

A GESTÃO DE ESTOQUE E SUA RELAÇÃO COM OS REPRESENTANTES DE VENDAS NUMA INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO DE ROUPAS

Linha de pesquisa: estudo de caso

Matheus Alves do Amaral Brito¹
Ovídio Alberto R. Laraich²

RESUMO

O estudo aborda a relação entre o gerenciamento de estoque e os representantes na empresa Sallo Confecção de Roupas e Comércio. A escolha do tema se deu por conta da importância do controle de estoque para garantir a quantidade certa de produtos no momento e local adequados, atendendo à demanda do mercado. A empresa foi escolhida por ser conhecida pelo autor e de fácil acesso para a coleta de dados. Os representantes desempenham um papel crucial nesse processo, pois precisam de informações precisas sobre a disponibilidade de produtos em estoque para realizar suas vendas de maneira eficiente. Por sua vez, o controle de estoque depende da atuação dos representantes, que fornecem informações sobre demanda, sazonalidade, preferências dos clientes e tendências de mercado, auxiliando na reposição adequada de produtos e evitando problemas como falta ou excesso de mercadorias. A metodologia da pesquisa utilizou de consulta bibliográfica, pesquisa de campo, método quantitativo e qualitativo. Os dados, levantados com a aplicação de questionário com questões objetivas, são apresentados em forma de gráficos com seus respectivos comentários. A pesquisa conclui que o sucesso da empresa depende diretamente de uma relação estreita entre os representantes de vendas e o controle de estoque, uma vez que ele é essencial para o sucesso do negócio.

Palavras chave: relacionamento, gerenciamento de estoque, representantes de vendas.

ABSTRACT

This study looks at the relationship between stock management and representatives in the company Sallo Confecção de Roupas e Comércio. The topic was chosen because of the importance of stock control to guarantee the right quantity of products at the right time and place, meeting market demand. The company was chosen because it was known to the author and was easily accessible for data collection. Representatives play a crucial role in this process, as they need accurate information on the availability of products in stock in order to make their sales efficiently. In turn, stock control depends on the work of the representatives, who provide information on demand, seasonality, customer preferences and market trends, helping to ensure that products are adequately replenished and avoiding problems such as a shortage or excess of goods. The research methodology used bibliographic consultation, field research, quantitative and qualitative methods. The data, collected by applying a questionnaire with objective questions, is presented in the form of graphs with their respective comments. The research concludes that the company's success depends directly on a close relationship

1 Acadêmico do Curso de Administração da Pontifícia Universidade Católica de Goiás – matheus.abrito@hotmail.com

2 Mestre em Engenharia de Produção com ênfase em Planejamento Estratégico (UFSC) Professor Efetivo do Curso de Administração PUC Goiás – laraich@yahoo.com.br

between sales representatives and stock control, since it is essential to the success of the business.

Keywords: relationship, stock management, sales representatives.

INTRODUÇÃO

O estudo apresentado neste trabalho aborda o relacionamento entre o gerenciamento de estoque e os representantes da marca, além dos problemas decorrentes da falta desse controle em uma indústria de confecção de roupas. Ademais, busca-se compreender aspectos logísticos e estruturais que afetam a empresa, tais como dificuldades no controle de vendas, produção excessiva de itens já disponíveis no mercado, alto volume de estoque e aquisição de matéria-prima desnecessária.

Os enunciados acima justificam a realização da pesquisa, em concordância com a proposição de Ballou (2006), que afirma que o controle de estoque é fundamental para garantir que a empresa tenha a quantidade certa de produtos em estoque, no momento certo e no local adequado, para atender à demanda do mercado, além do que, um gerenciamento eficiente do estoque auxilia a empresa a reduzir custos, minimizar perdas e aumentar a satisfação do cliente. Como os representantes têm a função de vender os produtos da empresa, eles precisam ter acesso a informações precisas sobre a disponibilidade de produtos em estoque para realizar suas vendas de maneira eficiente. Portanto, é de extrema importância saber quais são as consequências que a falta de um controle de estoque pode repercutir negativamente dentro de uma indústria de confecção de roupas. Os principais objetivos do planejamento e controle de estoque são a redução dos custos, melhoria na gestão de vendas e compras, além do aumento da eficiência operacional. Como salienta (WANKE, 2003), o controle de estoque é muito importante para o sucesso de uma empresa, pois permite que ela tenha uma visão clara sobre os seus níveis de estoque, evitando problemas como falta ou excesso de mercadorias.

A marca SALLO nasceu em 1996 em Goiânia, fundada por um casal com espírito empreendedor, Marcos Antônio Alves da Silva e Maria Fernanda Bessa Mattos. A marca já conquistou o Brasil inteiro, contando com os representantes, que hoje são o principal canal de vendas e ganham comissão sobre todos os produtos vendidos. Com isso, é possível ter noção do valor que os representantes têm para a marca, como eles são o maior canal de venda, precisam saber quais produtos estão disponíveis para venda, quais estão em falta e quais precisam ser repostos no estoque, relação essa que é uma via de mão dupla, uma vez que o controle de estoque também necessita da atuação dos representantes de vendas, visto que as informações coletadas por eles no campo são importantes para a previsão de demanda e para a reposição de produtos em estoque, na medida que podem fornecer informações sobre a sazonalidade da demanda, sobre as preferências dos clientes e sobre as tendências do mercado, ajudando a empresa a manter o nível adequado de estoque e evitar problemas como excesso ou falta de produtos.

Portanto, a pergunta-chave que norteia este trabalho é: Como é a relação dos representantes de vendas com a gestão do estoque?

O objetivo geral do trabalho é investigar como é a relação entre o controle de estoque e os representantes da marca. Além disso, os objetivos específicos são: levantar o fluxo de

informações, decisões e controles entre a gestão do estoque e os representantes de vendas; identificar o relacionamento com outras áreas da empresa como produção, compra de matéria-prima e vendas e como afetam os representantes; verificar quais são as necessidades dos representantes de vendas que dependem da gestão do estoque e identificar as informações que os representantes de vendas possuem e que podem contribuir para a gestão do estoque.

A realização do estudo em questão proporcionou uma valiosa contribuição tanto para os profissionais da área quanto para academia, uma vez que possibilitou a aplicação prática de grande parte do conhecimento adquirido ao longo dos quatro anos de curso, integrando experiência profissional e acadêmica. Além disso, ofereceu uma visão ampla da empresa em que o autor está inserido. Como proposta acadêmica, acredita-se que essa exposição apresentada neste estudo oferece uma nova perspectiva e um exemplo prático do que é ensinado aos estudantes, ampliando as discussões na área.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Administração

De acordo com Chiavenato (2004, p. 13), “a administração não é um fim em si mesma, mas um meio de fazer com que as coisas sejam realizadas da melhor forma, com o menor custo e com a maior eficiência e eficácia.” Logo, é possível relacionar a gestão de estoque com a administração, e essa gestão deve ser gerida por um gestor de estoques que possua as três habilidades citadas por Katz (2008), para o desempenho administrativo bem-sucedido: as habilidades técnicas, humanas e conceituais, como são ilustradas na Figura 1.

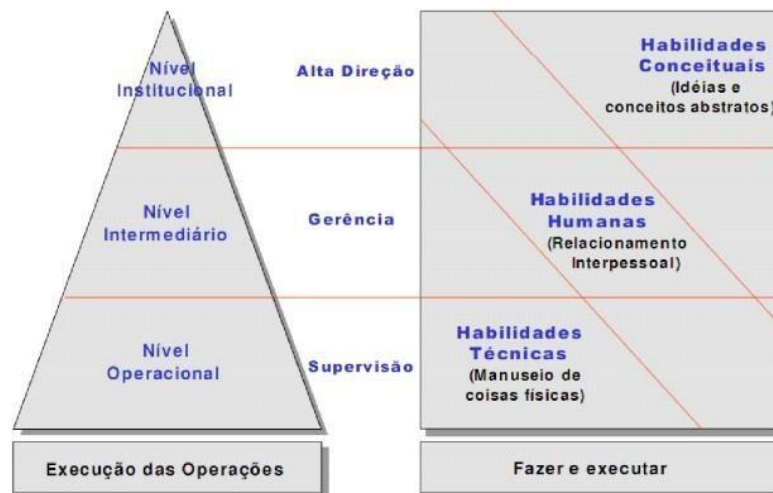


Fig. 1 As três habilidades do administrador.

Fonte: Chiavenato (2004, p.4)

Com base nesses conceitos da teoria da administração, é possível compreender que a administração e a gestão de estoques estão intimamente relacionadas e devem ser gerenciadas de forma integrada para garantir o sucesso da empresa. Isso se deve ao fato de que a administração é um meio para a gestão de estoque alcançar maior eficiência e eficácia. Para que isso aconteça, é necessário que o gestor possua as habilidades importantes para um

administrador. Além disso, a empresa também deve fazer a seleção de seus representantes de vendas, levando em consideração essas habilidades, uma vez que eles são profissionais que trabalham em contato direto com os clientes da empresa, sendo responsáveis por apresentar os produtos, negociar preços, realizar vendas e gerar novos negócios, portanto se eles também possuírem essas habilidades facilita o trabalho em conjunto com o gestor de estoque a fim de potencializar as vendas.

Administração da Produção e Operação

Conforme aponta Moreira (2008, p.1),

A Administração da Produção e Operações diz respeito àquelas atividades orientadas para a produção de um bem físico ou à prestação de um serviço. Neste sentido, a palavra 'produção' liga-se mais de perto às atividades industriais, enquanto a palavra 'operações' se refere às atividades desenvolvidas em empresas de serviços.

Para entender o que é a gestão de estoque e qual é sua importância para uma confecção de roupas, primeiramente é preciso saber o que é estoque. De acordo com Slack (2018, p. 630), "estoque é o termo que usamos para descrever a acumulação de materiais, clientes ou informações à medida que fluem através de processos ou redes". Existem diversos motivos para evitar o acúmulo de estoque sempre que possível, envolvendo custo, espaço, qualidade e questões operacionais. Entretanto, uma confecção de roupas precisa ter estoque a fim de atender às demandas dos clientes de seus representantes de forma rápida e eficiente. Caso a empresa não possua estoque suficiente, pode levar muito tempo para a produção e entrega da peça, gerando a possibilidade de o cliente procurar outra empresa. Além disso, o estoque pode servir como uma medida de segurança em caso de uma interrupção inesperada na cadeia de suprimentos ou atrasos na produção. Portanto, é fundamental que a empresa gerencie seu estoque de forma eficiente, evitando o excesso de estoque, que resulta em custos desnecessários e impacta diretamente no retorno sobre o ativo, como é ilustrado na Figura 2.

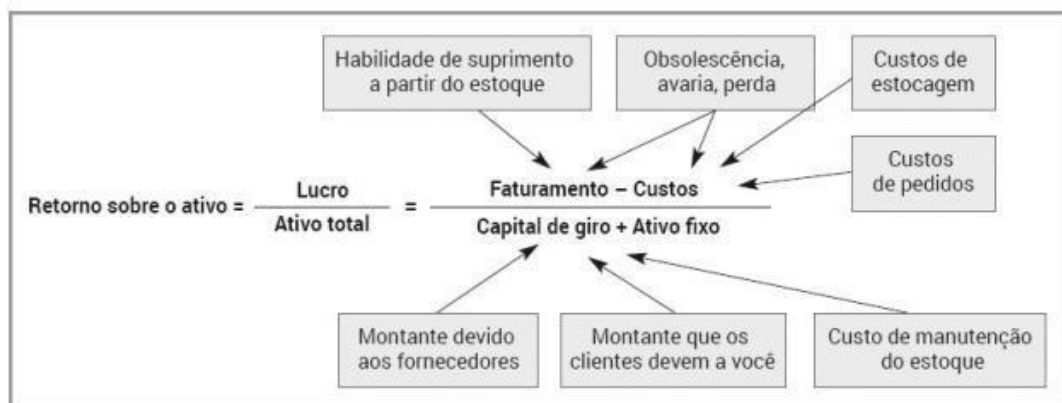


Figura 2. Como calcular o retorno sobre o ativo Fonte: Slack (2018, p.639)

Custos de Estoque

Embora os estoques possam oferecer benefícios, é importante considerar os custos associados a eles ao definir um nível efetivo de estoque. Segundo Chase (2006), "o investimento em estoque não é o único custo associado ao gerenciamento de estoques, embora possa ser o mais visível." Os custos envolvidos na manutenção de estoques incluem despesas com instalações

de armazenagem, manuseio, seguro, prevenção de furtos, reparos, obsolescência, depreciação, impostos e o custo de oportunidade do capital. É claro que altos custos de manutenção favorecem níveis baixos de estoque e a necessidade de reabastecimento frequente. Dessa forma, em uma confecção de roupas, é essencial manter um equilíbrio entre a quantidade de estoque mantido e os custos associados a ele. Embora um nível adequado de estoque possa ajudar a atender à demanda do mercado e garantir a satisfação do cliente, uma avaliação cuidadosa dos custos envolvidos é crucial ao estabelecer um nível efetivo de estoque que atenda às necessidades da confecção de roupas e, ao mesmo tempo, minimize os custos associados à sua manutenção.

Sistemas de Planejamento e Controle

De acordo com Chiavenato (2014, p. 269),

O planejamento é a função administrativa que determina antecipadamente o que se deve fazer e quais objetivos devem ser alcançados. O controle é a função que mede e corrobora o desempenho real com os padrões planejados, a fim de identificar eventuais desvios e tomar ações corretivas para garantir que os objetivos sejam alcançados.

Dessa forma, pode-se definir os sistemas de planejamento e controle como mecanismos de processamento de informações, suporte à decisão e execução que auxiliam o planejamento e o controle das operações. A realização desse planejamento torna-se imprescindível em relação à gestão de estoque, uma vez que, por meio dele, a empresa é capaz de planejar a produção, determinando quando, quanto, onde e em qual ordem produzir, além de verificar se tudo está ocorrendo conforme o planejado, em alinhamento com os representantes de vendas, a fim de evitar o excesso de estoque.

Just In Time (JIT)

Conforme salientado por Ohno (1988, p.2), "Just-in-time significa que, em um processo de fluxo, as partes corretas necessárias para a montagem alcançam a linha de montagem quando são necessárias e somente na quantidade necessária". Embora seja um conceito desenvolvido na década de 1950, a ideia central ainda é pertinente atualmente como uma abordagem de produção que busca a fabricação de produtos somente quando necessário, evitando o acúmulo de estoques e reduzindo o desperdício. No mercado de confecção de roupas, o JIT é extremamente importante, visto que é um setor altamente competitivo e os prazos de entrega são cruciais para a satisfação dos clientes. Além disso, com a implementação do JIT, a empresa pode produzir apenas as quantidades necessárias de cada peça, evitando assim estoques excessivos, que neste ramo enfrenta um sério problema de obsolescência, que ocorre quando as peças de roupas ficam muito tempo em estoque e se tornam obsoletas ou até mesmo fora de moda, gerando a liquidação do estoque. Portanto, a figura do representante de vendas desempenha um papel fundamental, pois, em função de seu contato direto com os clientes, ele deve coletar informações sobre as demandas e necessidades de seus clientes, e com essas informações em mãos, a empresa pode ajustar a produção, evitando o excesso de estoque.

Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais

Administração de Recursos Materiais e Patrimoniais é uma área da administração que tem

como principal objetivo gerenciar e otimizar o uso dos recursos físicos de uma organização, incluindo materiais, equipamentos, instalações e patrimônio. Conforme Martins e Alt (2009, p.18), ver Figura 3.

A administração dos recursos materiais engloba a sequência de operações que tem seu início na identificação do fornecedor, na compra do bem, em seu recebimento, transporte interno e seu acondicionamento, em seu transporte durante o processo produtivo, em sua armazenagem como produto acabado e, finalmente, em sua distribuição.

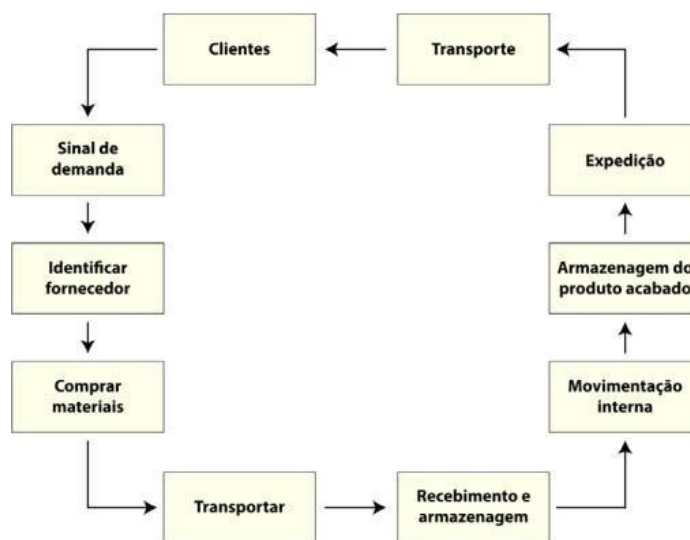


Figura 3 Ciclo da Administração de Materiais
Fonte: Martins, (2009, p.19)

Segundo a administração de recursos materiais e patrimoniais, o estoque deve funcionar como elemento regulador do fluxo de materiais da empresa (PROVIN; SELLITTO, 2011). Logo, o estoque deve ser gerenciado de forma a garantir que haja sempre um equilíbrio entre a quantidade de materiais necessários para a produção e o estoque disponível, permitindo que a empresa evite interrupções na produção devido a falta de matérias, entretanto, para que isso ocorra é necessário que diversas áreas da empresa estejam em completa sintonia com os representantes de vendas, como o departamento de compras, financeiro, produção e expedição. Deste modo, a administração de estoque deverá conciliar da melhor maneira os objetivos dos departamentos citados com os representantes, sem prejudicar a operacionalidade da empresa, assim como a definição da política de estoques.

Curva ABC

Segundo Slack, Chambers e Johnston (2009, p. 635),

A curva ABC é uma ferramenta de análise que permite identificar os itens, clientes ou atividades mais importantes e focar os esforços de gestão sobre eles. A regra geral indica que 20% dos itens, clientes ou atividades são responsáveis por 80% dos

resultados, enquanto os outros 80% são responsáveis apenas por 20%.

Essa ferramenta é usada para determinar como um estoque deve ser gerenciado, com base no princípio de que nem todos os itens de estoque são igualmente importantes para o desempenho da empresa. No entanto, a empresa também pode aplicar esse conceito aos seus representantes de vendas, que, por sua vez, podem utilizá-lo com seus clientes. Dessa forma, o cliente A pode ser responsável por 80% do faturamento, enquanto o cliente B pode comprar valores menores ou com menos frequência, mas ainda assim ser responsável por 15% do faturamento. Já o cliente C é composto por aqueles que compram com baixa frequência e são responsáveis por apenas 5% do faturamento.

Indicadores de Estoque

A gestão de estoques é composta por um conjunto de práticas que permitem ao gestor verificar se os estoques da empresa estão sendo adequadamente gerenciados e manipulados. Com o auxílio de indicadores, o gestor pode avaliar os resultados e implementar as medidas necessárias. Por ser uma atividade que envolve todo o fluxo de materiais, desde a aquisição até o consumo, a gestão de estoques tem grande importância de monitorar e controlar continuamente os estoques, utilizando indicadores e ferramentas de gestão, a fim de identificar oportunidades de melhoria e minimizar riscos e custos desnecessários, como é enfatizado por Martins e Laugeni (2016, p. 261),

A gestão de estoques envolve a administração do fluxo de materiais, desde a aquisição até o consumo, com o objetivo de garantir o fornecimento adequado de produtos ou serviços aos clientes, ao mesmo tempo em que se minimiza o custo total dos estoques. Para isso, é necessário monitorar e controlar continuamente os estoques, utilizando indicadores e ferramentas de gestão, a fim de identificar oportunidades de melhoria e minimizar riscos e custos desnecessários.

Inventário Físico

O inventário físico trata da consolidação da quantidade física dos materiais estocados com a quantidade registrada no sistema, onde podem ocorrer diferenças entre o estoque físico e o registrado no sistema. Nessas situações, é necessário fazer ajustes durante a verificação. Segundo Martins e Alt (2009, p. 238), o inventário físico é aplicado em dois modos, o periódico e o rotativo.

Inventário periódico: a contagem física de estoques ocorre em períodos específicos determinados pela empresa, durante os quais todos os itens são contados. Como essa contagem requer que cada item seja verificado, é necessária uma equipe maior de pessoas para executá-la. Essa equipe é considerada uma força-tarefa, já que o objetivo é concluir a contagem no menor tempo possível.

Inventário rotativo: Esse tipo de inventário ocorre quando a empresa escolhe permanentemente alguns itens específicos para serem contados. Para garantir que todos esses itens sejam contados durante o período determinado, é feito um cronograma de contagem. Essa política requer um número fixo de pessoas exclusivamente dedicadas à contagem em tempo integral durante todo o ano.

Para que os inventários sejam realizados de forma mais rápida e eficaz faz-se necessário um alto giro de estoque, assim os volumes de estoque estariam baixos conferindo maior eficácia ao processo.

Giro de Estoque

Um dos indicadores mais importantes para um bom controle dos estoques, define quais itens são mais utilizados, é utilizado para mostrar quantas vezes o estoque girou em um determinado tempo, e é calculado pelo total de vendas no período dividido pelo volume médio de estoque neste mesmo período. Para Ballou (2009, p. 54), “O giro de estoques é o resultado da divisão das vendas anuais ao custo de estoque pelo investimento médio em estoque, levando-se em conta o mesmo período das vendas”. Ele tem como função fornecer ao gestor de estoques qual peça tem maior consumo no almoxarifado, a falta destas peças gera problemas para organização, desta forma devem ser muito bem controlados.

Estoque Médio

De acordo com Ballou (2006) determina-se o estoque médio como a quantidade média de itens do estoque em um período. Dias (2010) complementa ressaltando que o estoque médio é definido como o nível de estoque em torno dos procedimentos de consumo e compras e é calculado pela divisão do consumo total no período pelo estoque médio do período.

METODOLOGIA

A utilização da metodologia científica é fundamental no desenvolvimento de trabalhos acadêmicos, pois permite ao pesquisador conduzir o estudo de maneira sistemática e rigorosa, garantindo assim a confiabilidade dos resultados obtidos e a validade das conclusões alcançadas. Ao seguir as etapas da metodologia científica, desde a formulação do problema até a análise dos resultados, o pesquisador tem a oportunidade de buscar respostas para questões que possam contribuir para a evolução da ciência e para a solução de problemas concretos na sociedade.

De acordo com Bunge (2002), a metodologia científica pode ser entendida como o conjunto de procedimentos e técnicas que devem ser seguidos para que uma pesquisa seja conduzida de forma adequada e confiável. Segundo o autor, a metodologia científica é composta por três grandes áreas: a epistemologia, que estuda os fundamentos do conhecimento científico; a lógica, que se dedica ao estudo dos processos de inferência e de argumentação; e a metodologia empírica, que trata das técnicas de coleta, análise e interpretação de dados.

Método quantitativo e qualitativo

Foi realizada uma abordagem metodológica mista a fim de atingir os objetivos da pesquisa. A coleta de dados foi conduzida quantitativamente para quantificar as opiniões dos representantes de vendas em relação ao controle de estoque, utilizando-se da análise estatística para a interpretação dos resultados. Além disso, foi realizada uma abordagem qualitativa, na qual foi possível estabelecer uma relação entre o questionário e a realidade da empresa, permitindo entender não somente o nível geral de satisfação, mas também aspectos subjetivos como a qualidade do relacionamento entre os representantes e os funcionários da fábrica.

Amostra

A amostra utilizada no trabalho não foi feita de maneira aleatória, uma vez que a escolha das pessoas para responder o questionário da pesquisa foi realizada pelo pesquisador e não por um processo aleatório ou probabilístico. Para Hair (2021, p.184), "A amostragem aleatória é importante porque garante que cada membro da população tenha a mesma probabilidade de

ser selecionado para participar da pesquisa, o que aumenta a representatividade e a validade dos resultados obtidos."

Universo

O universo de uma pesquisa é composto pelo conjunto total de elementos, no caso o público-alvo e a amostra quantas pessoas participam dele. Para Malhotra (2012), o universo de uma pesquisa é composto pelo conjunto total de elementos que compartilham uma ou mais características em comum. Neste estudo, o universo da pesquisa é composto 85 representantes de vendas da empresa Sallo Confecção e Comércio de Roupas, e a amostra é o grupo de 79 representantes de vendas selecionados aleatoriamente para participar da pesquisa. Levando em conta uma margem de erro de 90% o erro amostral da pesquisa é de 2%.

Pesquisa de campo

A pesquisa de campo foi utilizada neste trabalho, visto que o propósito dele é entender o relacionamento dos representantes de vendas com o controle do estoque. Segundo Cooper & Schindler (2016), a realização de uma pesquisa de campo é uma estratégia de pesquisa que envolve a coleta de dados diretamente do ambiente natural onde ocorrem os eventos ou fenômenos. Esta pesquisa é um estudo de caso porque é realizado numa única empresa.

Pesquisa bibliográfica

A gestão de estoque é um tema crucial para indústrias de confecção de roupas, e sua relação com os representantes de vendas pode ser determinante para o sucesso do negócio. Para fundamentar a pesquisa, foram consultadas obras de autores renomados em administração, que ofereceram teorias e desenvolvimentos relevantes. Para Gil (2002): "A pesquisa bibliográfica consiste na busca e análise de informações e conhecimentos já existentes em fontes bibliográficas como livros, artigos científicos, dissertações, teses, relatórios técnicos e outras publicações. "

Pesquisa documental

A pesquisa documental é um método que utiliza fontes de informação secundárias para compreender fenômenos históricos e sociais. Segundo Martins e Alt (2009, pg. 14), "as fontes documentais são uma das bases mais importantes do conhecimento histórico e sociológico, oferecendo informações relevantes e precisas para a pesquisa". Ao analisar documentos como livros, artigos, relatórios e arquivos, o pesquisador tem acesso a uma ampla gama de informações que podem ajudar a esclarecer questões complexas que envolvem diversas disciplinas.

Levantamento de dados e instrumentos a serem utilizados

Os dados utilizados na análise foram coletados por meio de um questionário contendo perguntas objetivas e de múltipla escolha, criado na plataforma Google Forms e compartilhado com os representantes de vendas por meio de um grupo no aplicativo de mensagens WhatsApp. O objetivo da pesquisa é fornecer informações mais detalhadas sobre o tópico principal em questão. De acordo com Gil, (2017, pg. 48) "O processo de levantamento de dados deve ser entendido como um dos momentos mais importantes da pesquisa, pois é a partir dele que se obtém a base empírica para a análise e conclusões da pesquisa."

Pesquisa quantitativa

A pesquisa quantitativa busca fornecer informações em termos numéricos, permitindo que um problema seja quantificado e suas dimensões compreendidas. Para Gil (1999, pg. 24), essa abordagem "consiste essencialmente na quantificação dos dados, possibilitando a transformação dos mesmos em números para serem analisados estatisticamente". No presente estudo, os dados coletados foram classificados com base em sua intensidade e apresentados em formato quantitativo, permitindo uma análise estatística para avaliar as generalizações.

Pesquisa qualitativa

A pesquisa qualitativa busca compreender o comportamento do pesquisado e pode ser realizada de diversas maneiras, buscando respostas mais abrangentes. Segundo Lakatos e Marconi (2001), a pesquisa qualitativa enfatiza a interpretação e compreensão dos fenômenos sociais, bem como a compreensão das experiências e perspectivas dos sujeitos envolvidos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados levantados foram levantados através do questionário aplicado a 79 representantes de vendas da empresa Sallo e, a seguir, são apresentados com gráficos, análises e interpretações.

Importância da gestão de estoque

O primeiro passo do questionário foi entender qual grau de importância que os representantes dão à gestão de estoque para o bom desempenho do trabalho deles. Conforme mostrado na figura 1, dos 79 representantes, 5 (6,32%) responderam que não é importante, 12 (15,18%) responderam que é pouco importante, 30 (37,97%) responderam que é moderadamente importante e 32 (40,50%) responderam que é muito importante.

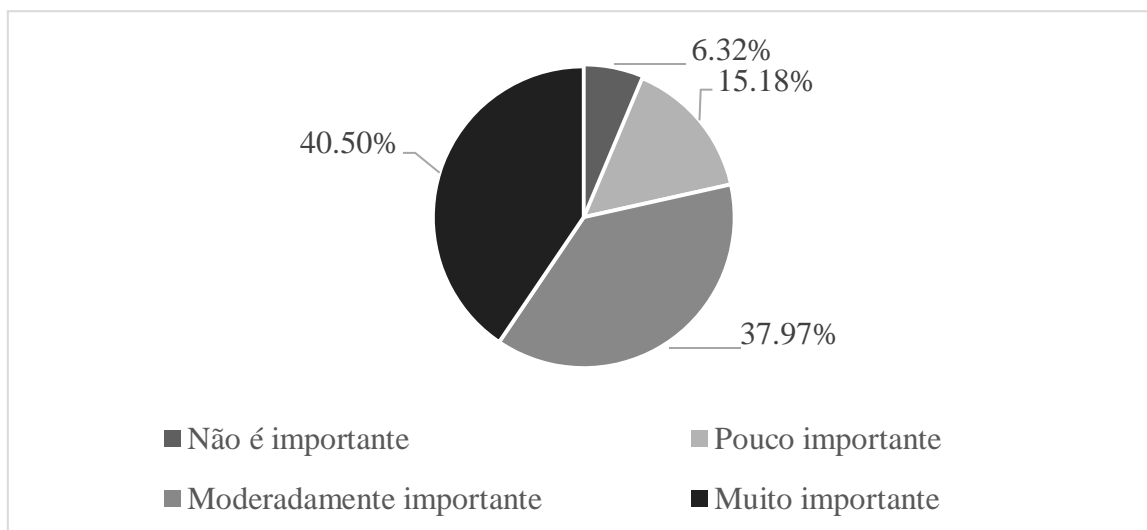


Fig 1: Importância da gestão de estoque
Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Disponibilidade dos produtos

O segundo passo do questionário foi identificar se os produtos estavam disponíveis no momento que o representante precisa, com a pergunta "os produtos solicitados estão

disponíveis no estoque com qual frequência?". Conforme mostrado na figura 2, 15 (18,99%) dos representantes responderam sempre, 30 (37,97%) responderam às vezes, 22 (27,85%) responderam poucas vezes e 12 (15,19%) responderam raramente.

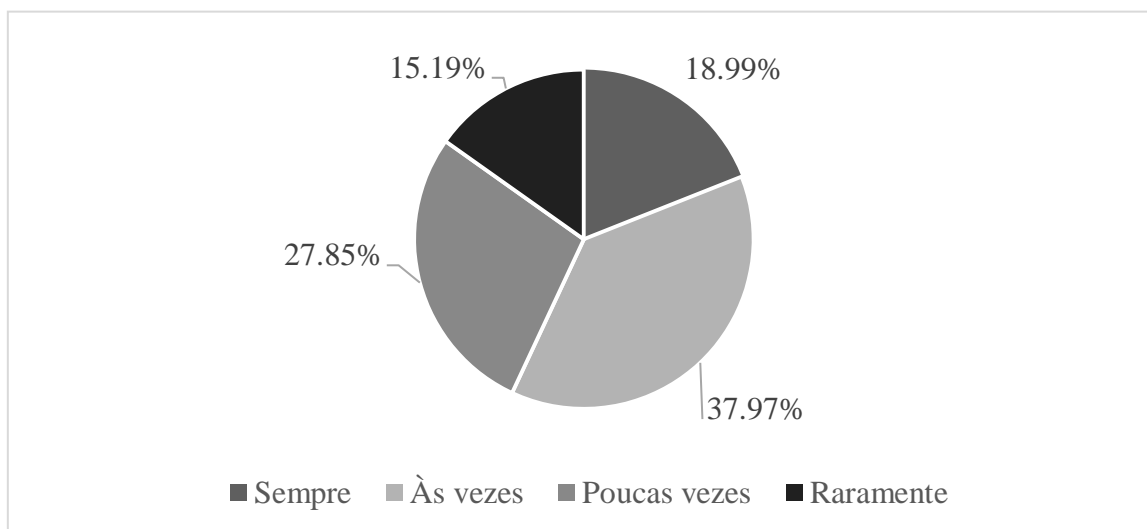


Fig 2: Disponibilidade dos produtos
Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Consequências da falta de estoque

O terceiro passo do questionário foi identificar se os representantes de vendas são afetados pelos problemas relacionados ao estoque. Conforme mostrado na figura 3, 18 (22,78%) representantes responderam frequentemente, 32 (40,51%) responderam às vezes, 21 (26,58%) responderam raramente e 8 (10,13%) responderam nunca.

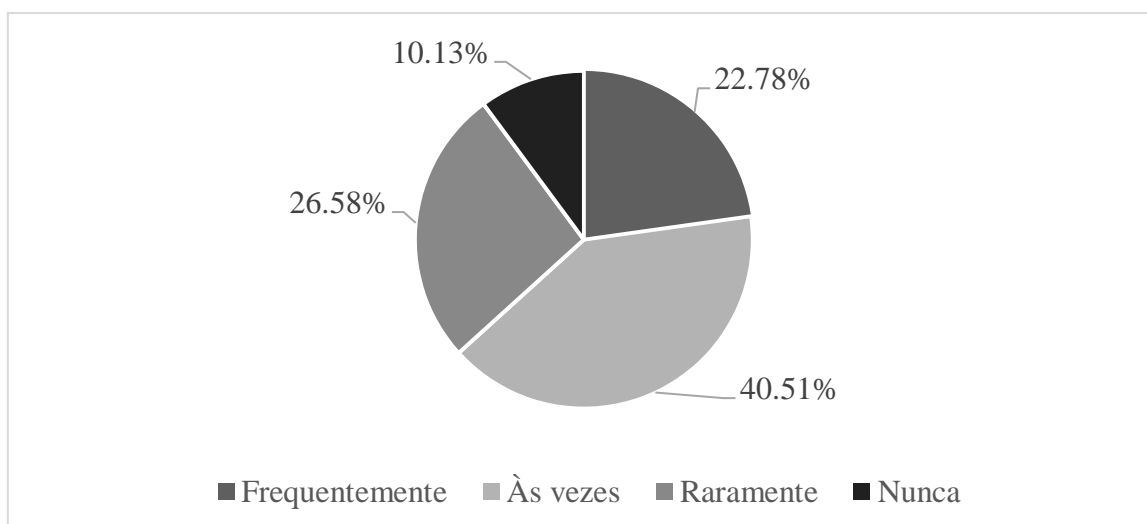


Fig 3: Consequências da falta de estoque
Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Relação entre a gestão de estoque e os representantes

O quarto passo foi identificar qual a relação entre a gestão de estoque e os representantes

de venda. Conforme mostra a figura 4, dos 79 representantes, 5 (6,33%) responderam que os representantes de vendas não têm relação com a gestão de estoque, 15 (18,99%) responderam que têm pouca influência, 52 (65,22%) responderam que têm razoável influência na gestão de estoque, fornecendo informações sobre a demanda dos clientes e 7 (8,86%) responderam que não têm influência na gestão de estoque.

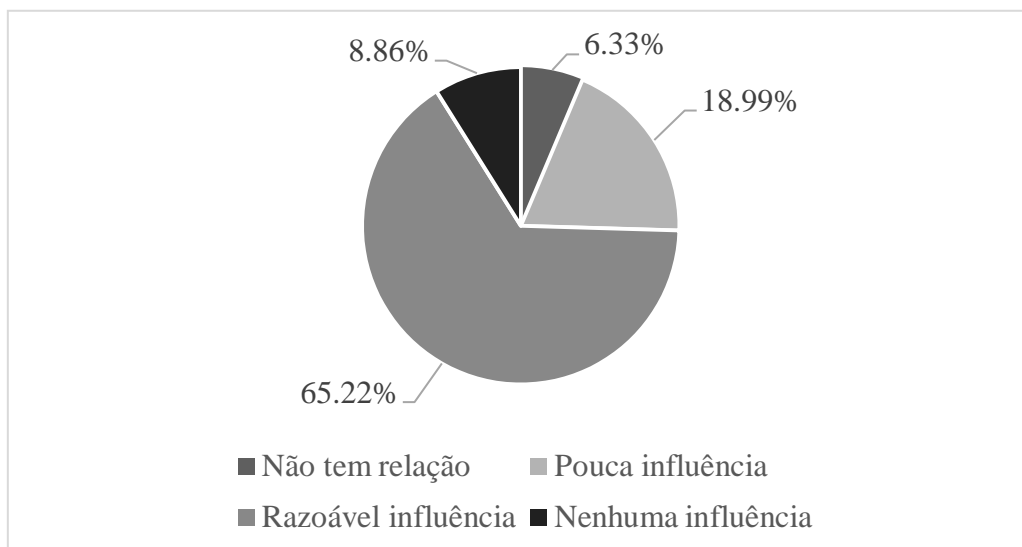


Fig 4: Relação entre a gestão de estoque e os representantes
Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Comunicação com a equipe de gestão de estoque

O quinto passo foi identificar a frequência com que os representantes de vendas se comunicam com a equipe de gestão de estoque. Conforme é mostrado na figura 5, identificou-se que 3 representantes (3,80%) nunca se comunicaram, 12 (15,19%) se comunicam diariamente, 46 (58,22%) semanalmente e 18 (22,78%) se comunicam mensalmente.

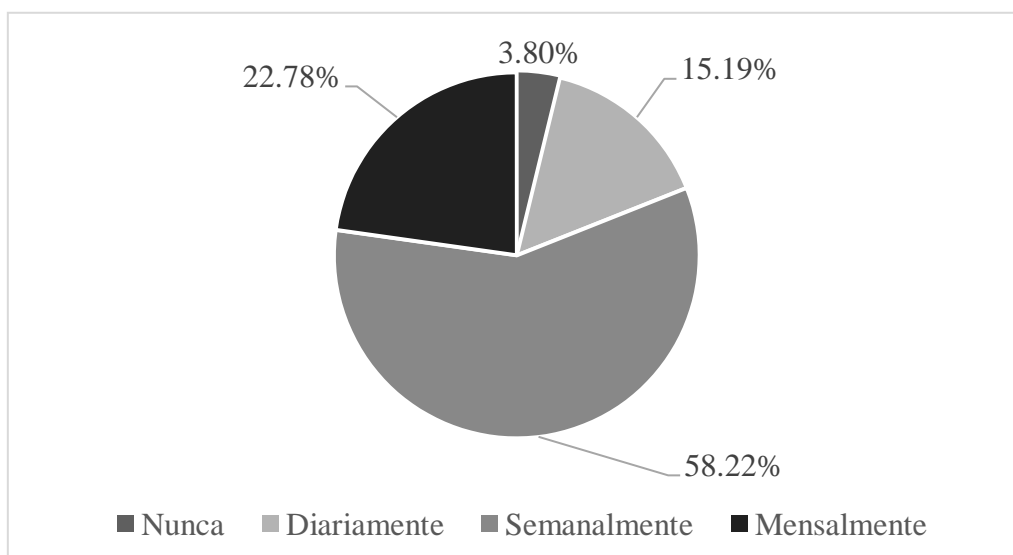


Fig 5: Comunicação com a equipe de gestão de estoque
Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Qualidade da comunicação

O sexto passo foi identificar qual a qualidade da comunicação com a equipe de gestão

de estoque. Conforme é mostrado na figura 6, 15 pessoas (18,99%) escolheram a opção excelente, 38 pessoas (40,10%) escolheram a opção boa, 16 pessoas (20,25%) escolheram a opção regular, 6 pessoa (7,59%) escolheram a opção ruim e 4 (5,06%) excolheram a opção péssima.

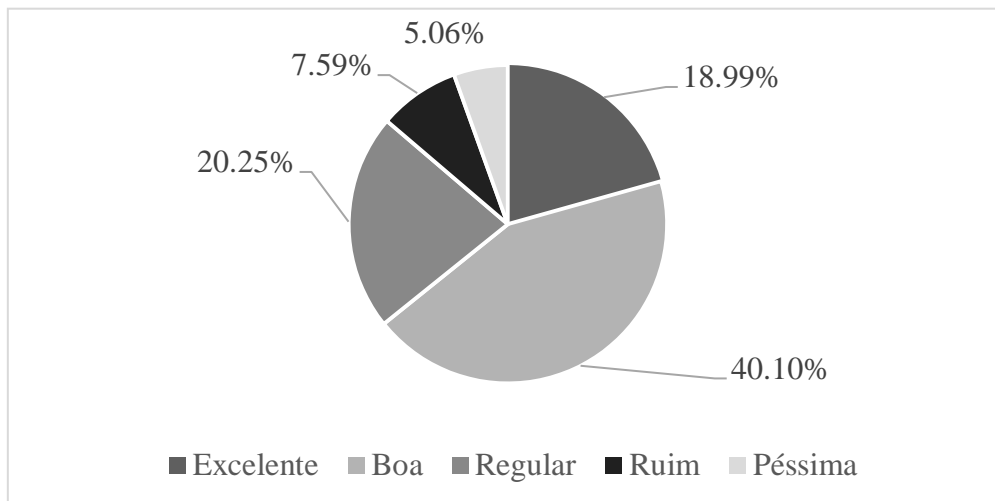


Fig 6: Qualidade da comunicação

Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Problemas relacionados ao estoque de produtos

O sétimo passo foi identificar que problemas os representantes enfrentam relacionados ao estoque de produtos. Conforme é mostrado na figura 7, 22 pessoas (27,85%) escolheram a opção falta de produtos e estoque, 7 pessoas (8,86%) escolheram a opção excesso de produto em estoque, 12 pessoa (15,19%) escolheu a opção dificuldade em identificar os produtos em estoque, 28 (35,44%) escolheram a opção dificuldade em obter informações atualizadas sobre o estoque e 10 (12,66%) escolheram a opção outro e especificaram problemas relacionados ao armazenamento dos produtos.

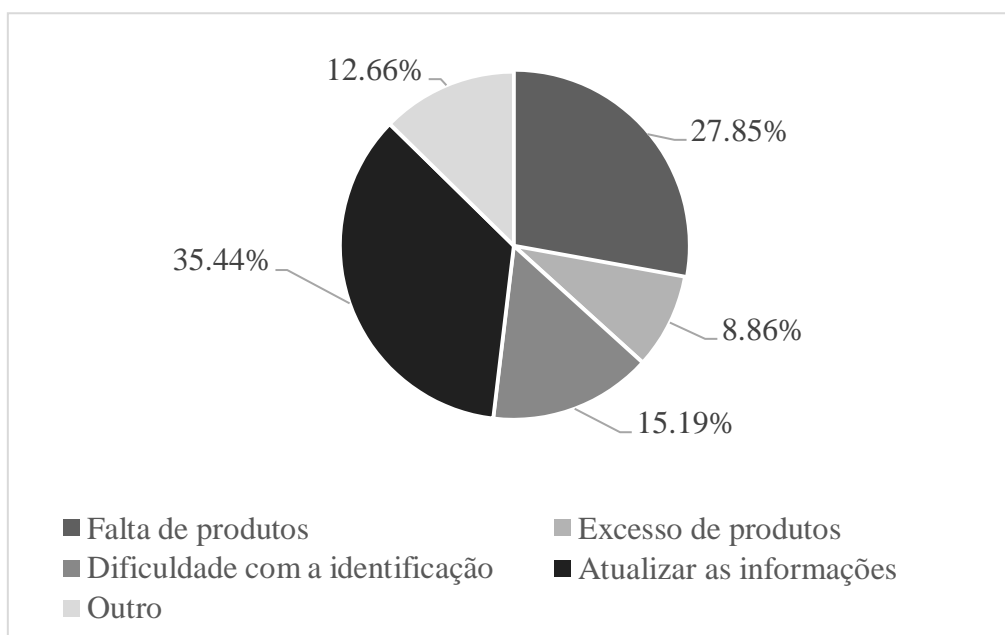


Fig 7: Problemas relacionados ao estoque de produtos

Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Eficácia do sistema utilizado

O oitavo passo foi identificar se o sistema de planejamento e controle de estoque utilizado é eficaz para os representantes. Conforme mostrado na figura 8, 25 pessoas (31,65%) escolheram a opção muito eficaz, 37 pessoas (46,83%) escolheram a opção eficaz, 14 (17,72%) escolheram a opção pouco eficaz e 3 (3,80%) escolheram a opção ineficaz.

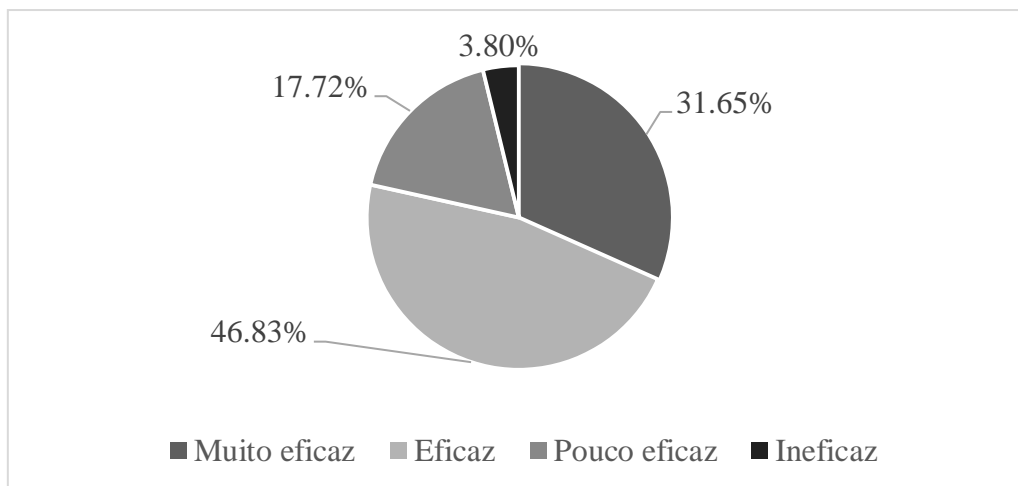


Fig 8: Eficácia do sistema utilizado

Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Como melhorar a gestão do estoque

O nono passo foi questionar se o representante, teria alguma ideia de como melhorar a gestão do estoque. Conforme é mostrado na figura 9, 27 pessoas (34,18%) escolheram a opção investir em sistemas mais eficientes, 19 pessoas (24,05%) escolheram treinar os funcionários envolvidos na gestão do estoque, 10 (12,66%) pessoas escolheram reduzir o tamanho do estoque, 22 (27,85%) responderam ouvir mais os representantes e apenas 1 (1,27%) respondeu que não sabia.

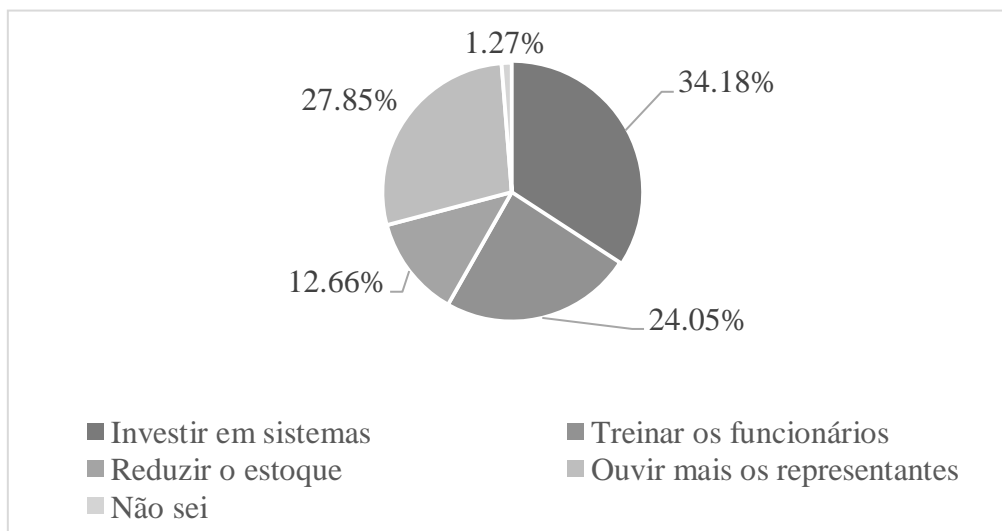


Fig 9: Como melhorar a gestão do estoque

Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Sugestões para melhoria entre o setor de estoque e o setor de vendas

O décimo passo foi questionar se eles tinham sugestões para melhorar a relação entre o setor de estoque e o setor de vendas. Conforme é mostrado na figura 10, 32 (40,51%) responderam melhorar a comunicação entre os setores, 20 (25,32%) responderam realizar reuniões periódicas para alinhar as estratégias, 25 (31,65%) responderam compartilhar informações relevantes sobre o estoque e 2 (2,53%) responderam que não tinham nenhuma sugestão.

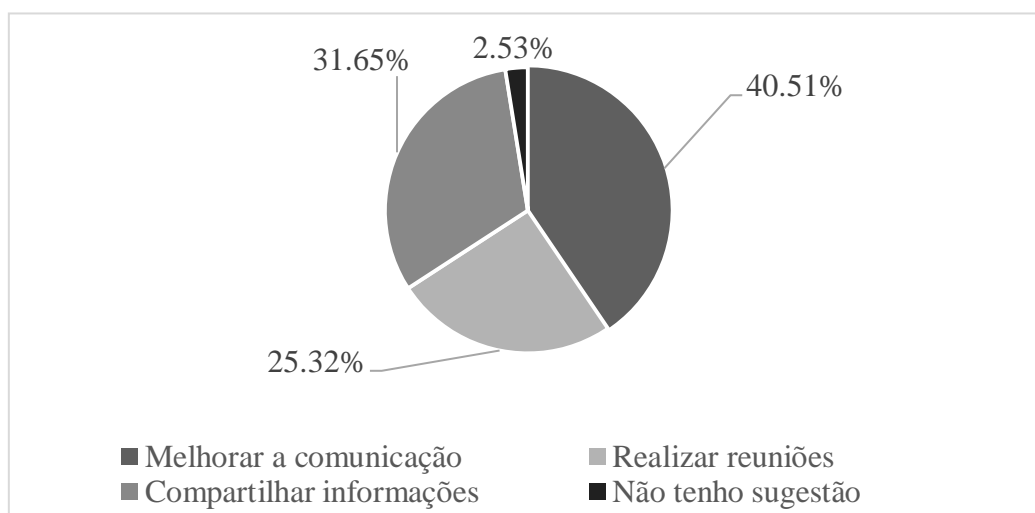


Fig 10: Sugestões para melhoria entre o setor de estoque e o setor de vendas

Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

Participação na previsão de vendas

O décimo primeiro passo e último foi destinado à entender qual o nível de participação dos representantes na previsão de vendas. Conforme é mostrado na figura 11, 15 (18,99%) representantes responderam sempre, 38 (48,10%) responderam às vezes, 20 (25,32%) responderam raramente e 6 (7,59%) responderam que nunca participaram.

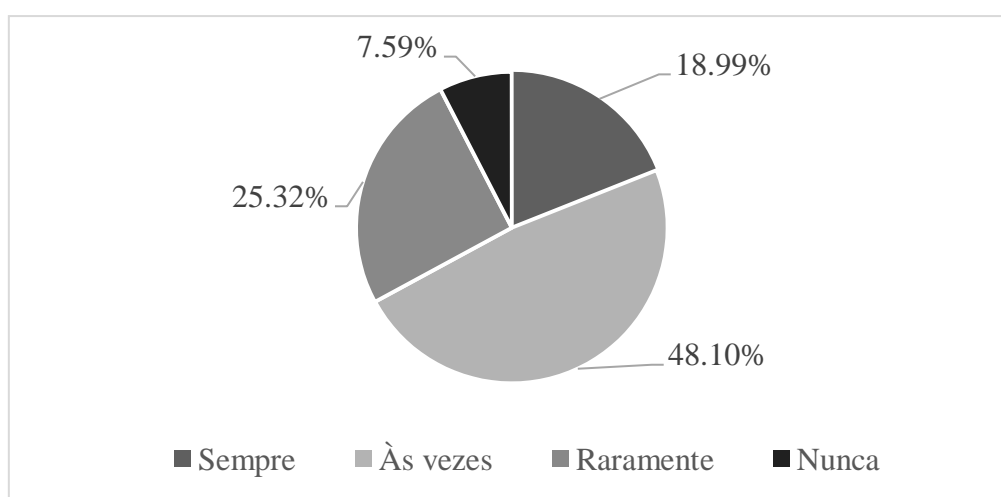


Fig 11: Participação na previsão de vendas

Fonte: Acadêmico Matheus Alves do Amaral Brito (2023)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresenta um estudo de caso da relação entre o gerenciamento de estoque e os representantes de vendas da empresa Sallo Confecção de Roupas e Comércio, tema de suma importância, uma vez que por conta do controle de estoque é possível garantir a quantidade certa de produtos no momento e local adequados, atendendo à demanda do mercado. Dessa maneira, esta pesquisa aprimora a compreensão do desempenho da indústria no que se refere à gestão de estoque e sua relação com os representantes de vendas. Analisar os pontos fortes e fracos dessa relação é fundamental para auxiliar os gestores da indústria de confecção de roupas a desenvolver estratégias que aprimorem tanto a satisfação dos clientes quanto a fidelização destes, objetivando a superação dos desafios impostos pela crescente competição global na indústria têxtil.

A pesquisa revela diversos aspectos cruciais relacionados ao atendimento aos representantes de vendas pela área de gestão de estoque de roupas, permitindo a análise aprofundada desses dados e resultando em informações de extrema relevância para compreender o nível de satisfação de seus representantes de vendas.

Com base nos dados coletados, é possível realizar uma análise abrangente da relação entre a gestão de estoque e os representantes de vendas na indústria de confecção de roupas. Primeiramente, observou-se que a maioria dos representantes (40,50%) considera a gestão de estoque como "muito importante" para o bom desempenho de suas atividades, indicando uma percepção positiva quanto à relevância desse setor para o sucesso de suas vendas.

Quanto à disponibilidade de produtos em estoque, notou-se que uma parte significativa dos representantes (37,97%) respondeu que os produtos estão disponíveis "às vezes", indicando uma possível área de melhoria na eficiência do controle de estoque para garantir a prontidão dos produtos quando necessário.

Os problemas relacionados ao estoque afetam uma parcela considerável dos representantes, com (40,51%) respondendo que são afetados "às vezes". Isso destaca a importância de abordar e resolver questões relacionadas à gestão de estoque para otimizar o desempenho dos representantes de vendas.

A maioria dos representantes (65,22%) reconhece que têm uma razoável influência na gestão de estoque, fornecendo informações cruciais sobre a demanda dos clientes. Este dado sugere uma colaboração eficaz entre os representantes de vendas e a equipe de gestão de estoque.

A comunicação entre os representantes e a equipe de gestão de estoque é predominante, com 58,22% se comunicando semanalmente. No entanto, é crucial notar que 3,80% nunca se comunicam, indicando uma possível lacuna na comunicação que merece atenção.

A qualidade da comunicação, conforme avaliada pelos representantes, é em sua maioria positiva, com 40,10% escolhendo a opção "boa". No entanto, 7,59% classificaram como "ruim" ou "péssima", destacando áreas específicas que podem precisar de melhorias na comunicação.

Os representantes enfrentam diversos problemas relacionados ao estoque, com destaque para a "falta de produtos e estoque" (27,85%) e a "dificuldade em obter informações atualizadas sobre o estoque" (35,44%). Esses problemas indicam áreas específicas que requerem atenção imediata. A eficácia do sistema de planejamento e controle de estoque é percebida de maneira positiva pela maioria dos representantes, com 78,48% escolhendo as opções "muito eficaz" ou "eficaz". Isso sugere que a maioria dos representantes acredita que o sistema atual atende às

suas necessidades.

Quanto às sugestões para melhorar a gestão de estoque, a maioria dos representantes (34,18%) sugere "investir em sistemas mais eficientes", destacando a importância de tecnologias avançadas na melhoria da eficiência do estoque.

Para melhorar a relação entre os setores de estoque e vendas, a maioria dos representantes (40,51%) sugere "melhorar a comunicação entre os setores", enfatizando a importância da colaboração e do compartilhamento de informações. Finalmente, em relação à participação na previsão de vendas, a maioria dos representantes (48,10%) respondeu que participa "às vezes", sugerindo uma oportunidade de maior envolvimento dos representantes nesse processo estratégico.

Em conclusão, os dados coletados destacam a importância crítica da gestão de estoque na empresa analisada e a necessidade de melhorias em áreas como disponibilidade de produtos, comunicação e resolução de problemas relacionados ao estoque. A colaboração efetiva entre os representantes e a equipe de gestão de estoque é crucial para otimizar o desempenho global da empresa. Recomenda-se a implementação de melhorias na comunicação, investimentos em sistemas mais eficientes e o envolvimento mais ativo dos representantes na previsão de vendas para promover uma gestão de estoque mais eficaz e uma relação mais integrada entre os setores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALLOU, R. H. Gerenciamento da cadeia de suprimentos/logística empresarial. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

BALLOU, R. H. Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CHASE, R. B. Administração da produção para a vantagem competitiva. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2006.

CHIAVENATO, I. Introdução à Teoria Geral da Administração. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, I. Introdução à Teoria Geral da Administração. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

DIAS, M. A. P. Administração de materiais: princípios, conceitos e gestão. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, G. P.; ALT, P. R. C. Administração de materiais e recursos patrimoniais. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MARTINS, P.; G.; LAUGENI, F. P. Administração de Materiais e Recursos Patrimoniais. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

MOREIRA, D A. Administração da produção e operações. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

OHNO, T. Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production. Portland: Productivity Press, 1988.

PROVIN, M.R.; SELBITTO, M.A. Administração de materiais e do patrimônio. São Paulo: Saraiva,

SLACK, N.; CHAMBERS, S.; JOHNSTON, R. Administração da Produção. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SLACK, N. et al. Administração da Produção e Operações: Conceitos, Estratégias e Táticas. 4. ed. Porto Alegre: AMGH, 2018.

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

ANEXO IV

APÊNDICE ao TCC

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Mathem Aluísio do Amaral Brito
do Curso de Administração, matrícula 20201002301415,
telefone: 62 99203 6958 e-mail mathem.alu.brto@hotmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n° 9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
A Gestão de Estoque e a sua Relação com a Representante de
Venda numa Indústria de confecção de roupa,
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 13 de dezembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): Mathem A. A. Brito

Nome completo do autor: Mathem Aluísio do Amaral Brito

Assinatura do professor-orientador: OR

Nome completo do professor-orientador: Ovídio Alberto Rodriguez Laraich

