ERP que possibilitem o controle de entradas e saídas; a adoção da curva ABC para identificar os produtos mais relevantes no faturamento; a implementação de inventários rotativos para garantir a acuracidade dos dados; o estabelecimento de estoques mínimos e de segurança com base no histórico de vendas e sazonalidade; a busca por parcerias logísticas regionais para otimizar o reabastecimento; o uso de redes sociais para antecipar tendências e alavancar vendas; e a capacitação da equipe interna, especialmente nas áreas de atendimento e estoque.

Conclui-se, portanto, que o aperfeiçoamento da gestão de estoque nas pequenas empresas não requer, necessariamente, grandes investimentos, mas sim organização, disciplina e o uso inteligente de ferramentas acessíveis. A adaptação de estratégias consagradas por grandes marcas pode proporcionar um importante diferencial competitivo para os pequenos varejistas, contribuindo para a sustentabilidade dos negócios e o aumento da satisfação dos consumidores.

REFERÊNCIAS

ADILSON, Luiz da Silva; REICHENBACH, Carla; KARPINSKI, Cleber Airton. **Auditoria no setor de estoque: um estudo de caso em uma empresa comercial**. Rio Grande do Sul, 2010. Disponível em: https://www.getulio.ideal.com.br/wp-content/files_mf/77e26d9af907d357339de28f299b433782_1.pdf Acesso em: 29 out. 2024

CAXITO, Fabiano. **Logística: um enfoque prático**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.



CHRISTOPHER, Martin. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimentos**. São Paulo: Cengage, 2018.

GOMES, Ana Carolina. **O que é estoque?** Como funciona e como gerenciar. 2023. Disponível em: <https://blog.softensistemas.com.br/o-que-e-estoque-como-funciona-e-como-gerenciar/#:~:text=O%20termo%20estoque%20refere%2Dse,sua%20produ%C3%A7%C3%A3o%20ou%20venda%20final>. Acesso em: 29 out. 2024

FRANCISCHINI Paulo G.; GURGEL Floriano do Amaral. **Administração de Materiais e do Patrimônio**. São Paulo: Thompson/Pioneira, 2004.

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

HERINGER, Eudiman. **Logística empresarial**. Introdução: distribuição física. 2024. Acesso em: 25 out. 2024

REAIS, Priscila Remzetti Regis. **Logística empresarial como estratégia competitiva**: Caso do centro de distribuição da AMBEV. Florianópolis, 2004. Disponível em: <http://tcc.bu.ufsc.br/Contabeis295557.pdf>. Acesso em: 29 out. 2024

REZENDE, Juliana Pinheiro. **Gestão de estoque**: um estudo de caso em uma empresa de materiais de construção-Rezende. Brasília, 2008. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/8990/1/20600480.pdf> Acesso em: 29 out. 2024

RODRIGUES, Geraldina. **Um estudo sobre as práticas da gestão estoque**. Análise de caso da loja de materiais para construção dicico. Caraguatatuba, 2016. Disponível em: <https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/wp-content/uploads/2016/09/6-GERALDINA-RODRIGUES-TCC-FINAL.pdf> Acesso em: 29 out. 2024

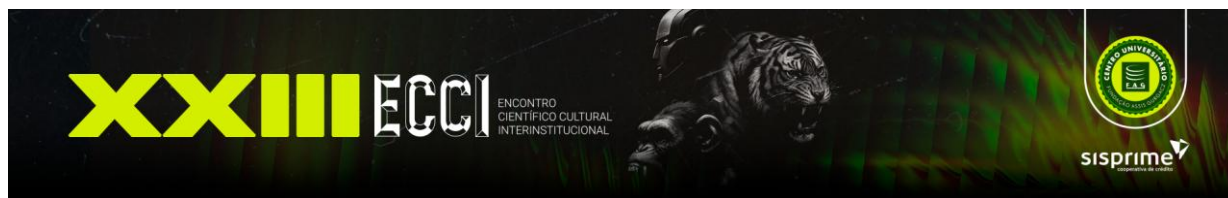
SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. **Administração da Produção**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007 Acesso em: 30 out. 2024

TOTVS. **Historia da logística**: da rota seta até a integração global dos processos digitais. <https://www.totvs.com/blog/gestao-logistica/historia-da-logistica/#:~:text=A%20log%C3%ADstica%20remonta%20h%C3%A1%20tempos,de%20estradas%2C%20impulsionando%20o%20com%C3%A9rcio>. Acesso em: 24 out. 2024

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do Trabalho Científico**. Um Enfoque Didático da Produção Científica. São Paulo: Editora E.P.U., 2001.

SUPPLY CHAIN DIGITAL. Nike: an omnichannel inventory management cautionary tale. Disponível em: <https://supplychaindigital.com/digital-supply-chain/nike-an-omnichannel-inventory-management-cautionary-tale>. Acesso em: 20 maio 2025.

NY POST. Adidas posts first profit loss in 30 years as it sells off Yeezy inventory. Disponível em: <https://nypost.com/2024/03/13/adidas-posts-first-profit-loss-in-30-years-as-it-sells-off-yeezy->



inventory/. Acesso em: 20 maio 2025.

PROCUREMENT MAG. Puma's Forever Better sourcing strategy. Disponível em: <https://procurementmag.com/articles/pumas-forever-better-sourcing-strategy>. Acesso em: 20 maio 2025.

SUPPLY CHAIN DIVE. VF works to lock in inventory early as supply chain issues linger. Disponível em: <https://www.supplychaindive.com/news/vf-timberland-vans-sourcing-tiers-supplier-mapping/593705/>. Acesso em: 20 maio 2025.

AREZZO&CO. Relações com investidores. Disponível em: <https://ri.arezzoco.com.br/>. Acesso em: 20 maio 2025.

GRUPO PAQUETÁ. Sustentabilidade e inovação. Disponível em: <https://www.paqueta.com.br/>. Acesso em: 20 maio 2025.

STUDIO Z. Quem somos. Disponível em: <https://www.stz.com.br/>. Acesso em: 20 maio 2025.

DI SANTINNI. Sobre a empresa. Disponível em: <https://www.disantinni.com.br/>. Acesso em: 20 maio 2025.