

CLASSIFICANDO OS SKUs DE SUA LOJA

Todos os produtos com os quais sua loja trabalha têm a mesma importância? *Claro que não: alguns vendem mais do que outros e nem todos têm a mesma lucratividade!*

Vamos usar, aqui, o conceito de “**LUCRO BRUTO DE FEIRANTES**”, ou seja: preço de venda menos o custo de aquisição da NF, o custo pago, na duplicata, para o fornecedor.

Mas e os impostos? Nesta abordagem trataremos os impostos como “despesas tributárias”.

Com esta abordagem fica mais simples saber a cada venda, a cada dia ou semana, o lucro bruto da operação: quanto recebemos pela venda e quanto pagamos por aquilo que foi vendido. A diferença é o **LUCRO BRUTO DE FEIRANTES**, com o qual as contas serão pagas.

Estabelecido este critério de lucratividade, voltemos à classificação dos produtos da loja, com base nestes dois indicadores: *quanto vendem e quanto é seu LBF*.

Um gráfico **ABC** das vendas, listaria os produtos que representam **50 %**, **30%** e **20%** do total. O primeiro grupo serão os “campeões” de suas vendas. O último será composto pelos “lanterninhas”, claro.

A mesma coisa deve ser feita com base no **LUCRO BRUTO DE FEIRANTES (LBF)**, onde cada produto estará em uma das três posições na curva **ABC**.

Distribuídos os produtos segundo estes dois indicadores, teremos uma matriz bidimensional extremamente útil, onde todos os produtos poderão estar em nove posições diferentes: **AA, AB, AC, BA, BB, BC, CA, CB, CC**.

As “estrelas” de sua loja serão os produtos da posição **AA**, os melhores em vendas e, simultaneamente, os de maior lucratividade. E os “pepinos” serão os da posição **CC**, a nona: os piores em vendas e também os de menor rentabilidade...

Os produtos prioritários em sua gestão de categorias, serão os **AA, AB, BA e BB**: os de maior contribuição às vendas e à rentabilidade. **Mas, quais são estes SKUs? Eles são o “filé mignon” do seu negócio e precisam ser administrados com uma lupa!**

Só é necessário registrar a venda física de todos os produtos, classificá-los em uma listagem **A** (50%), **B** (30%) e **C** (20%) do período. Depois, multiplicar esta quantidade pelo valor de venda do PDV, do dia. Fazer a mesma coisa com o valor da última NF de entrada, para precificar *quanto custou aquela a compra do que foi vendido*. A diferença entre os dois somatórios é o **LUCRO BRUTO DE FEIRANTES** do período, ignorando créditos e débitos nas transações do SKU, pois **o imposto a pagar será uma despesa tributária, a ser paga no mês seguinte**.

Lembrando que isto é dinâmico, alterando de acordo com sazonalidade, mudanças nas condições de mercado, na política de fornecedores, etc.