

+LUCRO

Gestão “feijão com arroz”



vídeo
explicativo



próxima
página

SuperGente

O modelo de Gestão **+LUCRO** busca velocidade, precisão e simplicidade

Sua base é um ERP confiável, que reflita a realidade integral da operação

Sobre a base segura do ERP monta-se a inteligência gerencial: **o +LUCRO**

O objetivo do programa **+LUCRO** é melhorar SEU RESULTADO!

↑ **AUMENTANDO VENDAS**

↑ **MELHORANDO LUCRO BRUTO**

↓ **RACIONALIZANDO DESPESAS**

Como começar? Identificando qual das três parcelas está PIOR

Para isto, será preciso definir parâmetros: RUIM, MÉDIO ou BOM

Em cada uma das três parcelas: VENDAS, LUCRO BRUTO e DESPESAS

Devemos MEDIR (últimos anos) e COMPARAR (benchmark interno e externo)

AUMENTAR VENDAS?

QUAL PRIORIZAR: MELHORAR LUCRO BRUTO?

RACIONALIZAR DESPESAS?



| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K |
|---|-------------|--------|----------------|----------------|--------------|---------------|---------------|-----------|-------|----------|-------|
| 1 | ANO | IPCA | VENDA REAL | VENDA MÍNIMA | DIFERENÇA | R\$ DESPESA | R\$ LBF | % DESP/VE | DIF | % LBF/VE | DIF |
| 2 | REF 2021 | | 37.682.271,00 | | | | | | | | |
| 3 | 2022 | 5,79% | 41.628.061,10 | 39.864.074,49 | 1.763.986,61 | 8.117.471,91 | 12.155.393,84 | 19,50% | | 29,20% | |
| 4 | 2023 | 4,78% | 44.849.634,60 | 41.769.577,25 | 3.080.057,35 | 82.051,01 | 13.634.288,92 | 20,25% | 0,75% | 30,40% | 1,20% |
| 5 | 2024* | 4,55% | 46.400.000,00 | 43.670.093,02 | 2.729.906,98 | 9.836.800,00 | 14.523.200,00 | 21,20% | 0,95% | 31,30% | 0,90% |
| 6 | REFERÊNCIA | 15,89% | | | | | | 21,00% | | 30,00% | |
| 7 | TOTAL | | 132.877.695,70 | 125.303.744,76 | 7.573.950,94 | 27.036.322,92 | 40.312.882,76 | 20,35% | 0,65% | 30,34% | 0,34% |
| 8 | | | | | | | | | | | |
| 9 | *ESTIMATIVA | | | | | | | | | | |

**AQUILO QUE NÃO FOR MEDIDO,
NEM COMPREENDIDO, NÃO SERÁ
GERENCIADO!!!**

+LUCRO

Gestão "feijão com arroz"

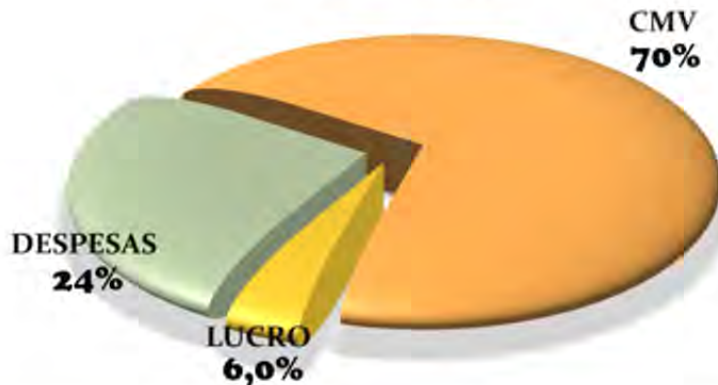


SuperGente



| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O |
|---|-------------|---------|------------------|-----------|----------|------------------|--------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | COMPONENTES | %/TOTAL | VALOR R\$ | ALTERAÇÃO | VARIAÇÃO | NOVO PATAMAR | INCREMENTO % | | | | | | | | |
| 2 | ↓ | | | ↓ | | | | | | | | | | | |
| 3 | VENDAS | 100,00% | R\$49.500.000,00 | 100,00% | 0,00% | R\$49.500.000,00 | 0,00% | | | | | | | | |
| 4 | CMV | 68,70% | R\$34.006.500,00 | 68,50% | -0,20% | R\$33.907.500,00 | -0,29% | | | | | | | | |
| 5 | LUCRO BRUTO | 31,30% | R\$15.493.500,00 | 31,50% | 0,20% | R\$15.592.500,00 | 0,64% | | | | | | | | |
| 6 | DESPESAS | 21,30% | R\$10.543.500,00 | 20,00% | -1,30% | R\$10.100,00 | -6,10% | | | | | | | | |
| 7 | RESULTADO | 10,00% | R\$4.950.000,00 | 11,50% | 1,50% | R\$5.692.500,00 | 15,00% | | | | | | | | |

DISTRIBUIÇÃO %
DAS VENDAS



INSTRUÇÕES: SOMENTE AS CÉLULAS DE FUNDO BRANCO PODERÃO SER PREENCHIDAS. Coloque o valor REAL de sua venda (anual ou mensal, semestral, etc) na célula C3. Nas células em branco na coluna B preencha com os valores percentuais que estima para CMV e Despesas, na sua empresa. A planilha irá aplicar estes valores na coluna C, aplicando os percentuais que você estimou para sua realidade atual.

Na coluna D, você deverá preencher com 100 + ou - o percentual que pretende melhorar sobre o valor colocado em B (nas células D3, D4 ou D6).

Por exemplo: quero obter 105 % nas vendas atuais. Ou reduzir as despesas para 23,5 %. Ou diminuir o CMV para 69,5 %. Observe que, na coluna F, todos os valores foram alterados. Para evitar acidentes, algumas células estão bloqueadas! Na coluna G todos os valores serão recalculados com seus objetivos tenativos.

**ATENÇÃO: PRIORIDADE
NÃO É EXCLUSIVIDADE!**

Pessoas, processos e produtos são quem produzem o RESULTADO!

QUAIS DESTES ELEMENTOS APRESENTAM PROBLEMAS QUE ESTÃO ATRAPALHANDO A MELHORIA DE PERFORMANCE NA SUA EMPRESA?

INDICADORES são referências para PROBLEMAS e OPORTUNIDADES

Um PROBLEMA é uma OPORTUNIDADE esperando sua SOLUÇÃO!

ONDE devemos atacar? Recomendável pedir ajuda ao PARETO...

INDICADORES precisam ser seletivos: atuar sobre causas principais!

A MATRIZ BIDIMENSIONAL indica estes PRODUTOS PRIORITÁRIOS (AA, AB, BA e BB), que precisam ter VENDAS e RENTABILIDADE analisadas! 

PESSOAL, ALUGUEL, ENERGIA, EMBALAGENS são DESPESAS impactantes

ORÇAMENTO DE DESPESAS é recomendável para seu acompanhamento 

Mas, pelo menos, uma PLANILHA DE DESPESAS diárias é necessária 

Visão dupla: um olho nas VENDAS e outro no LUCRO BRUTO!

LBF é um conceito FUNDAMENTAL e muito útil na gestão **+LUCRO**


TRIBUTOS NA COMERCIALIZAÇÃO podem ser agrupados em DESPESAS

INDICP permite ANTEVER riscos de RUPTURA E SUPERESTOCAGEM 

OLHOVIVO é um INDICADOR sobre risco de PERDAS e QUEBRAS 

DESPCAIXA é registro de todas saídas para pagamento de DESPESAS 

CEP é um indicador para oportunidades de AUMENTAR PREÇOS 


PRODUTIVIDADE é uma planilha destinada a acompanhar a venda por colaboradores, por SETORES da loja e da administração, assim como por área de vendas, por checkout, por tíquete e a venda média/dia 

DTC é o custo tributário a pagar, na diferença entre créditos e débitos 

VMD é o valor de venda diária por produtos, categorias, departamento 

Mas como saber se estamos PRODUZINDO MELHOR RESULTADO?

A DREF é o primeiro indicador de RESULTADO, pois acompanha (até diariamente) como está evoluindo a última linha, a partir dos lançamentos de VENDAS, LBF e DESPEASAS (com DTC e QUEBRAS)



A evolução do SALDO DE CAIXA mensal signalizará o RESULTADO



A relação COMPRA x VENDA mede eventual distorção no Capital de Giro



Finalmente, sua Contabilidade confirmará o DESEMPENHO!