



AFTERMARKET

LEMFÖRDER  SACHS  TRW



AMIGO  
BOM DE  
VENDA



CONTEÚDO TÉCNICO

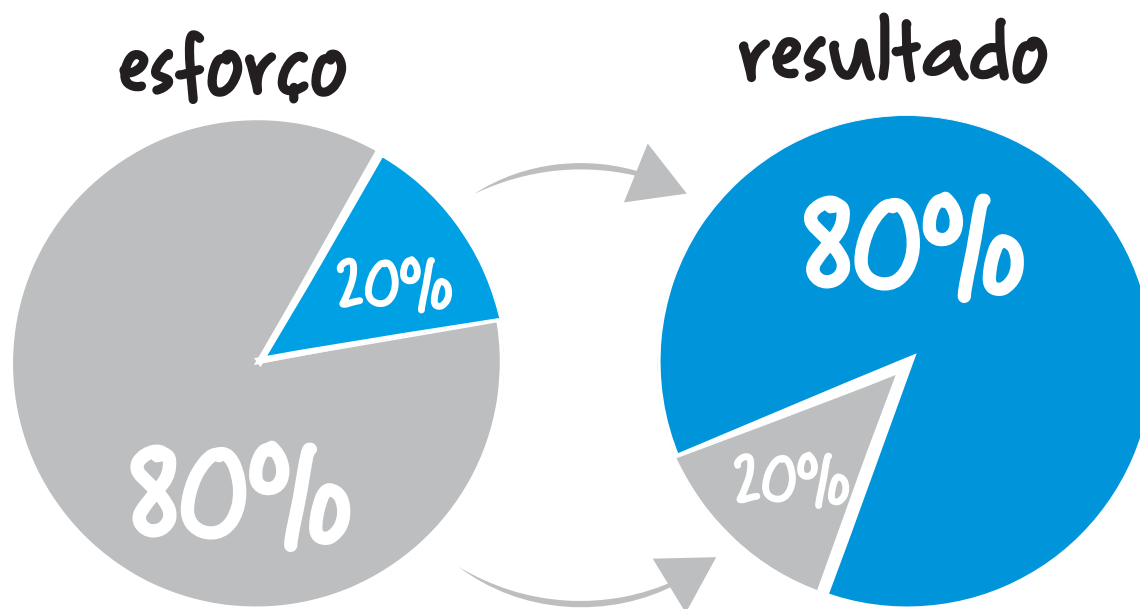
# Curva ABC

## INTRODUÇÃO

Cada vez mais precisamos estar preparados para novos desafios e sem dúvidas é importante entendermos os termos que são utilizados ao nosso redor, mas não estão necessariamente presentes nas nossas tarefas dia-a-dia. Por isso, nesta aula iremos abordar um termo tradicional muito utilizado para administração de vendas em varejos.

É muito comum utilizar a Curva ABC para a projeção de estoque, uma vez que é utilizada para classificar os produtos disponíveis para venda no varejo ou qualquer outro estabelecimento. Este método é muito utilizado em logística e também pelo setor de compras, mas para vendas é importante para classificar os produtos vendidos em relação à lucratividade ou ao faturamento.

A curva ABC de vendas é uma metodologia baseada no **princípio de Pareto**:



Também conhecido como lei **80/20**, segundo a qual **80% dos resultados advêm de 20% dos esforços**. O estudo realizado por Pareto na Itália no século XIX concluiu que uma parcela de **20% da população concentrava cerca de 80% da riqueza do país**.

**80**  
**20**

Ao aplicar esse conceito no mundo dos negócios, temos uma ferramenta poderosa para entender quais produtos devem ser priorizados na estratégia de vendas, com impacto direto na **gestão de estoque, finanças e comunicação**.

**Isso se torna particularmente importante nos mercados em que a variedade de produtos é muito grande, como supermercados, padarias e principalmente em nosso setor de autopeças em que a variedade de veículos cresce exponencialmente, não é mesmo?**

## Vamos entender agora, como calcular a Curva ABC:

A curva ABC cria categorias dos itens de acordo com a sua importância.

# A

Como regra geral, os produtos de **curva A** são os mais importantes. Eles representam **20% dos itens vendidos**, mas trazem **80% do resultado das vendas**.

20%

dos itens vendidos

80%

do resultado

# B

Os produtos de **curva B**, por sua vez, representam **30% dos itens vendidos** e são responsáveis por **15% do resultado**.

30%

dos itens vendidos

15%

do resultado

# C

Por fim, temos os produtos de **curva C**, que são menos relevantes: eles representam **50% dos itens vendidos**, mas trazem **apenas 5% do resultado**.

50%

dos itens vendidos

5%

do resultado

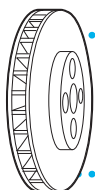
Dependendo da complexidade do mix de produtos de um negócio, é possível calcular, de forma simplificada, a curva ABC de vendas. No entanto, em mercados mais complexos com alta variabilidade, é mais vantajoso para o empreendedor ou gerente do negócio tirar proveito das inovações do varejo, como a utilização de softwares de automação comercial.

**Hoje em dia há vários softwares e aplicativos que nos ajudam com isto.**

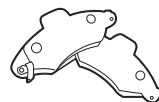
Agora que já falamos sobre o conceito da curva ABC, vamos acompanhar um exemplo passo a passo, para que você entender direitinho. Vamos lá:

## 1. Listagem dos itens

Primeiramente, você deve mapear todos os itens vendidos em dado período, com seus respectivos preços por unidade, quantidade vendida e valor total (que é o preço unitário multiplicado pela quantidade). Em nosso exemplo, temos:



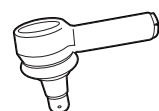
**10 embreagens:**  
a R\$ 150 cada = **R\$ 1.500**



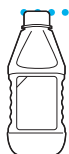
**30 pastilhas de freios:**  
a R\$ 40 cada = **R\$ 1.200**



**20 barras de direção:**  
a R\$ 100 cada = **R\$ 2.000**



**5 mecanismos de direção:**  
a R\$ 200 cada = **R\$ 1.000**



**70 frascos de fluido para freios:**  
a R\$ 20 cada = **R\$ 1.400**

## 2. Organização por ordem decrescente

Após somar os valores totais de cada item, devemos dispô-los em ordem decrescente de valor total. Ou seja:



**Barras de direção: R\$ 2.000**  
**Embreagens: R\$ 1.500**  
**Frascos de Fluido para freios: R\$ 1.400**  
**Pastilhas de Freios: R\$ 1.200**  
**Mecanismos de Direção: R\$ 1.000**

Antes da realização do terceiro passo, é importante dizermos a **fórmula de cálculo da curva ABC**:

$$\text{Valor total} \times 100 \div \text{Valor acumulado de cada produto}$$

### 3. Cálculo de valores acumulados

Em seguida, fazemos o cálculo dos valores de forma acumulada. Ou seja, o item somado aos

Barra de direção: **R\$ 2.000**

Embreagens: **R\$ 3.500 (2.000 + 1500)**

Fluido para freios: **R\$ 4.900 (3500 + 1400)**

Pastilhas de freios: **R\$ 6.100 (4900 + 1200)**

Mecanismo de direção: **R\$ 7.100 (6100 + 1000)**

**O total  
acumulado  
é de R\$ 7.100**

### 4. Cálculo de porcentagens

Depois de calcular os valores acumulados, os transformamos em porcentagens com base no valor total. De acordo com o exemplo, temos:

Listagem de produtos	Preço	Valor acumulado	%
Barras de direção:	R\$ 2.000	R\$ 2.000	28%
	+		
Embreagens:	R\$ 1.500	R\$ 3.500	49%
	+		
Fluido para freios:	R\$ 1.400	R\$ 4.900	69%
	+		
Pastilhas de freios:	R\$ 1.200	R\$ 6.100	86%
	+		
Mecanismos:	R\$ 1.000	R\$ 7.000	100%

## 5. Definição de curvas

De acordo com os nossos cálculos, podemos distribuir os itens da seguinte forma:

Produtos de **curva A**: Barra de direção, Embreagem e Fluido para freios

Produtos de **curva B**: Pastilha de freios

Produtos de **curva C**: Mecanismo de direção

Listagem de produtos	Preço	Valor acumulado	%	Curvas
<b>Barras de direção:</b>	R\$ 2.000	R\$ 2.000	28%	
	+			
<b>Embreagens:</b>	R\$ 1.500	R\$ 3.500	49%	A 0 a 70%
	+			
<b>Fluido para freios:</b>	R\$ 1.400	R\$ 4.900	69%	
	+			
<b>Pastilhas de freios:</b>	R\$ 1.200	R\$ 6.100	86%	B 71 a 90%
	+			
<b>Mecanismos:</b>	R\$ 1.000	R\$ 7.000	100%	C 91 a 100%

### Mas o que fazer com todos esses dados?

Agora que já realizamos o cálculo da curva ABC de vendas do nosso varejo, como podemos transformar esse conhecimento em ações? Vamos ver alguns exemplos:

#### Estoque

Sabendo quais são os itens mais relevantes, é possível otimizar o estoque de modo a ter sempre disponíveis aqueles produtos que trazem o melhor resultado. Também pode-se evitar de ter uma quantidade alta de produtos da curva C em estoque ocupando espaço de itens que serão procurados com maior frequência.

A disposição dos itens no estoque deve ser pensada, priorizando itens com maior giro, para agilizar o atendimento ao cliente.

#### Comunicação

Sabendo quais itens trarão um maior resultado de vendas, podemos focar os **esforços de comunicação e marketing na promoção desses produtos**. Desde a comunicação visual dentro do estabelecimento, por exemplo, até a disponibilização de descontos especiais.

## Precificação

Entender em qual curva está um determinado produto é muito importante para a definição de preços. No exemplo que utilizamos, o mecanismo de direção não é um produto muito relevante em nosso mix de produtos.

Assim, considerando que o item **tem um giro baixo, podemos trabalhar com margens mais altas**. De maneira inversa, os produtos de curva A podem ter preços mais competitivos, já que são vendidos em maior volume.

## O princípio de Pareto tem outras utilidades?

O princípio de Pareto ou curva ABC, além de ser uma técnica útil para entender de onde vêm os seus resultados, também é muito vantajoso enquanto modelo mental para lidar com os desafios diários dos negócios. Principalmente para os pequenos negócios, que têm estruturas administrativas menos desenvolvidas.

Nesse cenário, a figura do dono ou gerente acaba sendo designada para resolver todos os problemas.

## Mas, afinal, como saber quais são as prioridades?

Para tomar a decisão mais acertada, basta usar o princípio de Pareto: **qual problema terá maior impacto sobre o seu negócio?** Essa pergunta será fundamental para definir o que é mais importante.

E saber priorizar, no contexto dos negócios, em que os problemas nunca acabam, mas apenas cedem lugar a novos, é um dos fatores de sobrevivência mais importantes.

**Além disso, não se esqueça: a tecnologia e os softwares de gestão estão se tornando cada vez mais presentes em todos os mercados. Eles são capazes de automatizar processos, reduzir erros, minimizar riscos e aumentar a performance e o resultado do seu negócio.**



É isso aí amigo vendedor,  
**Não se esqueça de fazer o teste para receber  
o seu certificado!**

Até a próxima!



AFTERMARKET

LEMFÖRDER  SACHS  TRW 



AMIGO  
BOM DE  
VENDA