

PREVISÃO DE VENDAS E COMPRAS.

Uma **previsão de vendas** é fundamental para um bom orçamento: em função das receitas deveremos dimensionar despesas, compras, investimentos. Mas previsões são exercício de futurologia...

Se você for otimista e jogar a previsão para cima, as compras, por exemplo, virão junto, claro. E, ao final do período, seu estoque estará mais elevado, prejudicando o giro e seu fluxo de caixa. Se tiver feito uma abordagem pessimista (e nas compras idem), haverá rupturas e você perderá vendas, por falta de mercadorias.

Lembre, sempre, que suprir a loja, especialmente comprando diretamente das indústrias (o que é mais barato) exigirá um período de tempo entre o pedido e as entregas. Por isto a previsão de vendas é tão importante e, quanto mais ajustada à realidade, menor a chance de erros.

Portanto, é melhor trabalhar com uma **PROJEÇÃO DE VENDAS**, que nada mais é do que o ajuste da previsão ao andamento REAL das vendas. Se você, eventualmente, errou na previsão, a projeção irá corrigir o erro e, por consequência, ajustar suas compras ao ritmo real dos negócios.

A planilha que estamos publicando faz este ajuste: ela começa com uma previsão mensal e distribui esta previsão por cada um dos dias, de cada semana do mês. Esta distribuição será feita a partir do percentual que cada dia representará sobre a semana: sextas e sábados, no geral, terão mais movimento que segundas ou terças. Também algumas semanas serão melhores do que outras: aquelas em que a população tem mais dinheiro deverão ter mais movimento.

Mas como saber que percentual colocar? Olhe para trás e planilhe a distribuição diária dos meses anteriores, para identificar um padrão, aproximado, por semanas e por dias de cada semana. Provavelmente o período entre os dias **29/30/01** e dias **10 a 15** terão vendas mais elevadas. As semanas do meio do mês serão piores...

Mas isto poderá variar de acordo com o tipo de clientes, por cidades, pelo calendário promocional de cada loja, concorrência, etc. Por isto será preciso planilhar as suas vendas do passado recente, para identificar qual é o padrão da **SUA LOJA**.

Mas uma vez feito este ajuste e colocados os percentuais para cada dia daquele mês, em seguida precisará ser preenchido o campo do percentual de compras a ser estabelecido sobre a venda prevista: qual o valor sobre as vendas?

Este percentual de compras dependerá de alguns fatores: qual é a margem média de preços com que normalmente opera? Se for **30 %**, por exemplo, o percentual deverá ser de **70 %**. O **LUCRO BRUTO DE FEIRANTES (LBF)** lhe ajudará para definir isto, pois ele indicará qual sua margem média de precificação.

Lembre, contudo, que o conceito **LBF não leva em conta as perdas, pois estas dependem de inventários**... Porém, se rotineiramente, uma família, categoria, etc, não conseguir realizar as compras dentro deste percentual indicado pelo **LBF, muito provavelmente haverá na operação perdas acima do normal**. Neste caso, a realização de inventários rotativos, específicos, será recomendável.

Definido este percentual de compras, a planilha calculará o total de compras permitido e irá distribuir as entradas projetadas para cada dia, de acordo com o andamento das vendas. Aqui, contudo, o mais importante são as **ENTRADAS PROJETADAS DA SEMANA**.

Para vender bem na sexta e sábado, é claro que as entradas deverão ser maiores na quinta e sexta. Logo, o importante será que, no total da semana, as entradas tenham sido correspondentes às vendas previstas em toda a semana e não dia a dia.

A planilha só deixa células livres para entrada de dados variáveis (as células em azul). São elas: o mês em questão, a venda total prevista, o percentual de compras total, os percentuais de vendas previstos por dia, as vendas realizadas diariamente, assim como as entradas efetivas na loja, por dia.

Com base nisto, ela irá calcular a **PROJEÇÃO** de suas vendas, as compras projetadas por dia e o *percentual de compras REAL* da loja, indicando qual o **SALDO DE COMPRAS** para o resto do mês, atualizado diariamente.

Esta planilha poderá ajudar a encontrar o equilíbrio entre compras e vendas, ***de modo a prevenir super estocagem como também evitar rupturas***. Poderá ser utilizada para orçamentos por categorias, seções, departamentos, famílias.