

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 feirante”, 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”. Da mesma forma como despesas com mão de obra, embalagens, energia, etc. Estas despesas, ao final do mês, precisam ser pagas com o que sobrar das vendas menos o que for pago aos fornecedores, ok?

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, 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 LB.

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 na lucratividade, 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...

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