

A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE ESTOQUE NA LOGÍSTICA DE UMA DISTRIBUIDORA

Gabriela Varela de Oliveira¹

José Correia Gonçalves²

RESUMO

A logística é um campo que vai desde a matéria prima, até a entrega do produto ao cliente. Deste modo, aplicar uma gestão de estoque é fundamental para obter melhores resultados. O presente artigo, foi realizado por meio de um estudo de caso em uma empresa de distribuição de cimentos, onde foi observado que a logística da mesma, estava passando por alguns obstáculos no dia a dia com os métodos que estavam sendo utilizados. O objetivo do estudo, é buscar por melhorias no setor, e demonstrar com base em alguns autores, como uma boa gestão de estoque, pode trazer resultados positivos à logística administrada, auxiliando na valorização pessoal e fornecendo treinamento adequado. Os principais resultados encontrados, apontam que a empresa tem a possibilidade de melhorias aplicando treinamentos à equipe, e investindo em novos processos para padronização de seus setores. As metodologias utilizadas no trabalho foram as observações *in loco*, pesquisa de campo, entrevistas informais e referências bibliográficas.

Palavras-chave: Gestão. Logística. Treinamento.

THE IMPORTANCE OF STOCK MANAGEMENT IN THE LOGISTICS OF A DISTRIBUTOR

ABSTRACT

¹ Acadêmica do Curso de Administração, 8ª fase do Centro Universitário UNIFACVEST.

² Graduado em Administração, Especialização em Economia de Empresas, Mestre em Economia área de concentração Economia Industrial, Doutor em Ciências Sociais área de concentração Relações Internacionais. Coordenador do Curso de Administração, Prof. das disciplinas de Administração de Projetos, Instrumento de Análise Administrativa, Empreendedorismo e Orientador do Trabalho de Conclusão do Curso de Administração do Centro Universitário UNIFACVEST.

Logistics is a field that goes from the raw material to the delivery of the product to the customer, so applying inventory management is essential to obtain better results. The present article was carried out through a case study in a cement distribution company, where it was observed that the logistics of the same was going through some obstacles in the day to day with the methods that were being used. The objective of the study is to seek improvements in the sector and demonstrate, based on some authors, how good inventory management can bring positive results to managed logistics, helping with personal valuation and providing adequate training. The main results found indicate that the company has the possibility of improvements by applying training to the team, and investing in new processes to standardize its sectors. The methodologies used in the work were on-site observations, field research, informal interviews and bibliographic references.

Key words: Management. Logistics. Training.

1 INTRODUÇÃO

Uma boa gestão de estoque é fundamental em qualquer empresa. Por possuir um grande papel dentro da organização, a gestão de estoque deve trabalhar em conjunto com a logística. Conforme observado, a logística está apresentando alguns problemas na parte de entregas de mercadorias para os clientes e problemas nos setores de estoque e vendas, assim, oferecer treinamento para os colaboradores, pode trazer resultados positivos à empresa. Desse modo, a pesquisa refere-se à importância da gestão de estoque na logística de uma distribuidora.

É possível perceber que através de novos procedimentos e métodos de treinamento e capacitação dos funcionários, a empresa pode alcançar novos patamares em relação as vendas que possui e poderá melhorar sua cartela de clientes.

A gestão de estoque pode vir a desenvolver melhor a logística e reparar erros recorrentes em algumas situações. O estudo em questão busca apresentar novos conhecimentos sobre as áreas de logística e estoque e disponibilizar de possibilidades para a melhoria das questões analisadas.

Este estudo tem por intuito abordar e mostrar a importância da gestão de estoque na logística de uma distribuidora, que aplicada de forma correta, traz a empresa diversos benefícios, desde diminuição de custos, até uma visão melhor do cliente para com a empresa em questão.

O objetivo geral, é destacar a importância da gestão de estoque na logística em uma empresa de distribuição, e como isso afeta o desempenho e a motivação de todos os envolvidos, desde os colaboradores até o cliente final. Os objetivos específicos do trabalho, é apresentar meios para inserção de treinamento e capacitação dos colaboradores, padronizar o atendimento dos clientes e procedimentos internos relacionados ao setor gerencial, e melhorar o tempo de entrega do produto.

As metodologias utilizadas para desenvolver este trabalho, foram pesquisas bibliográficas, envolvendo o tema abordado, conversas informais com funcionários e gestores, observações *in loco* e pesquisa de campo.

O presente estudo realizado, desencadeará uma gama de possibilidades para melhoria e aperfeiçoamento de seus mecanismos internos, baseando-se em seus procedimentos já utilizados e aplicando novos para obter uma melhor gestão e um maior desempenho dos funcionários, que podem interferir nos lucros da empresa de uma forma positiva.

Este trabalho descreve em seu segundo capítulo, o referencial teórico, citando nele os principais autores para desenvolver o artigo referente ao tema abordado. Logo em seguida, o capítulo refere-se ao tema ou problema, sendo apresentado de forma sucinta o histórico da empresa, e os principais problemas analisados. O quarto capítulo é a análise teórica e comparativa do tema ou problema, servindo para explicar os problemas encontrados e consequentemente sugerindo possíveis sugestões de melhorias.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para uma empresa de produtos acabados é necessário que tenha uma boa gestão de estoque para que a mesma trabalhe em conformidade com outras áreas. Entretanto, para melhor entender o que é estoque, Moreira (2016, p. 463) destaca que: “A [...] quaisquer quantidades de bens físicos que sejam conservados, de forma improdutiva, por algum intervalo de tempo; constituem estoques tanto os produtos acabados que aguardam venda ou despacho, como matérias-primas [...]”

Desta forma, Marion (2016, p. 313) apresenta o estoque de três formas:

Os estoques assumem diferentes significados conforme o tipo de empresa onde sejam considerados, mas sempre trazem a conotação de algo à disposição, seja de vendas (como as mercadorias nas empresas comerciais ou de produtos acabados em empresas industriais), seja de transformação (como as matérias-primas ou materiais em processo) seja de consumo (o estoque de material de consumo pode acontecer tanto na empresa comercial, industrial como na de serviço).

Deste modo, a gestão de estoque tem o intuito de obter o melhor custo do produto em relação ao estoque de produtos acabados conforme Martins (2019, p. 175) descreve: “Cada vez mais, notamos a busca por reduções no estoque com o objetivo de agregar capital de giro.”

Sendo assim, o estoque precisa estar em constante equilíbrio com a logística da empresa para obter resultados. Segundo Szabo (2015, p. 23):

O estoque funciona como um reservatório. Há uma vazão de água entrando e uma vazão de água saindo do reservatório. Essas vazões representam, respectivamente, a entrada e a saída de materiais do estoque. Quando a entrada de água é maior que a saída, o nível do estoque aumenta. Quando a vazão de água da saída é maior que o da entrada, o nível de estoque diminui.

A logística, então, é de suma importância na empresa no que condiz a sua gestão, visto que Ogasawara, (2020, p. 178) descreve: “A logística [...] tem por objetivo viabilizar a disponibilidade do serviço no tempo e no local certos, garantindo assim o bom andamento dos projetos.”

Visto isso, deve-se entender o conceito da logística perante a empresa:

[...] ao nos referirmos a logística, estamos considerando a série de atividades envolvidas no processo que abrange desde o fornecedor, que extrai ou produz a matéria-prima básica do produto acabado, passando por todos os estágios de produção que a transformam em um produto acabado e por todos os canais responsáveis por fazer com que chegue ao cliente final. (MORAIS, 2015, p. 22).

Desta maneira, manter uma boa logística através da gestão de estoque traz a empresa vantagens competitivas, visto que:

Para a logística, o sucesso na execução das atividades e o bom andamento de seus fluxos serão responsáveis pela competitividade gerada. De nada adianta os estoques estarem bem planejados se a distribuição não ocorrer de forma satisfatória. A distribuição será a grande responsável pela operacionalização dos fluxos logísticos. (BRASIL, 2018, p. 23).

Porém, a logística de distribuição também se faz importante para todos os tipos de clientes, podendo assim dizer que:

A logística de distribuição tem a finalidade de dispor produtos na cadeia dos distribuidores, dos atacadistas, e dos varejistas, conforme suas necessidades quantitativas, para impedir a falta de produtos no seu estoque, mantendo um fluxo constante de suprimento e ressuprimento. (PAOLESCHI, 2014, p. 58).

Conhecer a distribuição física se faz necessário para que o produto chegue ao cliente final com planejado. Segundo Shigunov Neto (2016, p. 98): “A distribuição física pode ser definida como os processos operacionais e de controle que permitem transferir os produtos desde o ponto de fabricação até o ponto em que a mercadoria é finalmente entregue ao consumidor final.”

Quando trabalhado em conjunto, pode ser observado que a distribuição física também traz resultados. Conforme cita Pontes (2017, p. 39): “A rede de distribuição apropriada pode ser usada para alcançar diversos objetivos da cadeia de suprimentos.”

De forma geral, fica evidente que a gestão de estoque e a logística trabalhado lado a lado de forma alinhada trás para uma distribuidora de produtos resultados significativos. Devido à concorrência de mercado, a distribuição física é um dos pontos em ênfase para se obter uma melhor satisfação do cliente perante a entrega realizada e assim buscar fidelizar o cliente.

3 O CAPÍTULO REFERENTE AO TEMA OU PROBLEMA

A empresa em estudo é uma rede de distribuidora de cimentos, argamassas e telhas, que teve início às atividades no ano de 2008 na cidade de Içara, em Santa Catarina. Localizada na rodovia Francisco Laurindo, foi inaugurada a primeira loja, cuja atividade principal, era voltada à produção de artefatos de cimento.

Mas seu fundador, observando a demanda regional, um ano após sua inauguração, percebeu que seu carro-chefe, seria o cimento e investiu na atividade de distribuição. Com a oportunidade de expansão, foi aberto outras filias no litoral catarinense nas seguintes cidades: Araranguá, Criciúma, Itajaí, São José, Joinville, Tijucas e Indaial. Com tamanho sucesso da empresa, em 2016 foi expandido ainda mais, abrindo uma filial na Serra Catarinense, na cidade de Lages. No mesmo ano, a empresa seguiu caminhos para fora do Estado, abrindo outras duas lojas nas cidades de Caxias do Sul no Rio Grande do Sul, e em Curitiba, no Paraná, fortalecendo ainda mais a marca na região.

Em 2017, foi mais adiante, iniciando sua distribuição de argamassas e telhas em todas as filiais, e obtendo resultados positivos ao longo do período. Sua linha de argamassa era em parceria com um fabricante de renome, o que mais para frente se deu espaço a mais um investimento da empresa. Com o intuito de maximizar as vendas e sua ampliação, foi inaugurado uma fábrica junto à matriz, para a produção de argamassas com o nome da empresa.

Por estar em crescimento contínuo, hoje tem como um de seus principais clientes, lojas de materiais de construção de todos os portes, e construtoras de renome no mercado, como as construtoras Corbetta e Criciúma Construções. Desde seu início obteve parceria com as maiores fabricantes de cimento no Brasil, sendo elas: Votorantim e Itambé.

Com seu desenvolvimento cada vez maior, a empresa segue todos os dias com um planejamento para obter seu diferencial diante de seus concorrentes, já que para muitas regiões os mesmos são grandes cimenteiras. Um exemplo visto em algumas filiais, é a corrida entre vendedores externos, contra vendedores de cimentos da marca Nacional, cujo seu destaque era no mercado nordestino mas busca por expansão no sul do país.

Com o reconhecimento de maior distribuidora de produtos do segmento civil, sua demanda chega a 260 mil toneladas/mês analisando a empresa em seu total. Seu fundador segue a busca por mercados ao Oeste do Estado de Santa Catarina e sul do Paraná, onde suas pesquisas de mercado estão sendo satisfatórias e seu planejamento de expansão visa os próximos dois anos.

Com sua organização feita de forma centralizada, a tomada de decisões cabe à matriz e seus principais gerentes. A logística implantada segue na matriz com a frota de caminhões saindo de lá com destino as diversas filiais para o abastecimento das mesmas. Cabe à gerência de cada filial fazer seus pedidos de mercadorias no início da semana para que se possa deixar um caminhão disponível para seu abastecimento semanal.

Do surgimento, até hoje, a organização conta com dez lojas; uma fábrica de argamassas e uma fábrica de pallets junto à sua rede de distribuição. Atualmente, a Sorato Cimentos é uma das principais distribuidoras do setor de cimentos na região Sul do Brasil. Comercializa cimentos, argamassas e telhas de marcas respeitadas, e agrega serviços diferenciados para atender o segmento da construção civil, buscando sempre inovações para garantir a satisfação do cliente.

Possui como maior objetivo assegurar que o cliente esteja agregando ao seu negócio, produtos de qualidade com o melhor custo benefício, ainda somados à excelência dos serviços que é oferecido. Com o intuito de valorizar seus parceiros em toda a cadeia: fornecedores, prestadores de serviços, colaboradores e clientes.

Mediante observações realizadas *in loco*, verificou-se que a empresa Sorato Cimentos apresentava algumas falhas no setor de estoques juntamente com o setor de logística, sendo:

- Ambiente: depósitos mal organizados devido à falta recorrente de mercadorias e de treinamento adequado aos funcionários.

- Gerencial: efetuar vendas sem a programação para as entregas dos produtos aos clientes, deixando diversos pedidos em abertos ou em atraso, garantir entrega ao cliente sem possuir o produto em estoque.

- Vendas: possuir valores dos produtos para clientes finais com o preço maior que a concorrência, sem adquirir possíveis promoções para fidelizar seus clientes.

- Entregas: falta de processos para programação de entregas para que o caminhão saia com o número correto de produtos e volte o quanto antes para novas entregas. Falta capacitação para os motoristas para obter-se de melhor relacionamento com os clientes.

4 O CAPÍTULO DA ANÁLISE TEÓRICA E COMPARATIVA DO TEMA OU PROBLEMA

A empresa em estudo, possui uma grande cartela de clientes e sua demanda se torna cada vez maior, porém, os métodos que vem sendo utilizados não estão suprindo as necessidades exigidas pela organização, devido à falta de treinamento aos funcionários. Segundo Dessler (2014, p. 174): “Treinamento significa dar aos funcionários novos ou atuais as habilidades de que eles precisam para executar seus trabalhos. [...] Se os funcionários não sabem o que fazer ou como fazer, eles vão improvisar ou fazer algo pouco útil.”

Deste modo, oferecer aos colaboradores um treinamento adequado voltado a organização e *layout* da empresa em análise seria essencial, além de trazer possibilidades de novos processos para melhoria de desempenho e resultados positivos tanto na entrega quanto no atendimento ao cliente.

Devido ao crescimento de pedidos para entregas na cidade, a empresa em questão está apresentando um acúmulo de pedidos não entregues no tempo acordado com o cliente. Por a empresa se localizar próximo a estes clientes, os mesmos estão efetuando pedidos cada vez menores e mais frequentes. Desta forma, ocorre acúmulo nos pedidos e reclamações por parte dos clientes. Sendo assim, Pontes (2017, p. 48) destaca que:

Por meio da distribuição física, são disponibilizados produtos aos clientes e essa atividade desempenha um papel importante na geração de valor ao cliente e influencia diretamente nos benefícios percebidos. Quanto melhor for a distribuição realizada, mais rápida será a resposta ao cliente, gerando um prazo de entrega menor e maior flexibilidade no prazo da entrega.

Visto que a empresa em estudo, possui somente um caminhão para todas as entregas, utilizar-se de um procedimento de programação de pedidos estabelecendo quais dias irá para determinada região agregará um valor ao cliente pois o mesmo saberá que não ocorrerá mais atrasos.

Contudo, outro problema perceptível na empresa em questão é de que os clientes finais não estão sendo fidelizados, ou seja, compram apenas algumas vezes e retornam a comprar com o concorrente. Sendo assim, Garcia (2015, p. 18) cita:

[...] é muito importante investir na comunicação entre empresa e consumidor. Por isso, é bastante comum vermos anúncios de liquidações, programas de fidelidade, descontos, bem como oferecimento de amostras etc. Um aspecto essencial para que

uma instituição se sobressaia entre as outras concorrentes e conseguir simplificar a vida do cliente atendendo prontamente aos desejos deste.

Observa-se na empresa em questão, que a iniciativa de promoções e programas de fidelidade, como descontos por compras em grandes quantidades, pode trazer clientes de variados perfis que buscam por comprar produtos semanalmente em quantidades maiores.

A organização em estudo, trabalha com poucos funcionários e falta de procedimentos voltados ao campo de distribuição física para consumidor final. Desse modo, notou-se que o caminhão sai com menos de 50% de sua capacidade, para entregas devido à ausência de padronização no seu itinerário. Por isso, uma padronização nos setores da organização da empresa, com novos procedimentos ou melhorias já existentes, podem trazer uma resposta mais satisfatória. Conforme entendem Barros; Bonafini (2014, p. 74):

Assim padronização em uma empresa significa o registro dos procedimentos-padrão, e também se certificar de que estes sejam efetivamente seguidos. Tal conduta minimizará as chances de erro e manterá os resultados dentro da conformidade esperada. Além disso, a padronização nos auxilia no treinamento de pessoal. Uma vez que os procedimentos-padrão foram definidos, torna-se mais fácil desenvolver nas pessoas o conhecimento necessário para a execução de determinada tarefa.

Com a aplicação de um padrão na empresa em questão, a mesma apresentará de forma mais organizada as entregas, com itinerários pré-programados e melhor entendido pelos funcionários, intensificando assim melhores resultados as vendas e bom relacionamento entre empresa e cliente.

Percebe-se que a empresa em análise, possui alguns pontos que deixam a desejar e que podem ser melhorados conforme é dado ênfase a esses processos. A empresa precisa investir em treinamentos com seus funcionários e melhorias em seus sistemas e procedimentos, além de aplicar um método de padronização em todos os setores para que trabalhem em conjunto. A empresa deve desenvolver melhor seu marketing e buscar pelos clientes através de seus diferenciais.

5 CONCLUSÃO

A gestão de estoques, e a logística, são áreas que atuam em conjunto, e fazem tanto a parte estratégica quanto a operacional. Possuir uma gestão de estoque em uma distribuidora de produtos é de suma importância e fundamental para que não ocorra erros na logística. Bem estruturadas podem desempenhar um papel importante além de diminuir custos e aumentar a cartela de clientes da empresa. Isso se torna possível com um controle elaborado dos estoques, organização e implementação de seus processos atuais e novos.

Notou-se que na empresa em estudo, está ocorrendo problemas perceptíveis na área de logística de entrega de produtos aos clientes, devido à falta de gestão de estoque aplicada corretamente, e falta de treinamento aos colaboradores. Verificou-se ainda, a falta de atrativos aos clientes como benefícios, descontos, assim como falta de promoções para atrair a atenção daqueles clientes ainda não alcançados.

Concluiu-se que a empresa estudada, necessita dar mais importância a sua logística atual, e na gestão de estoque, utilizando dos métodos e ferramentas corretas para obter resultados significativos diante dos problemas atuais, conseguindo aumentar as vendas e manter o cliente satisfeito com seus pedidos.

Com a elaboração do presente estudo, foi possível destacar problemas que antes não ganhavam atenção por parte dos gestores, sugerir métodos e ferramentas capazes de diminuir o problema, e trazer melhorias para a empresa, além de promover o crescimento da empresa no mercado.

REFERÊNCIAS

BARROS, Elsimar; BONAFINI, Fernanda (Org.). **Ferramentas da qualidade**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. Biblioteca virtual universitária. Disponível em: <<http://unifacvest.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788543009940/pages/75>>. Acesso em: 23 de jun. 2020.

BRASIL, Caroline. **Logística dos canais de distribuição**. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2018. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/160322/pdf/0?code=elrzK8a7RviOFK0XIGslejAeu9kB75ZqDXdShkUHiNPh2cZCu1EI1p/mwTVKvoZrtZSAb2iWwSIWUjDFI9+mw==>>>. Acesso em: 27 de mar. 2020.

DESSLER, Gary. **Administração de recursos humanos**. 3. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/22442/pdf/0?code=gm3QLSUOSe3uNyP5D19DIJxRLWqI9zSib8kh2w1oQI6av1nyOzFBwugIT7is2gECXZWg1UmoMmiCdyhxvd8ukA==>>>. Acesso em: 22 de jun. 2020.

GARCIA, Leonardo Janaina. **Marketing de serviços e de varejo**. 1. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Biblioteca virtual universitária. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/26519/pdf/0?code=fCL92w3XMsOlqBBY7Xd3dVLFo/EkogSgDZz/C8JrPul3P+UfsLnoQ/Lj7cMuBiDV8jk9rGW9YAKrCi8s+cQqSQ==>>>. Acesso em: 24 de jun. 2020.

MARION, José Carlos. **Gestão empresarial**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

MARTINS, Ricardo Silveira. **Gestão de logística e das redes de suprimentos**. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2019. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publi>

cacao/177811/pdf/0?code=Kyacnlf3CHCGEA5BYfsiPZ3N4de79AHf6sZHbHasSVqYMKIjc tmHRPxWII6UiJKb+PVk2ovJ7qFaNThKSynshg>. Acesso em 27 de mar. 2020.

MORAIS, Roberto Ramos de. **Logística empresarial**. Curitiba: InterSaber, 2015. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/180260/pdf/0?code=U+bFcjgNB1uZYQArK7drdqGn1uEyPX09N4dTxCrPuTZBN5zqYsJJHA1Eimr/B4oF2shzo33Lv/ihVH8mepyVPg==>>. Acesso em: 27 de mar. 2020.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações**. 4. ed. São Paulo: Cengage, 2016.

SHIGUNOV NETO, Alexandre. **Introdução ao estudo da distribuição física**. 1. ed. Curitiba: InterSaber, 2016. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/37390/pdf/0?code=5ysoplG5JoKAWcateel7gQw97O9mwKp6Ig7IdojIETELcd2TDRXQV8IDbprtdJA4+QYswmeV2ekqHkrFjDQIQ==>>. Acesso em: 27 de mar. 2020.

OGASAWARA, Cesar Takashi. **Princípios de administração para investigação particular**. Curitiba: InterSaber, 2020. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/177851/pdf/0?code=nTBEBzk/M8Q8nGlrK7QYvI8PN0+I6gcfmRT8CSHpE5N7qdhLdNvHh1pKgQNEt1t2emjQ4+WkoCNS5Tp23LIxWw==>>. Acesso em 27 de mar. 2020.

PAOLESCHI, Bruno. **Cadeia de suprimentos**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

PONTES, Heráclito Lopes Jaguaribe. **Logística e distribuição física**. 1. ed. Curitiba: InterSaber, 2017. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/114789/pdf/0?code=JXpm0d3I0WWpkKEYAEG7d0Z7RDH5AdZpN4btWiiMqcdls5H8MGA6XQGgE/MuveXDIDev0C332CwJ/V44nPISgQ==>>. Acesso em 27 de mar. 2020.

PONTES, Heráclito Lopes Jaguaribe. **Logística e distribuição física**. 1. ed. Curitiba: InterSaber, 2017. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/114789/pdf/0?code=vzRh2/2XqVJIIsVxg8i2ZmZBiExAxMD/PpBVCJutYQzxdixd61q7Jq6SKEgY+Sx4LWruoL+Q581G9NXQrOditg==>>. Acesso em 23 de jun. 2020.

SZABO, Viviane. **Gestão de estoques**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. Disponível em: <<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/124128/pdf/0?code=gsH0s5+MSPNI7lxCiVS5N6ZjlDyAcNvzPfqsixFpylRJC970RWtRIx5SZAWCMBTeYYMWsjHbLtZS68eZHqpgug==>>. Acesso em 27 de mar. 2020.