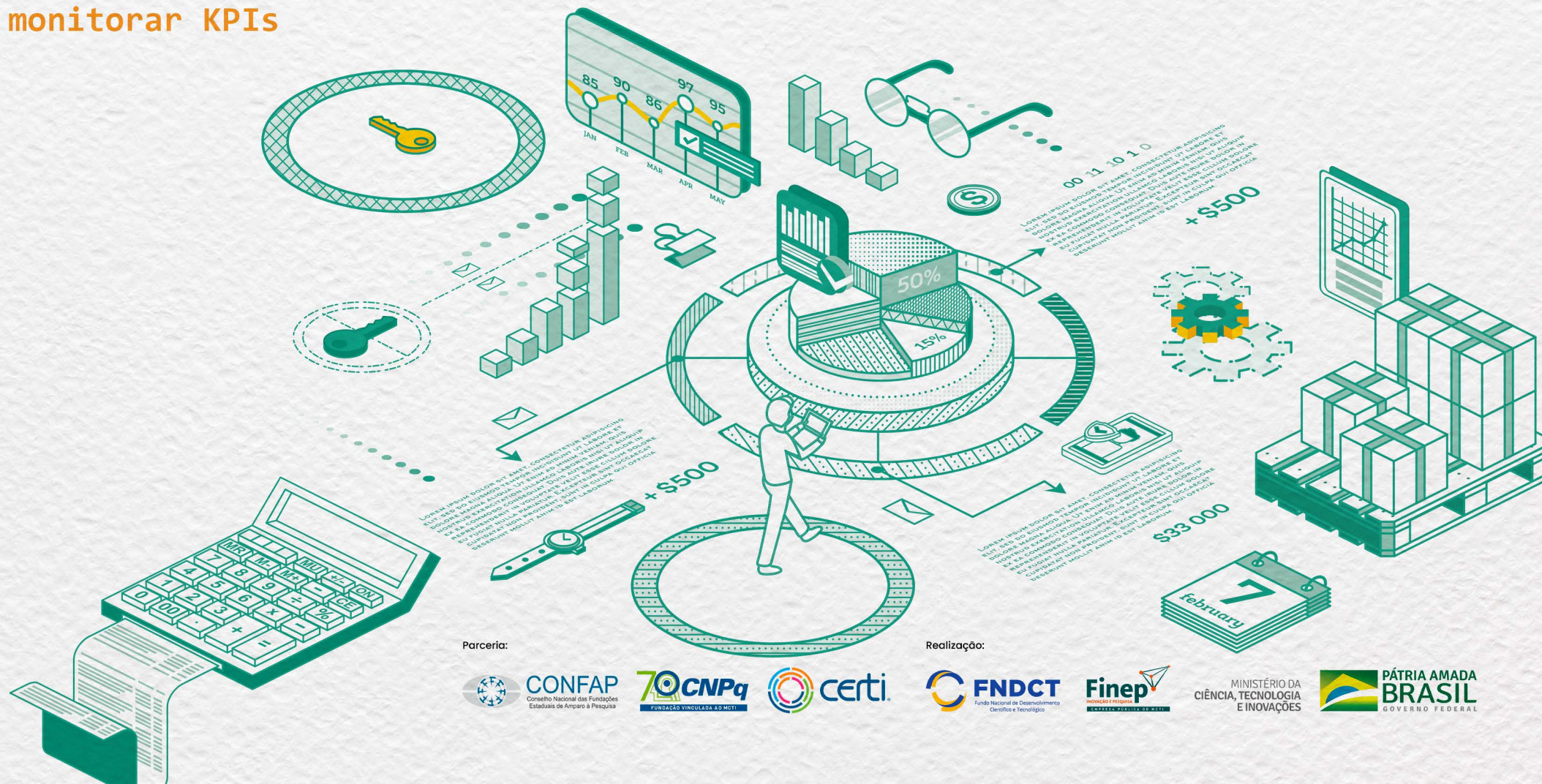


INDICADORES DE DESEMPENHO

Dicas rápidas para
construir e monitorar KPIs



Parceria:



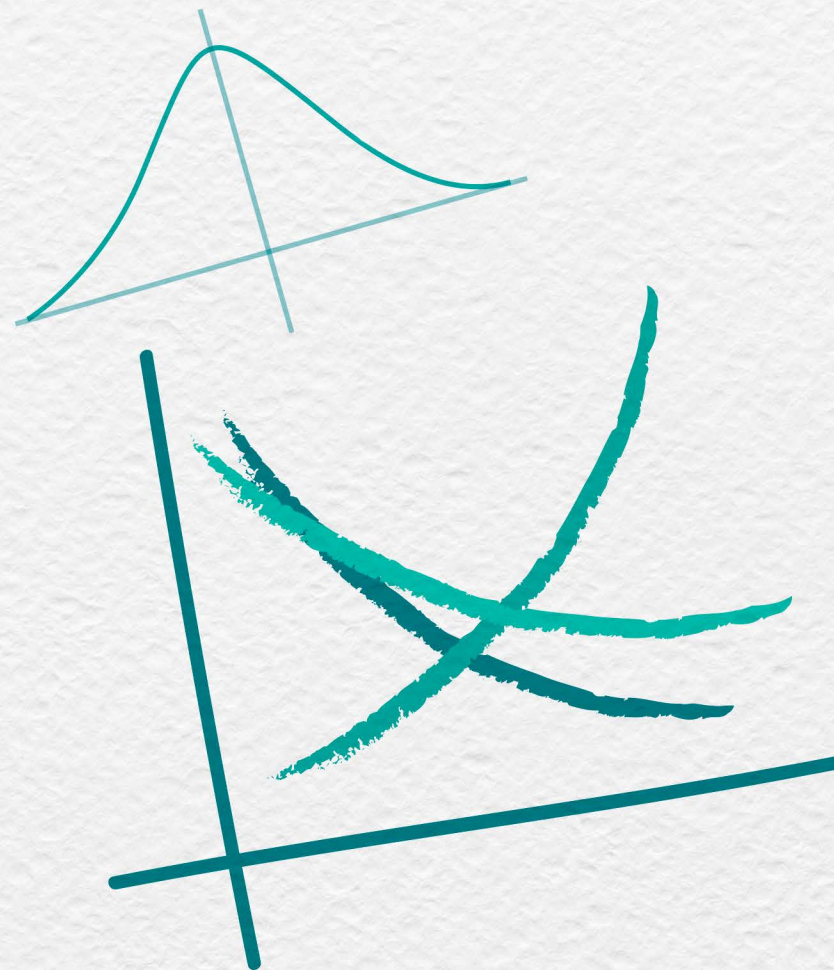
MINISTÉRIO DA
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E INOVAÇÕES



Realização:

Imagine que você é um viajante, e a bordo da sua moto e com a sua mochilinha nas costas, roda o Brasil desbravando novos lugares. Você ama viajar e está pilotando pelas estradas brasileiras, realizando o sonho de conhecer todas as capitais das 25 unidades federativas em que o Programa Centelha atua. Muito chique, não é mesmo?!

Tudo fluía tranquilamente quando, de repente, uma pane inesperada apagou todos os sinais de indicadores do painel da sua moto! Qual seria a sua atitude ao não ter informações e dados concretos nessa situação? Você se arriscaria na estrada, podendo até sofrer um acidente, colocando a sua vida e de outras pessoas em risco, ou procuraria uma oficina mecânica imediatamente a fim de obter informações concretas e o controle desses dados novamente?



$$f(x) = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} e^{-(x-\mu)^2/(2\sigma^2)}$$

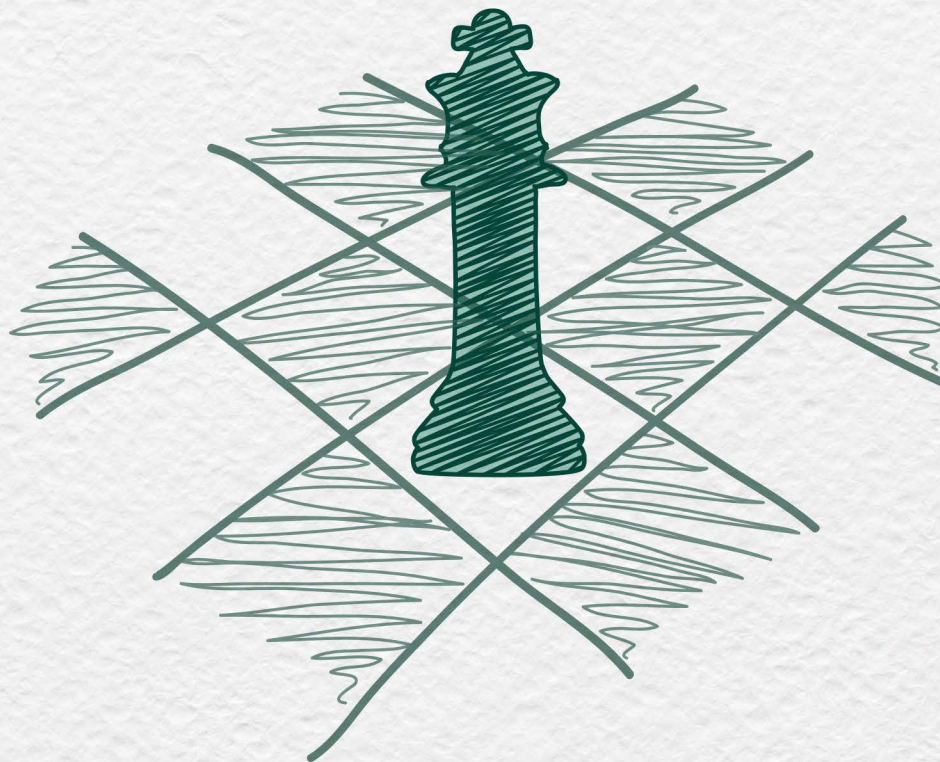
Em todos os processos que fazemos diariamente, somos conduzidos por métricas. Desde os primórdios das nossas vidas, somos continuamente avaliados por dados.

Nos primeiros anos da escola, por exemplo, precisamos cumprir tarefas, somos avaliados por nossa presença e recebemos o boletim com as notas, que são nossos dados de aprendizado e desempenho escolar.

E assim acontece ao longo da nossa vida, em relação a nossa saúde, nosso trabalho, nossas finanças, que estão sempre condicionados a um conjunto de indicadores e nos alertam sobre como estamos desempenhando o nosso papel.

E você acha que com a sua empresa seria diferente?

Claro que não! Para saber o caminho que está percorrendo é imprescindível monitorar continuamente os seus indicadores e, mais ainda, é preciso estabelecer uma cultura organizacional que permita refletir sobre os dados, pois muitas vezes, não basta apenas ter um software de gestão para fins de cumprimento das normas contábeis e tributárias, é preciso entender o seu faturamento, os seus custos, suas despesas, sua produtividade, a efetividade das suas ações de marketing, sua taxa de conversão de clientes, o seu lucro, entre outros!



Apesar de parecer fácil, nem sempre essa atividade é priorizada por uma parcela considerável dos empresários. Ainda é bastante comum que muitos se dediquem inteiramente ao operacional, sem entender minuciosamente os seus processos e, assim, perdem o controle gerencial do seu negócio. Mas como já dizia William Deming: **"O que não pode ser medido, não pode ser gerenciado"**.

Pensando nessa questão, a Equipe Centelha preparou o material abaixo com algumas dicas para ajudar você a construir e monitorar os indicadores da sua empresa.



TIPOS DE INDICADORES



Existem nove tipos de indicadores mais conhecidos que podem ser usados para medir o desempenho de todas as partes de uma empresa. São eles:

1.

Indicadores de produtividade

Avaliam o rendimento e eficiência de cada colaborador a partir de sua produtividade em relação às entregas

2.

Indicadores de qualidade

Compreendem qualquer desvio ou não conformidade ocorrida durante um processo produtivo.

3.

Indicadores de capacidade

Mensuram a capacidade de resposta de um processo.

4.

Indicadores estratégicos

por meio deste, é possível descobrir onde está a empresa em relação aos objetivos que foram estabelecidos anteriormente.

5.

Indicadores de lucratividade

São compostos pela relação percentual entre o lucro e as vendas totais da sua empresa.

6.

Indicadores de rentabilidade

É a relação percentual entre o lucro e o investimento feito na empresa.

7.

Indicadores de competitividade

Medem a relação da empresa com a concorrência.

8.

Indicadores de valor

demonstram o valor percebido pelo cliente, ou seja, o quanto ele está disposto a pagar.

9.

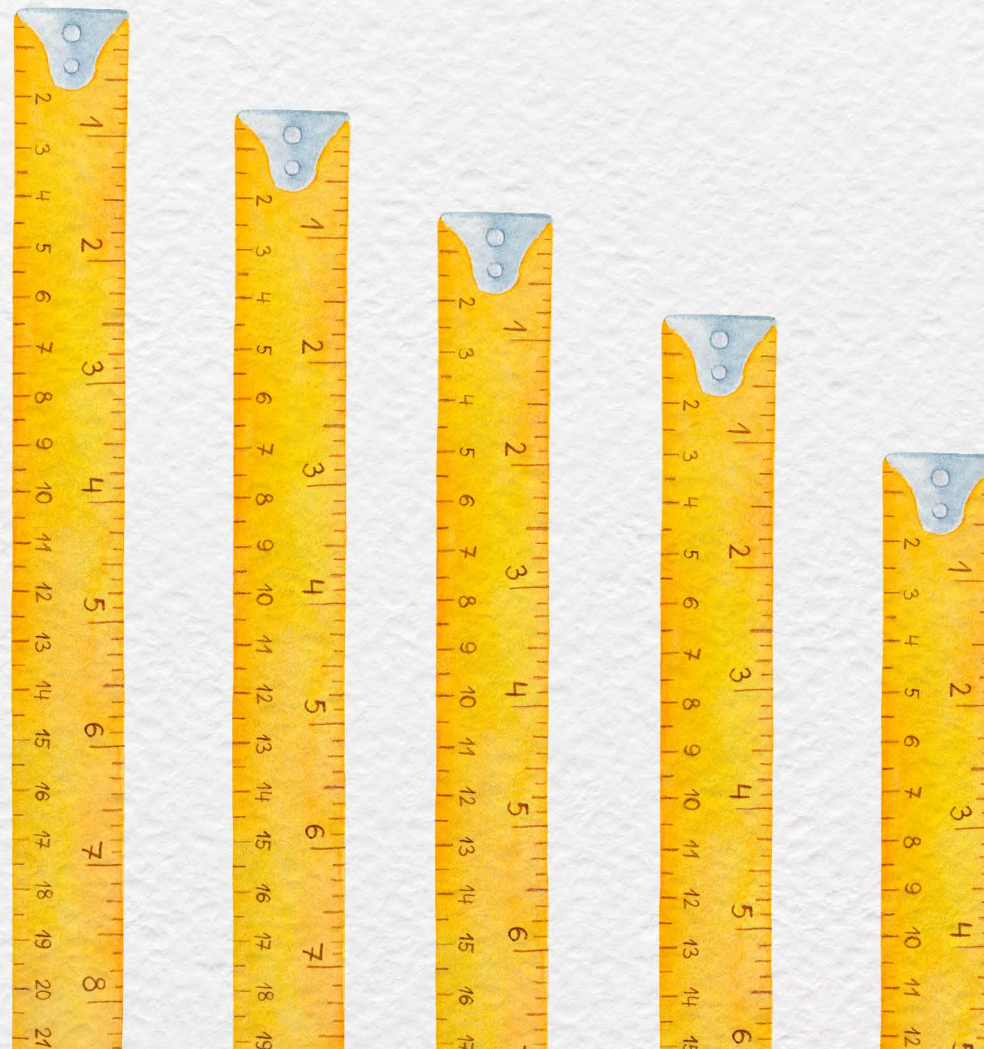
Indicadores de turnover

Relação entre o tempo médio de permanência de cada colaborador na empresa.

DEFININDO OS INDICADORES DE DESEMPENHO PARA A SUA EMPRESA

É muito comum que os empreendedores se perguntem como definir indicadores para o seu negócio, visto que existe uma imensidão de tipos de negócios, diferentes setores, assim como diversos departamentos dentro de uma mesma empresa, sendo dessa forma impossível definir um padrão que se adeque a todo e qualquer negócio. Além disso, cada empresa deve definir suas metas e a sua forma de mensurar os seus resultados.

Por isso, separamos alguns exemplos que podem te ajudar a construir o padrão para a sua empresa:



1.

Faturamento por m²

Medir o desempenho do faturamento por área útil da loja.

2.

Faturamento por funcionário

Medir o desempenho do faturamento pelo número de funcionários contratados.

3.

Lucro Líquido da Loja

Medir o resultado operacional da loja

4.

Lucratividade da loja

Medir o quanto de lucro é auferido do faturamento total da loja.

5.

Rentabilidade da Loja

Medir o desempenho do resultado na relação com o montante investido na loja.

6.

Participação de Vendas à vista

Medir a participação das vendas à vista no faturamento total da loja.

7.

Participação de Vendas a prazo

Medir a participação das vendas à prazo no faturamento total da loja.

8.

Disponibilidade de caixa

Medir a disponibilidade de recursos em caixa.

9.

Disponibilidade de capital de giro

Medir a disponibilidade de recursos para capital de giro.

10.

Inadimplência

Medir o nível de inadimplência dos clientes com a loja.

11.

Compras à vista

Medir a participação das compras à vista no faturamento total da loja.

12.

Compras à prazo

Medir a participação das compras à prazo no faturamento total da loja.

13.

Estoque em dias

Medir o tempo de cobertura de um estoque.

14.

Estoque em valor

Medir o valor monetário do estoque.

15.

Giro de Estoque

Medir o número de vezes, durante um período, em que o estoque foi renovado.

16.

Índice de Liquidez

Medir a capacidade de pagamento da empresa frente a suas obrigações.

17.

Endividamento

Medir a participação do capital de terceiros sobre o valor da empresa.

18.

Margem de Contribuição

Medir a contribuição dos lucros das vendas sobre os custos e despesas da loja.

19.

Ponto de Equilíbrio

Medir a necessidade de vendas para empatar as receitas e os custos.

20.

Participação dos impostos

Medir o impacto financeiro da tributação sobre o faturamento total da loja.

1.

Satisfação dos clientes

Medir o grau de satisfação do cliente.

2.

Ticket médio

Medir o valor médio de vendas por cliente.

3.

Itens por venda

Medir o número médio de itens por venda.

4.

Vendas por canal

Medir o peso de retorno de cada canal sobre o faturamento total da loja.

1.

Turn over

Medir a rotatividade de funcionários.

2.

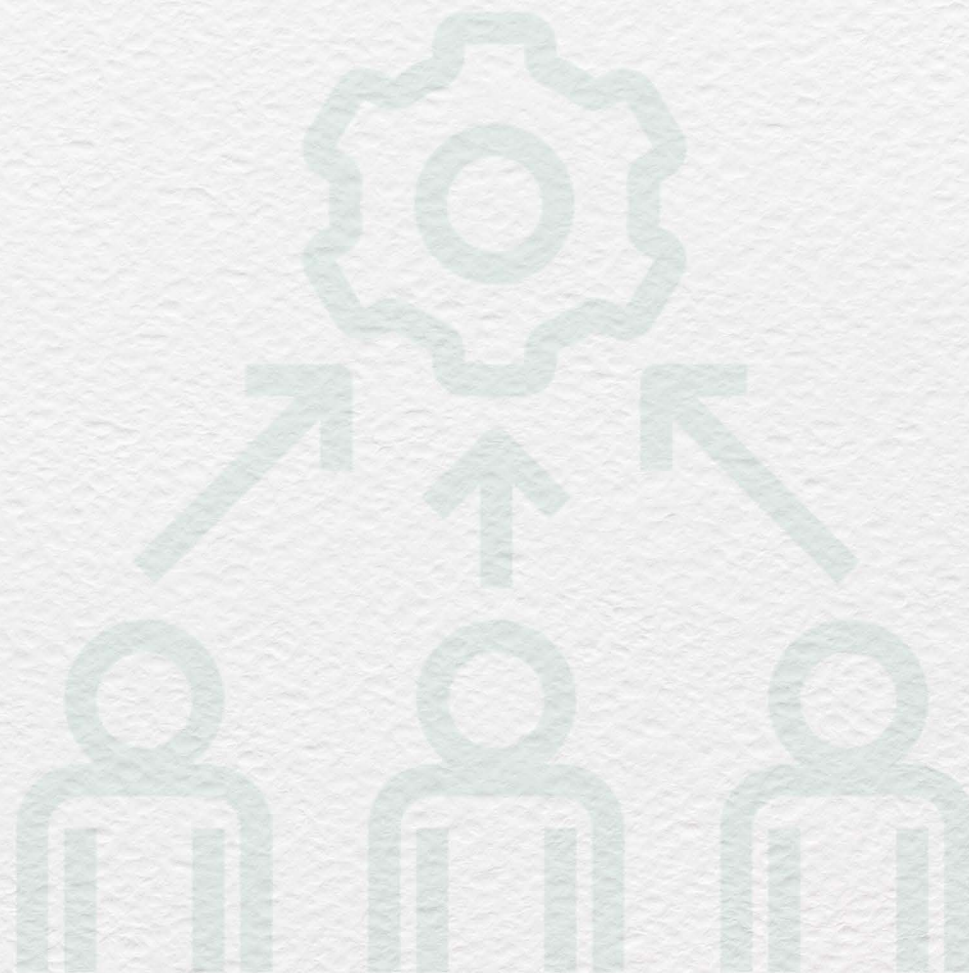
Absenteísmo

Medir o nível de absenteísmo na empresa.

3.

Custo com Hora Extra

Medir o quanto onera no orçamento de empresa.



1.

Número de visitante

Medir a quantidade de usuários que acessam.

2.

Taxa de rejeição

Medir a quantidade de usuários que deixam o site logo na primeira página

3.

Taxa de Conversão

Medir a proporção de vendas efetivadas em relação ao número de visitas.

4.

Carrinho abandonado

Medir o número de desistências de compra (não efetivação da venda).

5.

Reversa

Medir a quantidade de retorno de mercadorias (defeito, erro no pedido, arrependimento, etc.).

6.

Conta Frete

Medir o custo de frete + custo de logística reversa + tributos.

7.

Tempo de vida do pedido

Medir o tempo médio desde o fechamento da venda até a entrega do pedido.

1.

Participação das Categorias Destino no Faturamento

Medir a participação de determinadas Categorias de Destino sobre o faturamento

3.

Perdas

Medir o quanto há de perdas por quebra, furto, perecibilidade.

5.

Frequência de compras

Medir a quantidade de vezes em que uma compra é realizada em determinado período.

2.

Distribuição da loja

Medir como está a distribuição da loja na proporção da área de vendas e de estoque.

4.

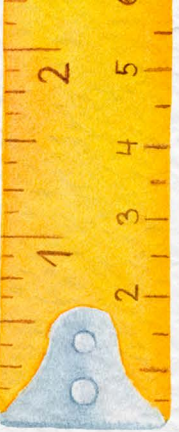
Nº de fornecedores

Medir a quantidade de fornecedores da loja.

6.

Participação das compras por fornecedor

Medir a participação de compras de determinado fornecedor em relação ao volume total de compras. (Grau de dependência).



SERVIÇOS



1.

Número de serviços prestados por mês

Medir a quantidade de serviços prestados no mês.

3.

Resolução de demandas

Medir o número de demandas resolvidas em relação ao número de demandas recebidas.

5.

Número de horas dedicadas na execução do projeto

2.

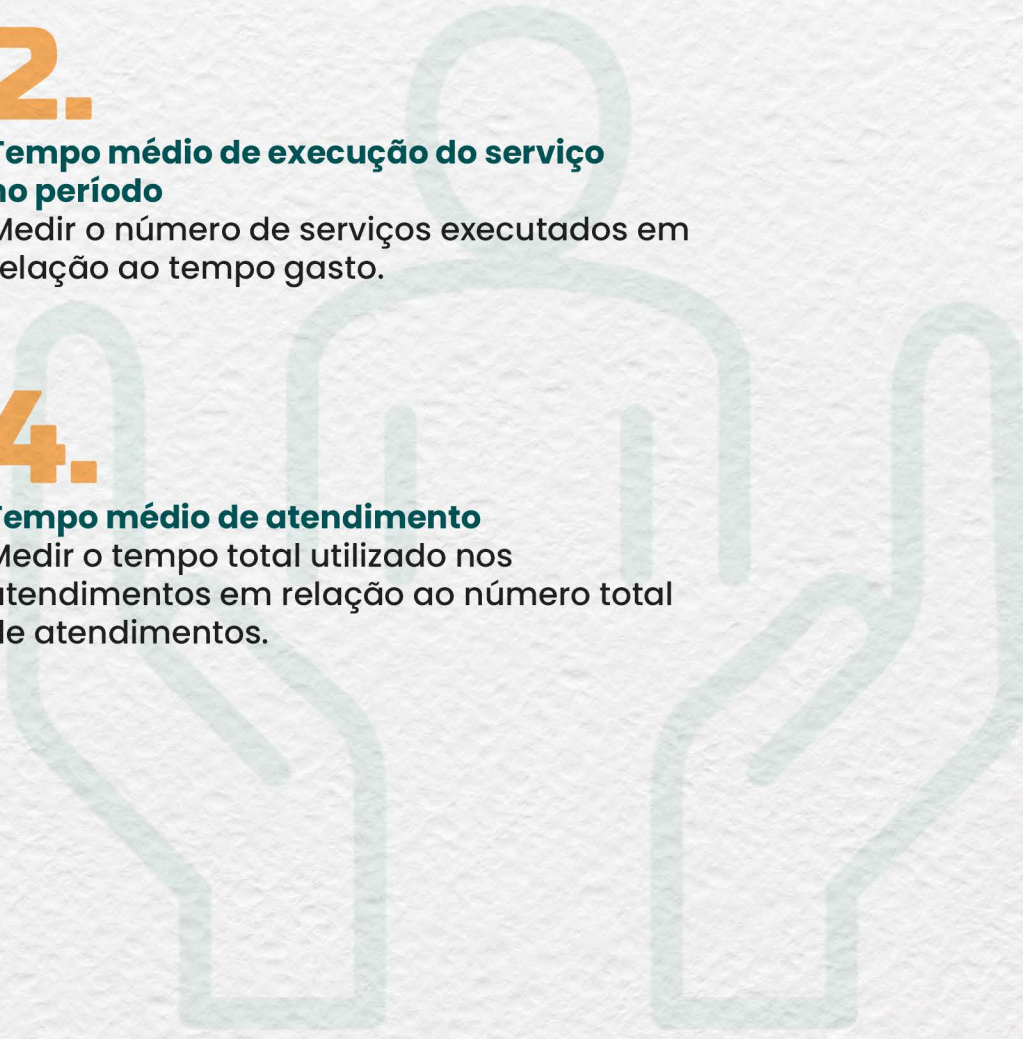
Tempo médio de execução do serviço no período

Medir o número de serviços executados em relação ao tempo gasto.

4.

Tempo médio de atendimento

Medir o tempo total utilizado nos atendimentos em relação ao número total de atendimentos.



1.

Número de peças produzidas no período

Medir a capacidade de produção em determinado período.

2.

Produtividade por funcionário no período

Medir total de peças em relação ao total de funcionários, em determinado período (hora, mês)

3.

Utilização da capacidade instalada

Medir o número de demandas resolvidas em relação ao número de demandas recebidas.



DICAS IMPORTANTES





Defina objetivos e metas

Antes de estipular os indicadores propriamente ditos, é necessário estabelecer os seus objetivos para, a partir de então, associar ao indicador que permitirá visualizar se os objetivos e as metas dispostas foram alcançados.

OKR



Saiba o que
são OKRs e como
utilizar essa
ferramenta
[clikando aqui!](#)



**Menos
é mais!**

Uma pergunta muito pertinente que sempre surge por parte dos empreendedores é sobre o número de indicadores a serem monitorados. A resposta é ter a nítida compreensão de que os indicadores servem como auxílio de mensuração de alcance dos seus objetivos. Logo, é sempre bom lembrar que menos é mais! Sendo assim, é preciso definir uma quantidade razoável que você consiga acompanhar.



Além disso, acompanhar indicadores que não se alinham aos objetivos gerará trabalho desperdiçado e perda de efetividade, em termos de resultados práticos, e podem representar um trabalho que não contribui para a competitividade e êxito da empresa.



Tenha uma ferramenta de monitoramento

Construa uma planilha ou adquira um software que permita monitorar continuamente os indicadores ao longo dos meses.



Tenha constância

Crie o hábito de reservar um tempo para analisar os dados e identificar melhorias, pois de nada adianta colher informações, tê-las em planilhas, anotações e nunca as usar estrategicamente em prol de resultados.

[illegible]

Dessa forma, a empresa em questão, pode escolher estratégias diversas, como por exemplo, ao invés de prospectar novos clientes, fazer com que os clientes já existentes na empresa comprem mais, ampliando o ticket médio e, conseqüentemente, o seu faturamento.

Como dito anteriormente, cada empresa é uma empresa e, por isso, cada qual tem suas próprias especificidades, objetivos e metas, que precisam ser estudadas e trabalhadas ao longo das análises. Por isso, conheça o seu mercado, os seus clientes, trace as suas estratégias e monitore continuamente os seus indicadores.

Fonte:

Runrun.io
SEBRAE /BA
SEBRAE NACIONAL



Bom proveito!

Confira outros materiais em nosso site

VER OUTROS MATERIAIS!

Assine nossa newsletter!

RECEBER NOVIDADES!

Parceria:



CONFAP
Conselho Nacional das Fundações
Estaduais de Amparo à Pesquisa



MINISTÉRIO DA
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E INOVAÇÕES



Realização: