

## Rentabilidade na Prática

Transforme sua margem, criando Experiências de Compras que fidelizam.



Leandro de Oliveira  
*Fundador | Ceo Prcing Solution*



Autor do Livro: **Gestão de Pricing** –  
Precificação Estratégica & Rentabilidade  
(Coleção Varejo Em Foco)



Fundador/CEO:



Professor Especialista Convidado no MBA  
em Gestão de Atacado e Varejo -  
Kroton/Anhanguera Educacional



+25 Anos de varejo,  
atuando com:  
- Inteligência Mercado,  
- **Pricing**,  
- Gerenciamento Categorias.

Atuação Canais:

- Supermercados
- Hipermercados
- Atacado
- Farmácia
- **Material Construção**



Busca:  
Espiritualidade, família,  
servir, desenvolvimento.

**FEICON  
BATIMAT**

**MATCON**



**Investimento Indústria  
& Rentabilidade**

**EBITDA: 4,47%**



**SUPERMERCADO**



**Investimento Indústria  
& Rentabilidade**

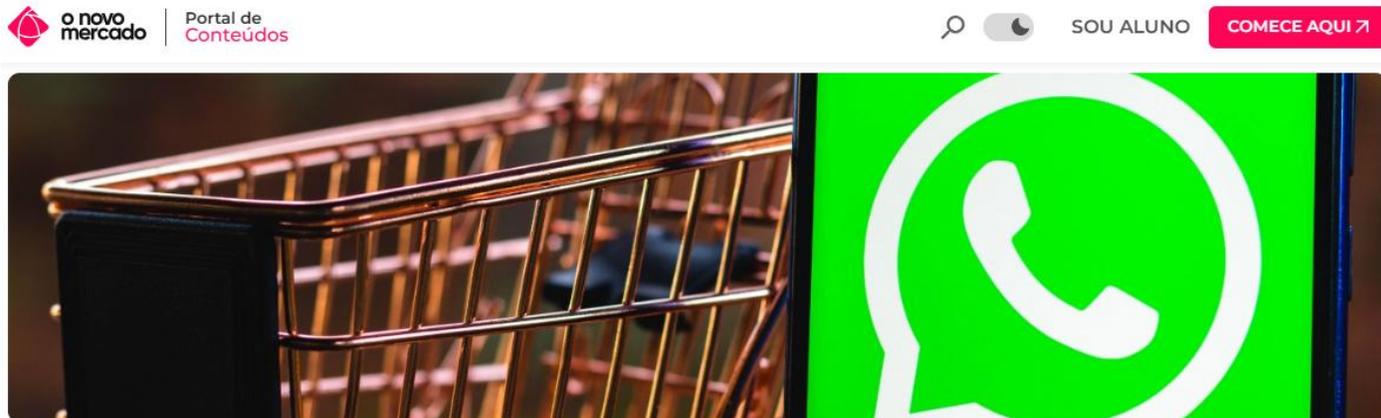
**EBITDA: 4,66%**



**Investimento Indústria  
& Rentabilidade**

**EBITDA: 6,67%**

“O consumidor está prestando cada vez mais atenção aos valores e como seus produtos e práticas estão engajados com causas sociais”



75% dos consumidores estão dispostos a pagar mais caro por melhor experiência online



e-commercebrasil  
EXCELÊNCIA EM E-COMMERCE

51% dos consumidores pagariam mais caro para ter uma boa experiência, diz Reclame AQUI

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/51-pagam-pela-experiencia>

<https://onovomercado.com/blog/75-dos-consumidores-estao-dispostos-a-pagar-mais-carro-por-melhor-experiencia-online>

<https://www.mundodomarketing.com.br/maioria-dos-consumidores-estao-dispostos-a-pagar-mais-carro-em-uma-marca-que-oferece-uma-bo-a-experiencia-afirma-octadesk>

“O consumidor está prestando cada vez mais atenção aos valores e como seus produtos e práticas estão engajados com causas sociais”

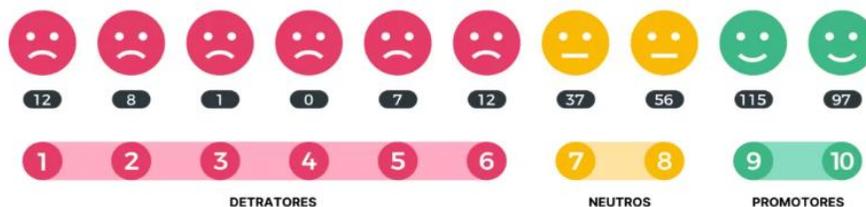
O QUE TEM A VER O RECLAME AQUI COM MEU PREÇO??



E O NPS??

Como calcular o NPS (Net Promoter Score)

NET PROMOTER SCORE



$NPS = \% \text{ PROMOTORES} - \% \text{ DETRATORES}$



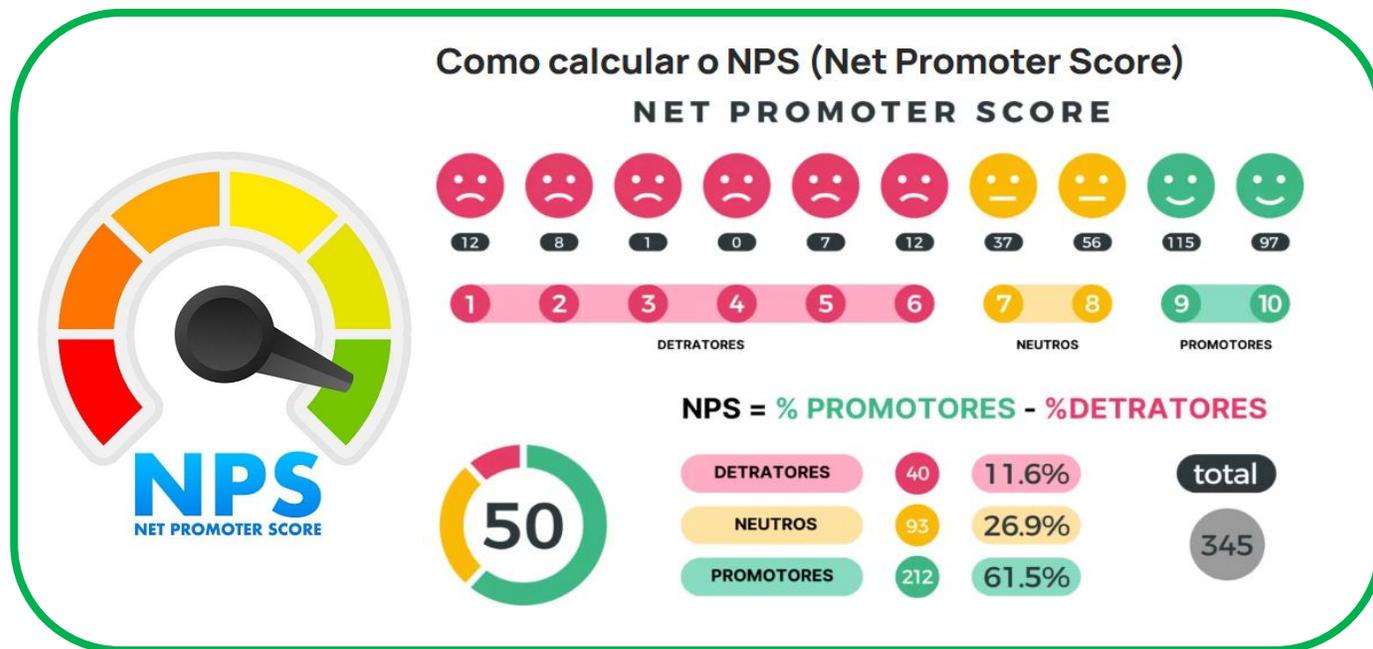
Category	Count	Percentage
DETRATORES	40	11.6%
NEUTROS	93	26.9%
PROMOTORES	212	61.5%
<b>total</b>	<b>345</b>	



O QUE TEM A VER O RECLAME AQUI COM MEU PREÇO??



E O NPS??





## COMPETITIVIDADE

Uma marca não é mais o que nós dizemos que é, e sim o que os consumidores dizem uns aos outros sobre o que ela é.



Scott Cook

PENSADOR



**O QUE SEUS CONSUMIDORES ESTÃO DIZENDO DO SEU PREÇO??**

**Percepção de ~~Preço~~ Valor!**



# Preço transformado em Valor



O futuro já chegou.

.Sincomavi

qual o preço do cimento cp II em campinas

Leandro, encontrei algumas opções recentes para o cimento CP II na região de Campinas:

- **Cimento Tupi CP II 32 (50kg):** a partir de **R\$ 29,00** na loja **333OBRA**, com entrega rápida e possibilidade de frete grátis dependendo da região.
- **Cimento Nacional CP II E-32 (50kg):** disponível na **Obramax**, com boa resistência e secagem rápida — ideal para concreto armado e argamassas.
- Também há boas ofertas na **Leroy Merlin**, com marcas como Votoran, Mizu e CSN, mas os preços variam conforme estoque e promoções locais.

Vale lembrar que o valor pode oscilar conforme a marca, a quantidade comprada e o tipo de entrega. Se quiser, posso te ajudar a montar uma lista de compras com o melhor custo-benefício para sua obra. Quer seguir por esse caminho?



O futuro já chegou.

.Sincomavi

qual o preço da areia lavada grossa em campinas

Leandro, encontrei algumas opções interessantes para **areia lavada grossa** em Campinas:

- Na **Comercial Terra Prometida**, o preço está em torno de **R\$ 4,40 por lata** (lembrando que 1 metro cúbico equivale a 50 latas).
- Algumas distribuidoras como a **J.S. Teixeira** e a **Areião Vitória** também atuam na região com entrega rápida e preços competitivos, mas é necessário solicitar orçamento direto com eles.
- A **Leroy Merlin** oferece areia lavada em diferentes granulometrias, com preços que variam conforme a embalagem e a disponibilidade local.

Se quiser, posso te ajudar a comparar os fornecedores com base em volume, frete e forma de pagamento — ou até montar uma planilha de custo para sua obra. Quer seguir por esse caminho?



O futuro já chegou.

.Sincomavi

monte uma planilha de custos, para reforma geral em um banheiro de 5x3 metros. Considerando a troca de piso, azulejo, vaso, pia e se tiver mais alguma recomendação.

Quero utilizar material de primeira qualidade



Claro, Leandro! Aqui está uma sugestão de **planilha de custos** para uma reforma completa de um banheiro de 5x3 metros (15 m<sup>2</sup>), com **materiais de alto padrão** e mão de obra especializada:

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Subtotal (R\$)
<b>Piso Porcelanato Premium</b>	60×60 ou 90×90, antiderrapante	15 m <sup>2</sup> + 10% reserva	150,00	2.475,00
<b>Revestimento de Parede</b>	Porcelanato ou cerâmica de alto padrão	30 m <sup>2</sup> (parede total)	130,00	3.900,00
<b>Argamassa e Rejunte</b>	Piso e parede	6 sacos + rejunte	80,00	480,00
<b>Vaso Sanitário com Caixa Acoplada</b>	Design moderno, marca premium	1 unidade	1.200,00	1.200,00
<b>Pia com Cuba e Gabinete</b>	Mármore ou granito + cuba de apoio + MDF naval	1 conjunto	3.500,00	3.500,00
<b>Metais (torneira, registros, ducha)</b>	Linha luxo (Deca, Docol, etc.)	Kit completo	2.000,00	2.000,00

<b>Box de Vidro Temperado</b>	Incolor ou fumê, com roldanas aparentes	1 unidade	1.800,00	1.800,00
<b>Espelho com LED embutido</b>	Design moderno	1 unidade	900,00	900,00
<b>Iluminação e Elétrica</b>	Spots, arandela, fiação, tomadas	Kit completo	1.200,00	1.200,00
<b>Forro de Gesso + Pintura</b>	Teto com acabamento liso e pintura acrílica	15 m <sup>2</sup>	90,00	1.350,00
<b>Impermeabilização</b>	Piso e paredes até 1,20m	20 m <sup>2</sup>	60,00	1.200,00
<b>Mão de Obra Especializada</b>	Demolição, instalação, acabamento	Pacote completo	—	6.000,00

**Total Estimado: R\$ 26.005,00**

Esse valor pode variar conforme a marca dos materiais, região e complexidade da obra. Se quiser, posso transformar isso em uma planilha Excel com fórmulas automáticas e espaço para orçamentos reais. Quer que eu monte isso pra você?

qual melhor loja para eu fazer esta compra, em Campinas

-  **C&C Casa e Construção** – Localizada na Rod. Dom Pedro, com ampla variedade e bom atendimento <sup>1</sup>
-  **Metrópolis Atacadista** – Ideal para quem busca economia em compras maiores. Fica na Rua Prof. Herculano Gouveia Jr, 630. [Site](#)
-  **Abacherli Materiais para Construção** – Loja tradicional com boas avaliações, na Rua Mogi Mirim, 530 <sup>2</sup>

Se você estiver focando em acabamentos e louças para o banheiro, a **ABC da Construção** e a **Leroy Merlin** são ótimos pontos de partida. Já se quiser economizar no básico, vale conferir a **Metrópolis** ou a **Abacherli**.

Quer que eu te ajude a montar uma lista de compras com base na sua planilha para facilitar os orçamentos?



com base em que você recomenda a metropolis como melhor opção em basics

Ótima pergunta, Leandro — e você está certíssimo em querer entender o porquê da recomendação.

A **Metrópolis Atacadista** se destaca em Campinas por oferecer uma linha bem completa de **materiais básicos para obra**, como cimento, argamassa, tubos, conexões, impermeabilizantes, ferragens e ferramentas, com preços bastante competitivos. Por exemplo:

- **Cimento Tupi 50kg** por R\$ 31,10
- **Argamassa 20kg uso interno** por R\$ 14,90

- **Tubo esgoto 100mm 6m Tigre** por R\$ 99,03
- **Registro soldável 50mm com união** por R\$ 29,90
- **Vedacit 18kg** por R\$ 137,90 <sup>1</sup>

Esses são itens essenciais para a fase estrutural da sua reforma, e os preços estão entre os mais acessíveis da região. Além disso, a loja funciona em formato atacadista, o que favorece quem compra em maior volume — mesmo que seja só para um cômodo como o banheiro.

Se quiser, posso montar uma comparação de preços entre a Metrópolis e outras lojas como Leroy Merlin ou Telhanorte, com base na sua lista de compras. Isso te ajudaria a decidir onde vale mais a pena comprar cada item. Quer que eu faça isso?



com base em que você  
recomenda a metropolis  
como melhor opção em  
basicos

<b>Item</b>	<b>Metrópolis</b>	<b>Leroy Merlin</b>	<b>Telhanorte</b>
Cimento CP II 50kg	R\$ 31,10	R\$ 34,90	R\$ 33,50
Argamassa AC-I 20kg	R\$ 14,90	R\$ 17,90	R\$ 16,50
Vedacit 18kg	R\$ 137,90	R\$ 149,90	R\$ 145,00
Tube Esgoto 100mm (6m)	R\$ 99,03	R\$ 109,90	R\$ 105,00
Registro soldável 50mm	R\$ 29,90	R\$ 34,90	R\$ 32,90
Assento sanitário comum	R\$ 49,90	R\$ 59,90	R\$ 54,90
Chuveiro elétrico 220V simples	R\$ 79,90	R\$ 89,90	R\$ 84,90

crie um cronograma para esta obra

- A **Metrópolis** continua sendo a mais vantajosa para materiais básicos e estruturais.
- A **Leroy Merlin** e a **Telhanorte** oferecem mais variedade em acabamentos e itens de design.

Se quiser, posso gerar um PDF com essa tabela para você levar às lojas ou até montar uma versão interativa em Excel para simular o total por loja. Quer que eu prepare isso?

## Cronograma da Reforma do Banheiro

### Semana 1: Planejamento e Orçamentos

- Definir o projeto final e os materiais necessários.
- Solicitar orçamentos em lojas de Campinas.
- Comprar os materiais essenciais.

### Semana 2: Demolição e Preparação

- Remover os revestimentos antigos e preparar a estrutura.
- Verificar a parte hidráulica e elétrica.

### Semana 3: Instalação e Acabamentos

- Instalar os novos revestimentos e louças.
- Finalizar os acabamentos e pintura.

### Semana 4: Limpeza e Finalização



O futuro já chegou.

.Sincomavi



- Telhas solares

- Madeira translúcida



- Hidrocerâmica

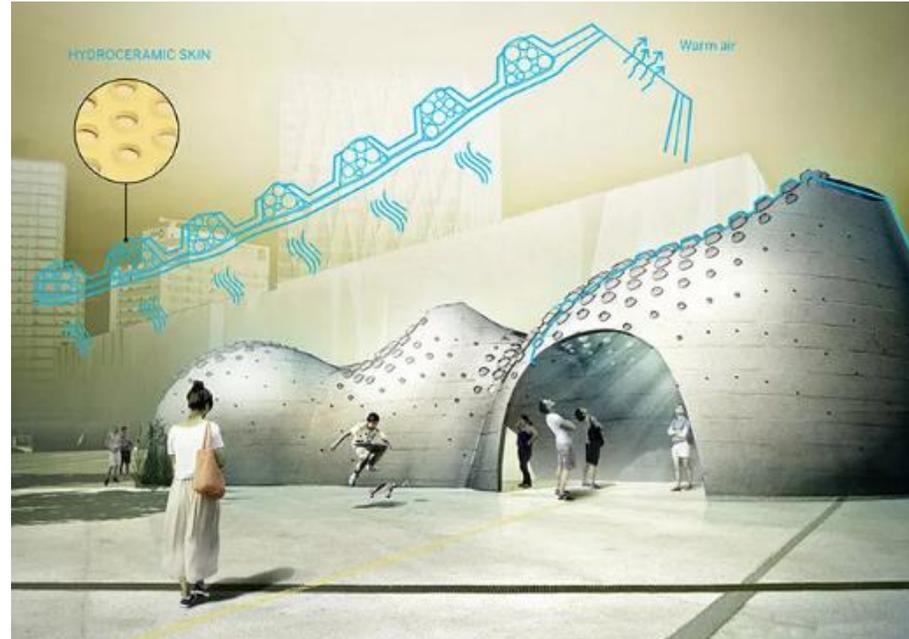
- Bioconcreto



- Contrapiso autonivelante



- Espuma de alumínio



- Aço reciclável



- Concreto bioreceptivo



- Geomembranas



- Tijolo que aspira a poluição do ar

**Breathe Brick**



O futuro já chegou.

.Sincomavi



O futuro já chegou.

.Sincomavi



O futuro já chegou.

.Sincomavi



Assim como o carro do google. Foi criado um cd virtual e simulado cada um dos agentes, simulando cada uma dos colabores. Criaram ambientes simulados de IA e otimização de rotas, de milhões de opções e todos cenários possíveis a partir de Gêmeo Digital.

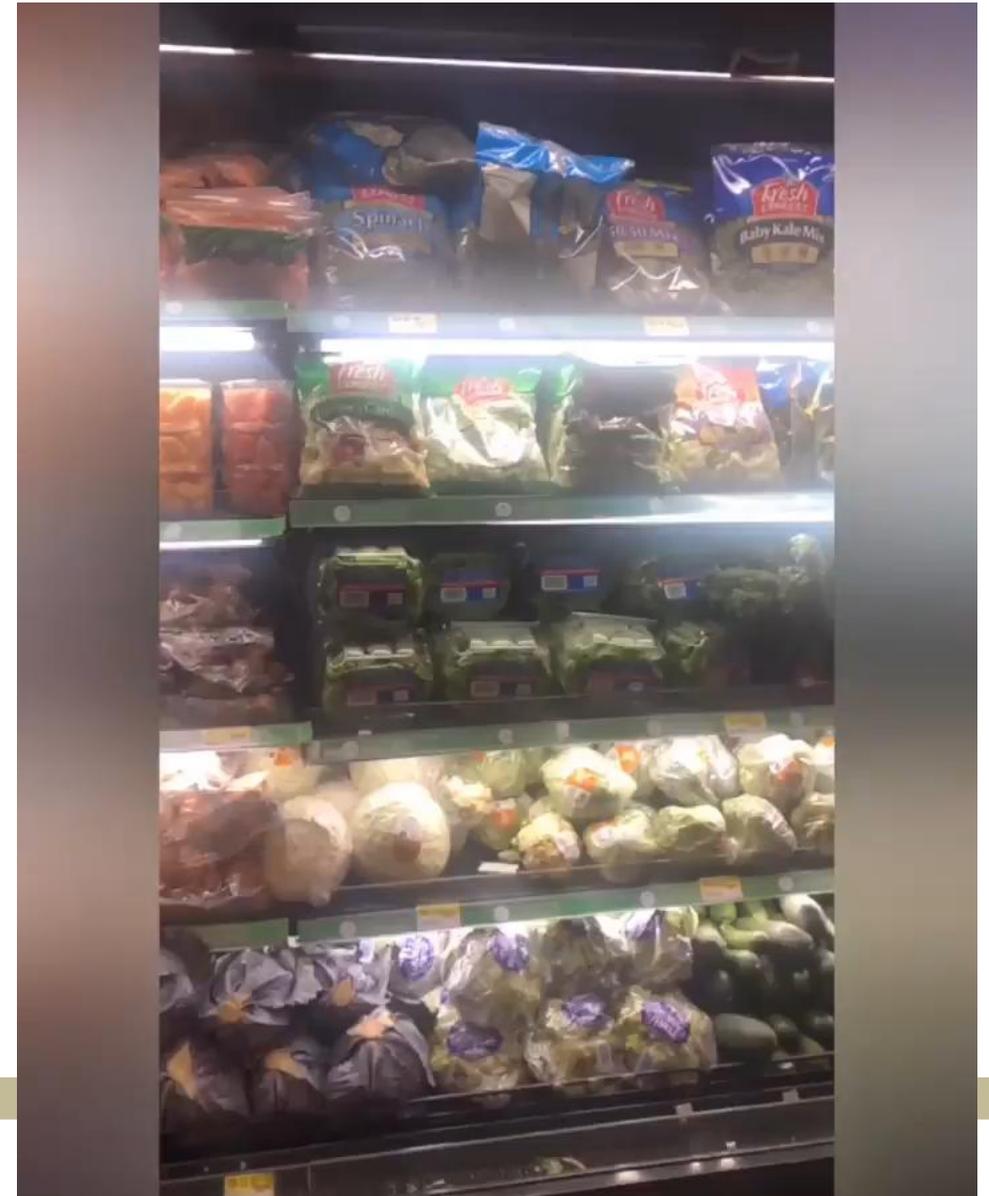


O futuro já chegou.

.Sincomavi



Conforme mudanças realizadas , o otimização da inteligência de loja, analise de dados e ajustes. Criação de 3D de todas as 2k lojas e realizada a mesma coisa. Simulação de planograma, layout, clima. Cada loja com seu planograma de acordo a sua realidade.



O futuro já chegou.

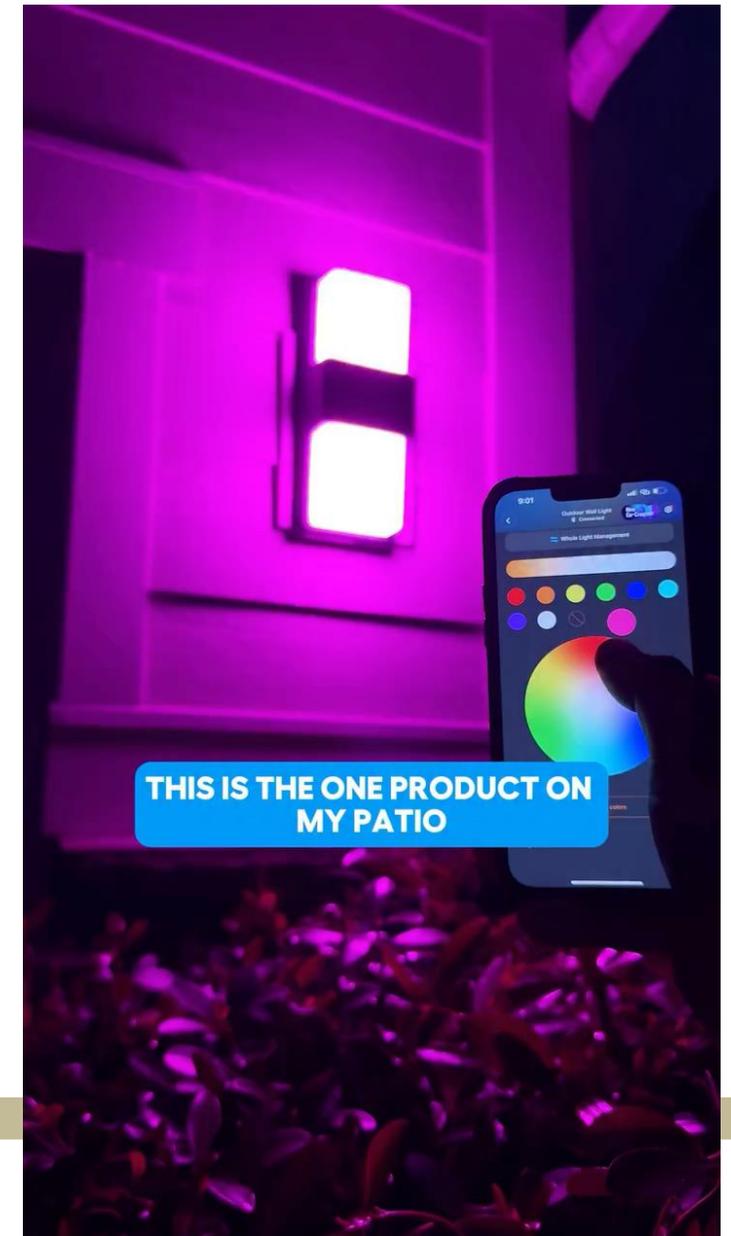
.Sincomavi



**NAVEGAÇÃO POR REALIDADE AUMENTADA:** o cliente usa o app da Lowes, pode apontar a câmera do celular e ver setas virtuais no chão.

Redução de custo e aumento de eficiência.

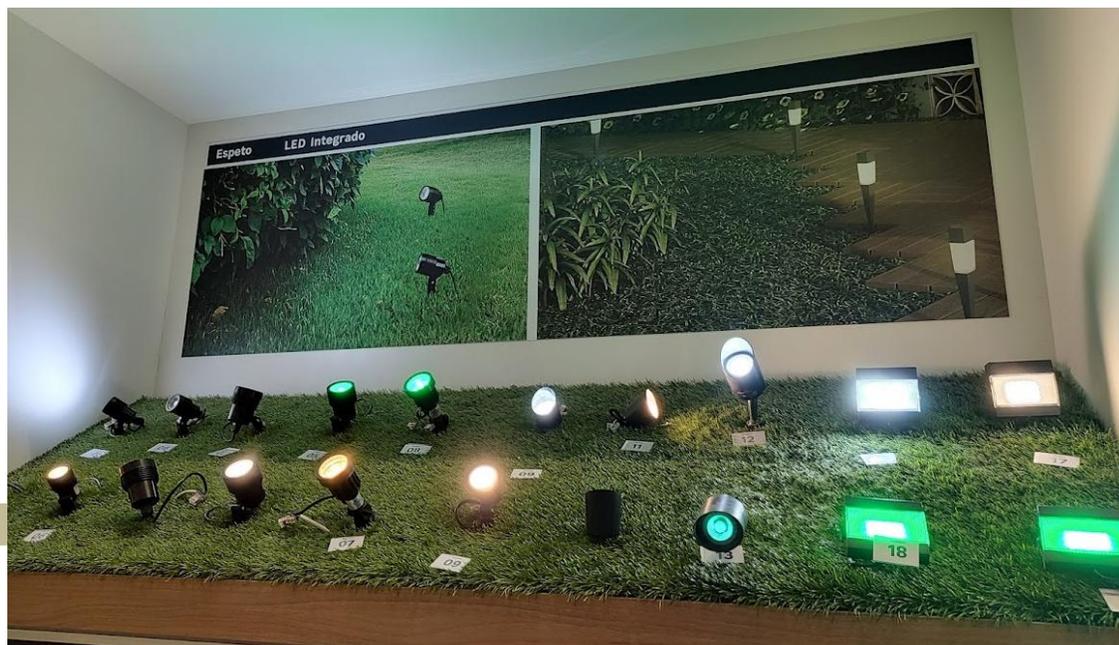
Tecnologia vai barateando ao longo do tempo, a visão computacional tendo cada vez mais a ser acessível e tem dar maiores chances de resultados rápidos.



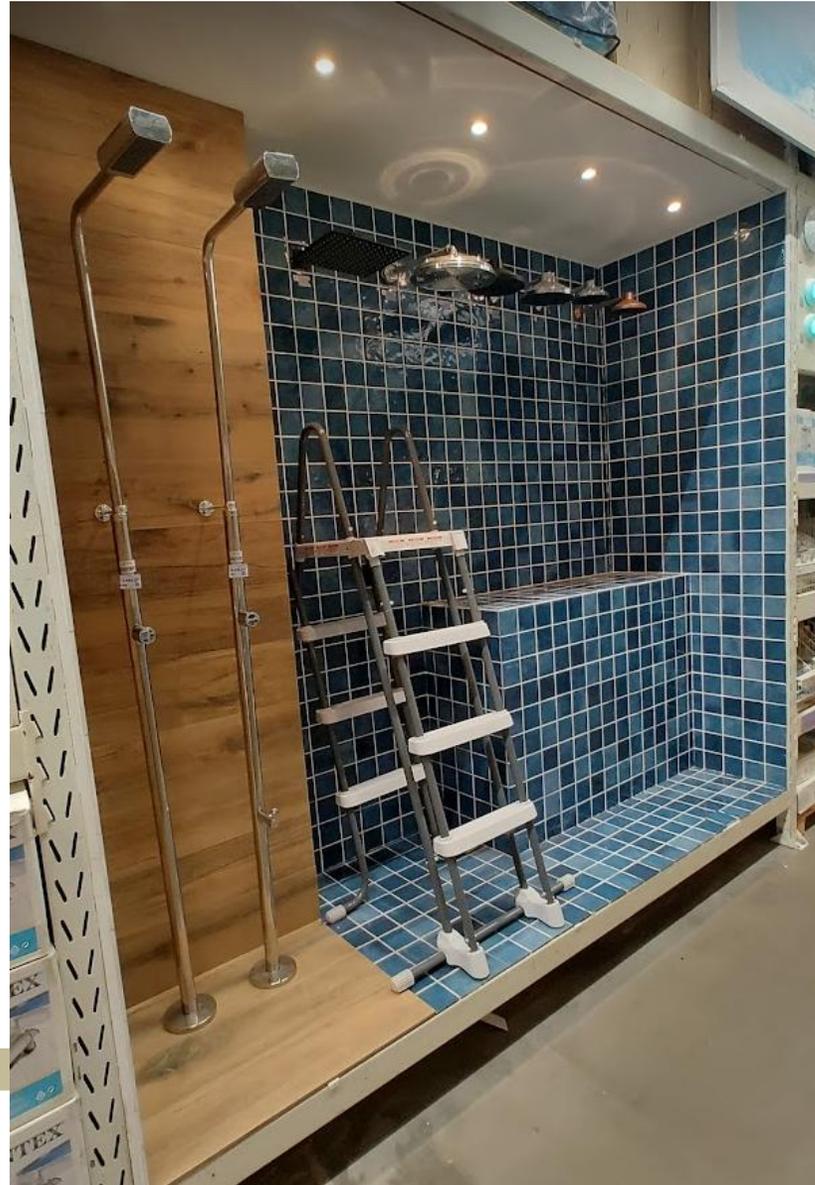
O futuro já chegou.

.Sincomavi

**Não venda lâmpada (Produto)**  
**Venda Iluminação (Serviço)**



O futuro já chegou.



.Sincomavi

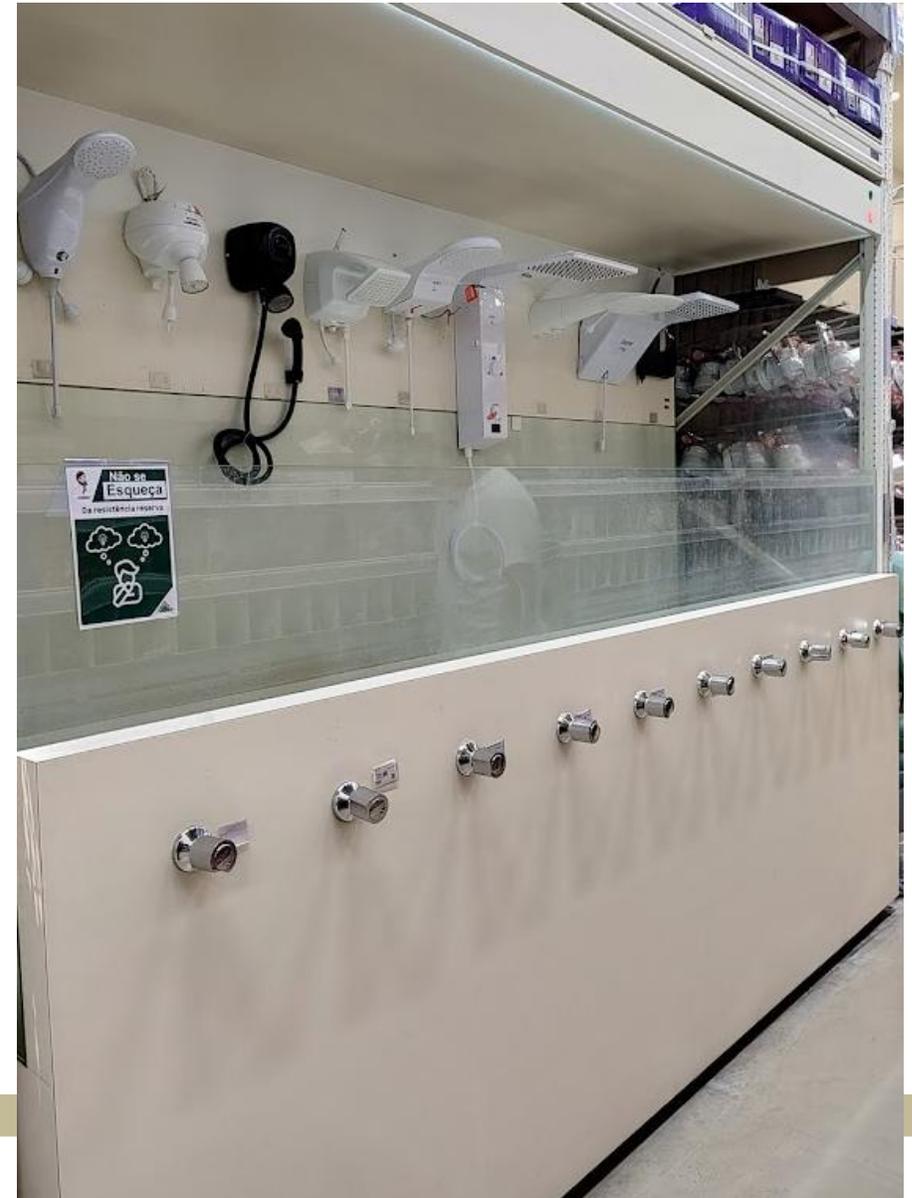
**Experimentação**



O futuro já chegou.

.Sincomavi

## Degustação



O futuro já chegou.



Acolha



.Sin



O futuro já chegou.

.Sincomavi

**Traga para perto**



O futuro já chegou.

.Sincomavi

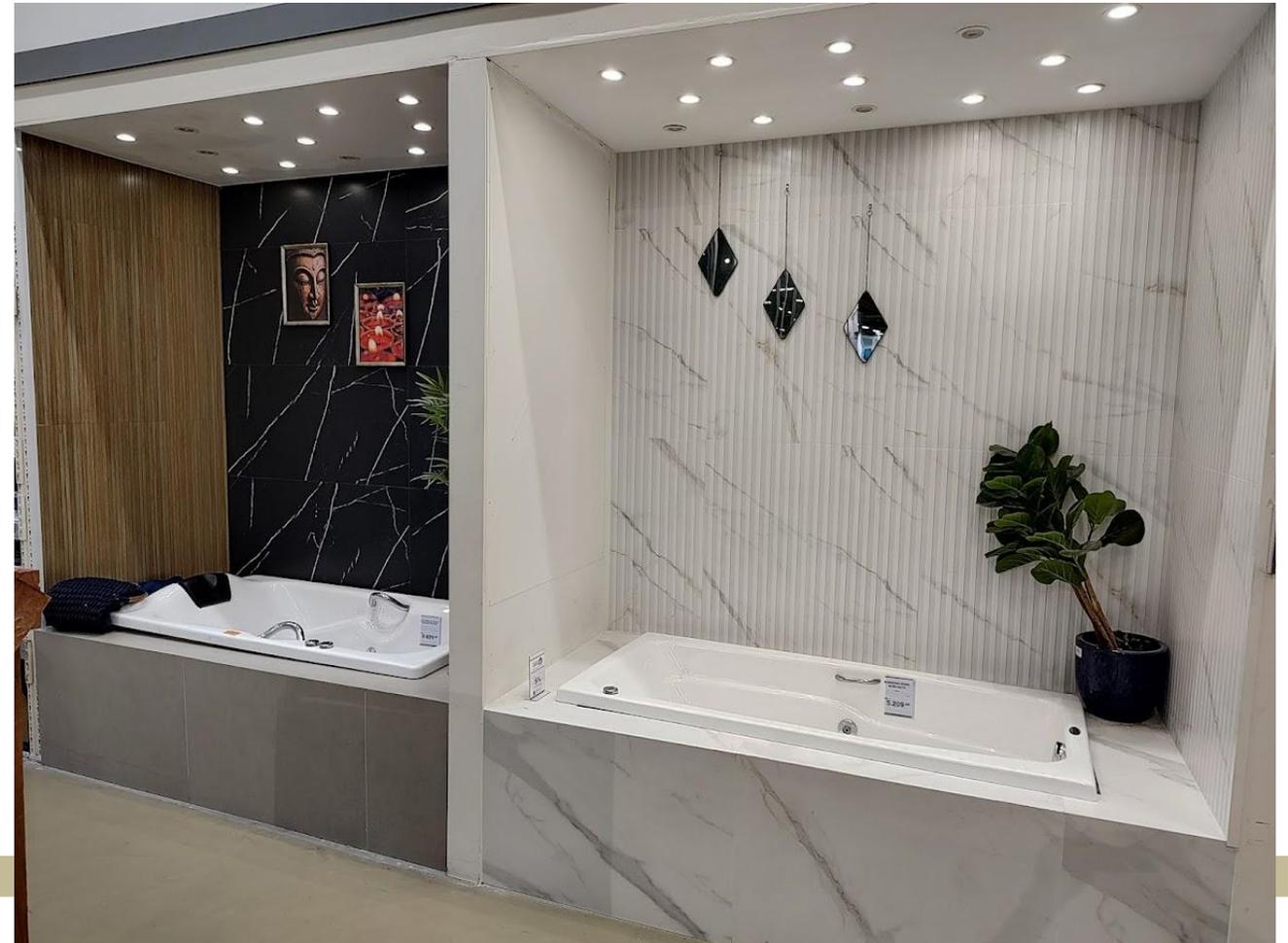
Agilize



O futuro já chegou.

.Sincomavi

## Apresente / Integre



O futuro já chegou.

.Sincomavi

## Comunique / Facilite



O futuro já chegou.

.Sincomavi

## Divulgue



**OFERTA**

**Esmerilhadeira Bosch Angular 5" 900W**

GWS 9" 125 S

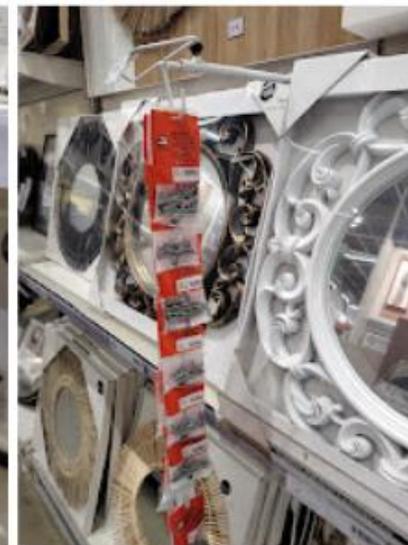
★★★★★ 4.6 (71 avaliações) cód. 89974913

DE RS ~~519,90~~

POR unidade RS **489,90**

OFERTA VÁLIDA: 09/03/2024 ATÉ 23/03/2024

**-5%**



O futuro já chegou.

.Sincomavi

## Informe

### Luz branca

Luz branca ou luz fria, é estimulante e deixa o ambiente com atmosfera de concentração de foco.

- + Indicada para cozinha, área de serviço e escritórios.
- + Ajuda na concentração.

Temperatura de cor entre 6.000k à 6.500k

### Luz amarela

Luz amarela ou luz quente, tem o tom de luz aconchegante, proporciona conforto e relaxamento.

- + Indicada para salas e quartos.
- + Deixa o ambiente aconchegante.

Temperatura de cor entre 3.000k

### Luz neutra

Luz neutra tem o tom de luz aconchegante, proporciona conforto e relaxamento.

- + Indicada para todos os ambientes.
- + não interfere na cor da parede.

Temperatura de cor entre 4.000k à 5.000k

Painel



## NIVELADOR DE PISOS

### Linha Estreita

- INSTALAÇÃO DE PISOS 50% MAIS RÁPIDA
- PISOS NIVELADOS COM PRECISÃO E QUALIDADE
- MAIS ECONOMIA POIS EVITA RETRABALHOS

### COMO APLICAR

- 1 Adicione 1 Nivelador Espaçador a aproximadamente 5 cm de cada extremidade dos pisos.
- 2 Assente o próximo revestimento e então encaixe as Cunhas na abertura do Espaçador Nivelador. (O uso de Alicete é opcional).
- 3 Após a secagem da argamassa, rompa as peças batendo lateralmente com martelo de borracha ou botina.
- 4 Após remoção, descarte os Niveladores Espaçadores quebrados e recolha as Cunhas para futuras utilizações.

O futuro já chegou.

**Ajude**

# Calcule o seu rejunte

The image shows a screenshot of a web application for calculating grout. The page has a light blue background with a grid pattern. At the top, it says "Calcule o seu rejunte". Below this, there is a form with several input fields and buttons. The first question is "1. Qual o tamanho da área que o Rejunte será aplicada?". To the right of the form, there is a box with the text "Mais informações em [www.Jeroyerlin.com.br](http://www.Jeroyerlin.com.br)" and a large QR code.

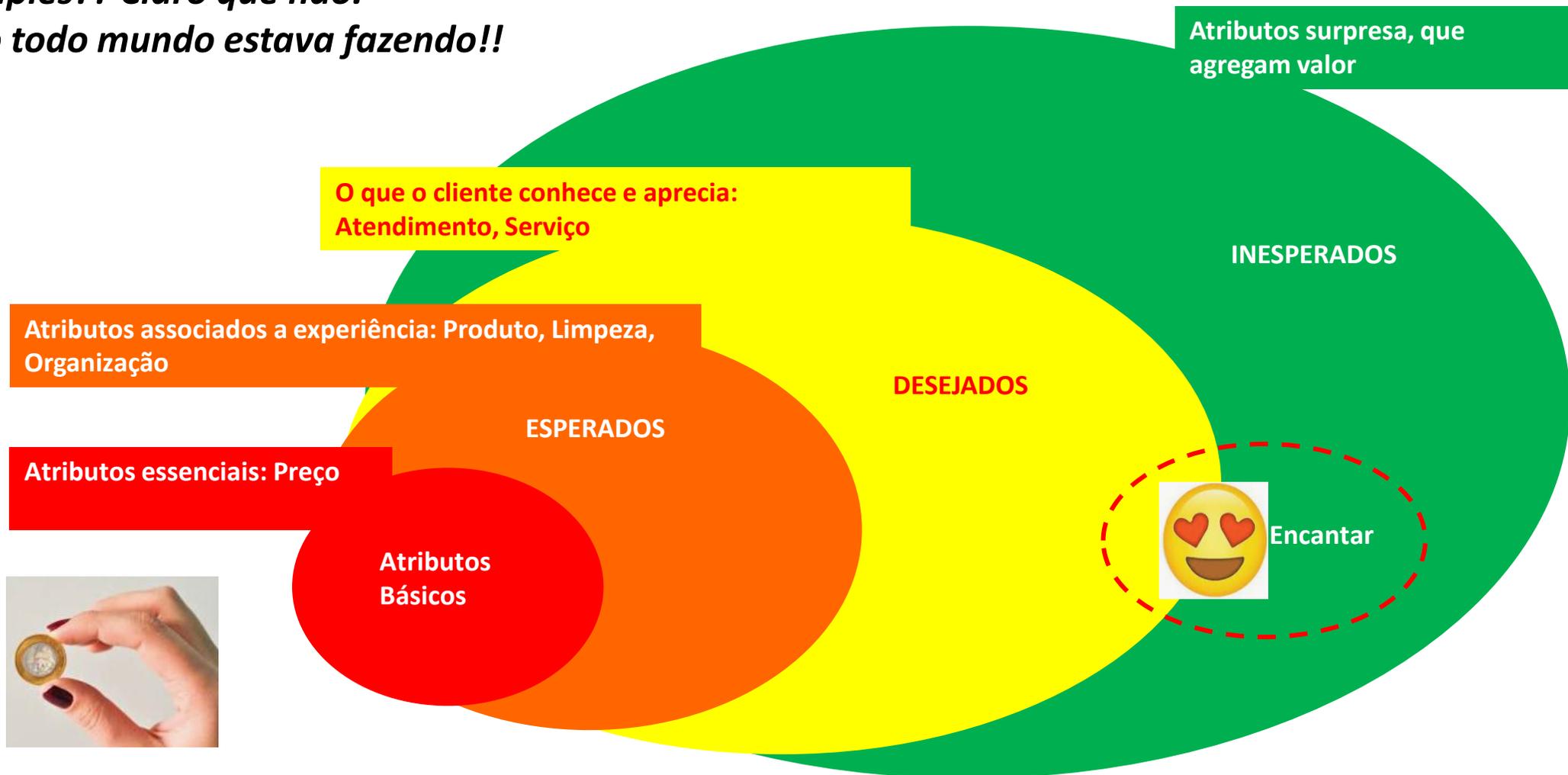
The image shows a vertical promotional poster for Jeroyerlin. At the top, there is a photo of a man with a beard and short dark hair, wearing a green polo shirt, with his arms crossed. Below the photo, the text reads "VICTOR DO AMARAL SETTE" and "Seção: Mundo Pisos" and "Missão: Assessor de Vendas". There is a small logo for "JEROYERLIN" in the top right corner. Below this, the text asks "GOSTARIA DE UM ATENDIMENTO MAIS RÁPIDO?". A large QR code is positioned in the center. At the bottom, it says "FALE COM NOSSOS VENDEDORES DE PROJETO" and provides a WhatsApp contact number: "(11) 97685-6260". The poster is hanging from a metal rack in a store or exhibition hall.



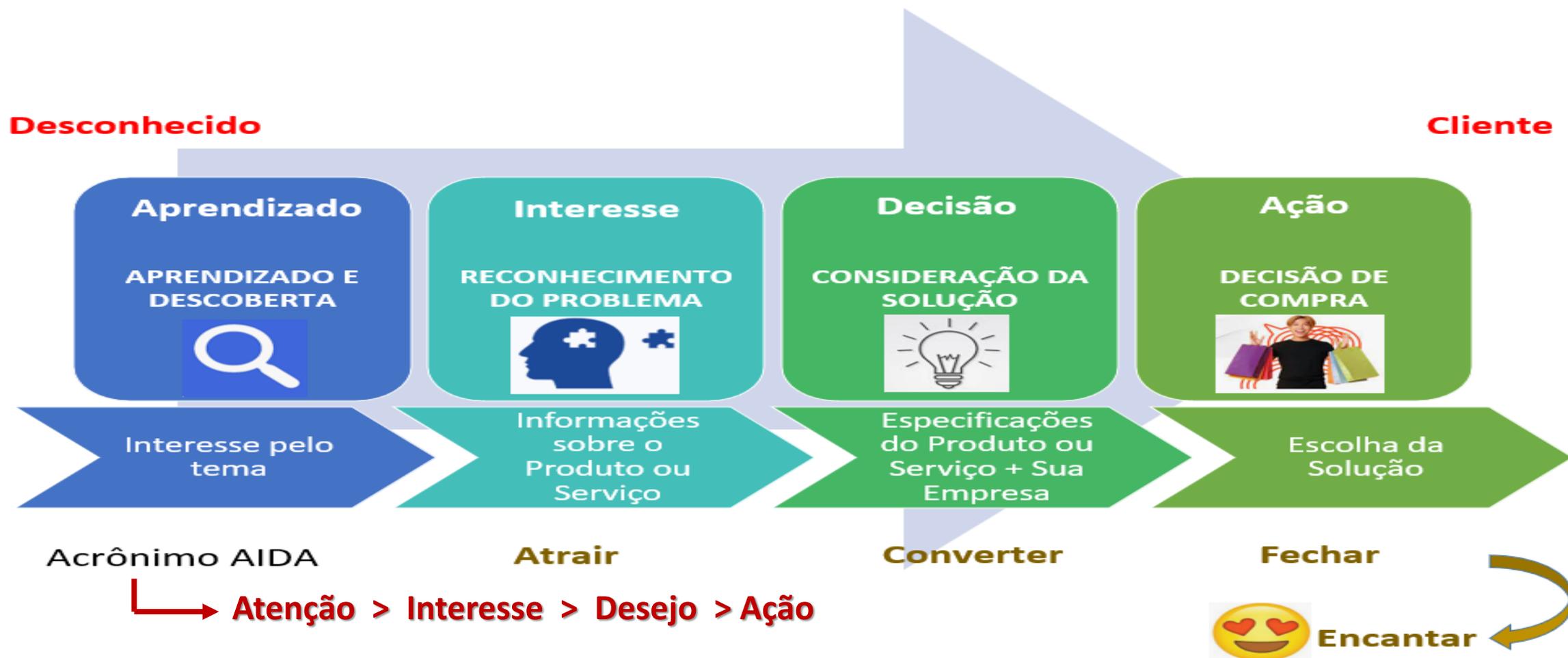
# Engajamento e fidelização do cliente

*E é simples?? Claro que não.*

*Se não todo mundo estava fazendo!!*



## JORNADA DE COMPRA / FUNIL DE VENDA

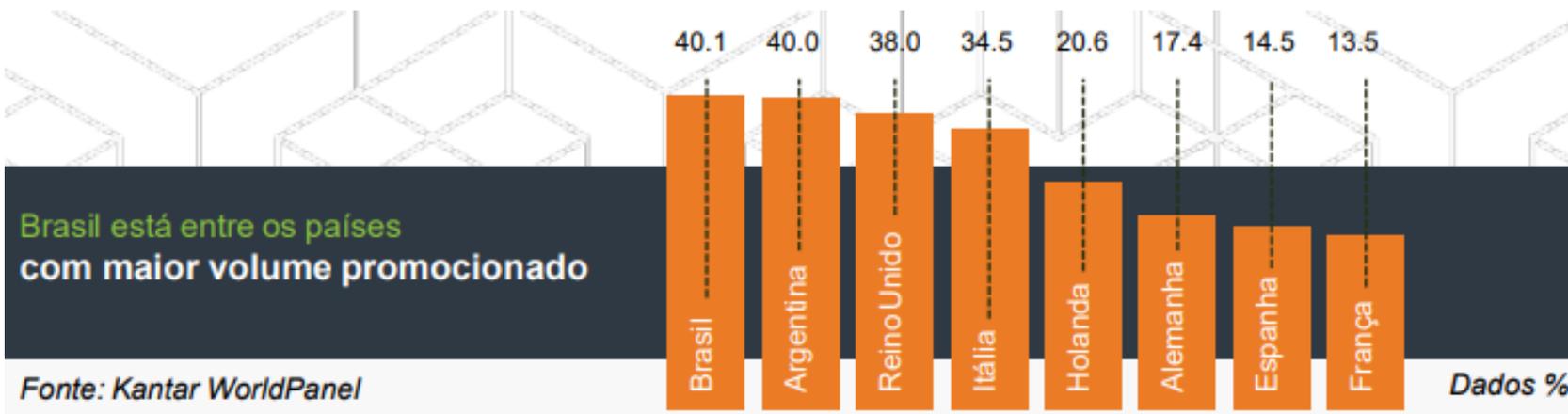


		VANTAGEM ESTRATÉGICA	
		UNICIDADE OBSERVADA PELO CLIENTE	POSIÇÃO DE BAIXO CUSTO
<b>ALVO ESTRATÉGICO</b>	No âmbito de toda a indústria	<b>Diferenciação: Imagem</b>  <b>DIFERENCIAÇÃO</b>  <b>Consumidor: Experiência</b>	<b>Diferenciação: Eficiência</b>  <b>LIDERANÇA EM CUSTO</b>  <b>Consumidor: Preço</b>
	Apenas um segmento	<b>Diferenciação: Segmentação</b>  <b>FOCO</b>  <b>Consumidor: Status de Único / Especialista</b>	

**Atenção: O meio do caminho é um lugar perigoso!!**



Diante este novo cenário e novo consumidor, as promoções deverão ser cada vez mais eficientes!



**Cerca de 66% das promoções não se pagam ou não atingem o objetivo!**



## Promoção



**ATENÇÃO:** Promoção **NÃO** é igual a desconto!

Promoção vem de promover

Promover = elevar, dar destaque, pôr em evidência.

Se fizermos promoção sem conhecer nossos clientes e oportunidades, estamos jogando dinheiro no ralo!!

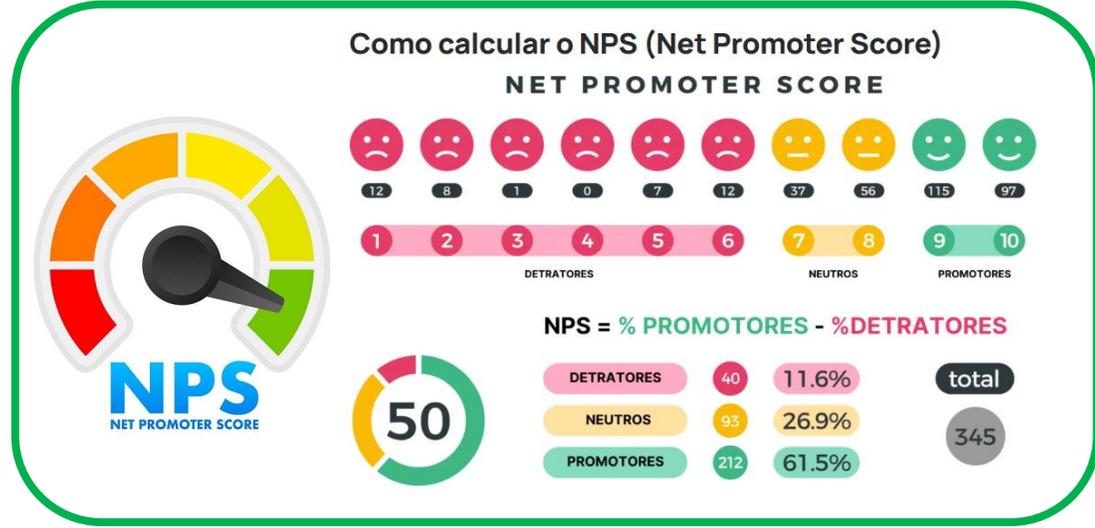


SERÁ QUE VALE A  
PENA ENTRAR NA  
GUERRA DE  
PREÇOS?





### E O NPS??



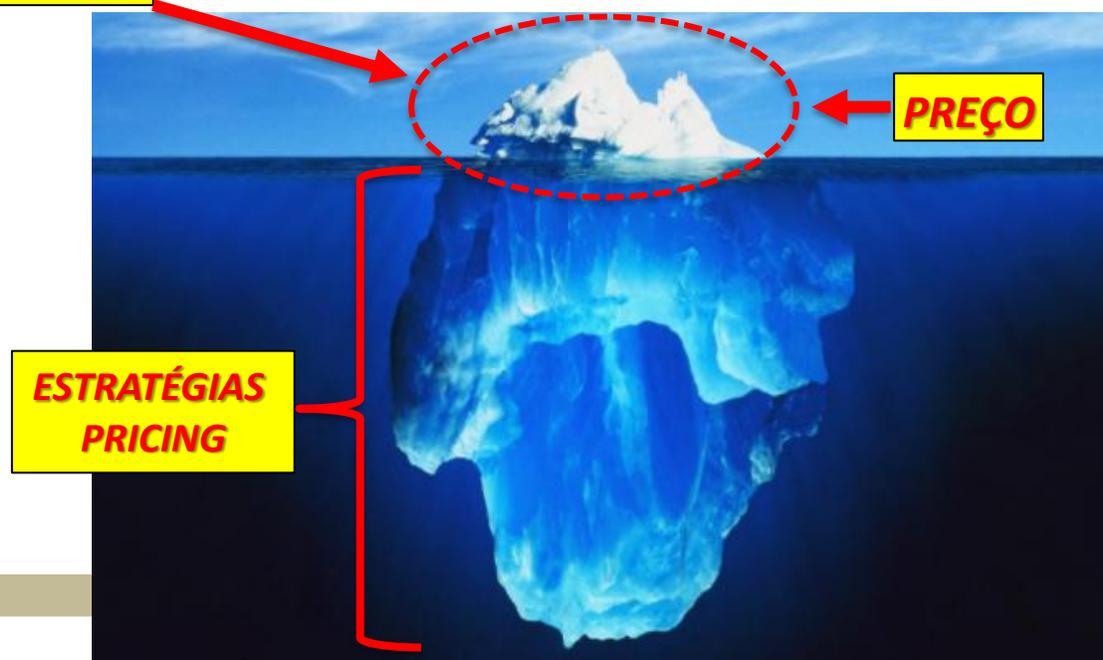
**Se fizermos promoção sem conhecer nossos clientes e oportunidades, estamos jogando dinheiro no ralo!!**

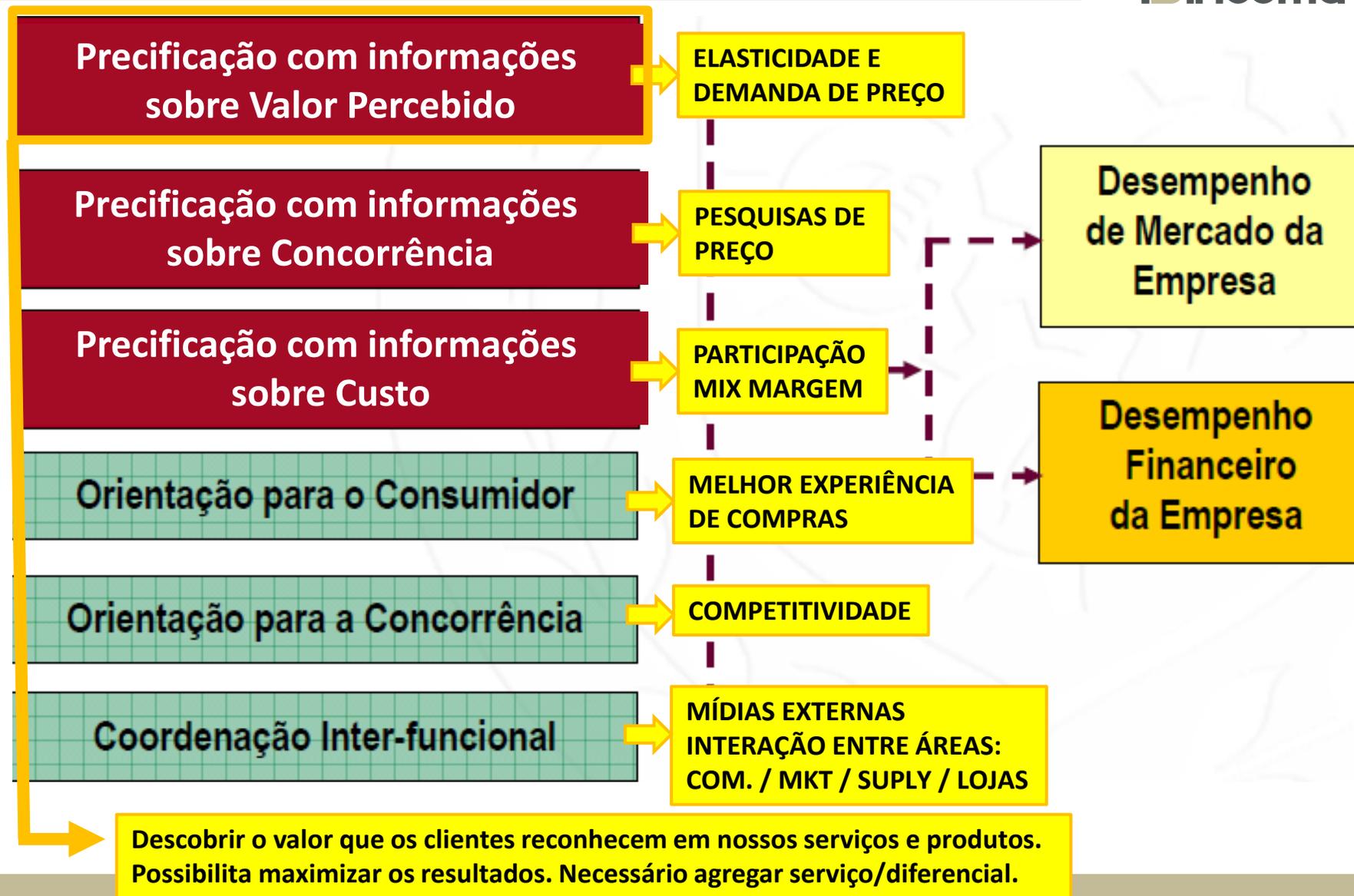
Maximizar a Percepção de Valor “IMAGEM DE PREÇO” (não propriamente o menor preço);

Otimizar os resultados do negócio “LUCRATIVIDADE”, Rentabilidade para o negócio;

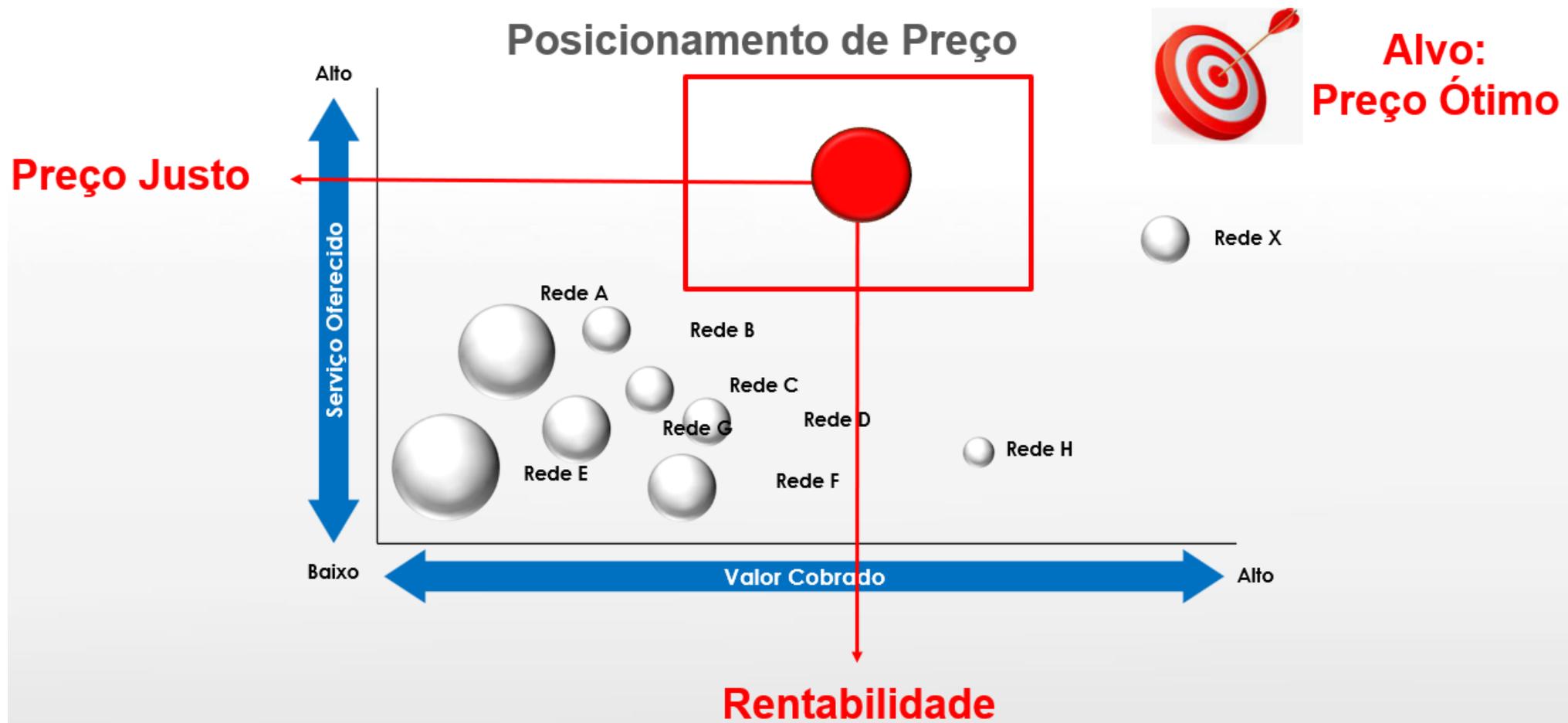
Ser “COMPETITIVO” em relação ao mercado. (Por que o cliente vai escolher sua loja ou serviço?)

Visão do Comercial precificando





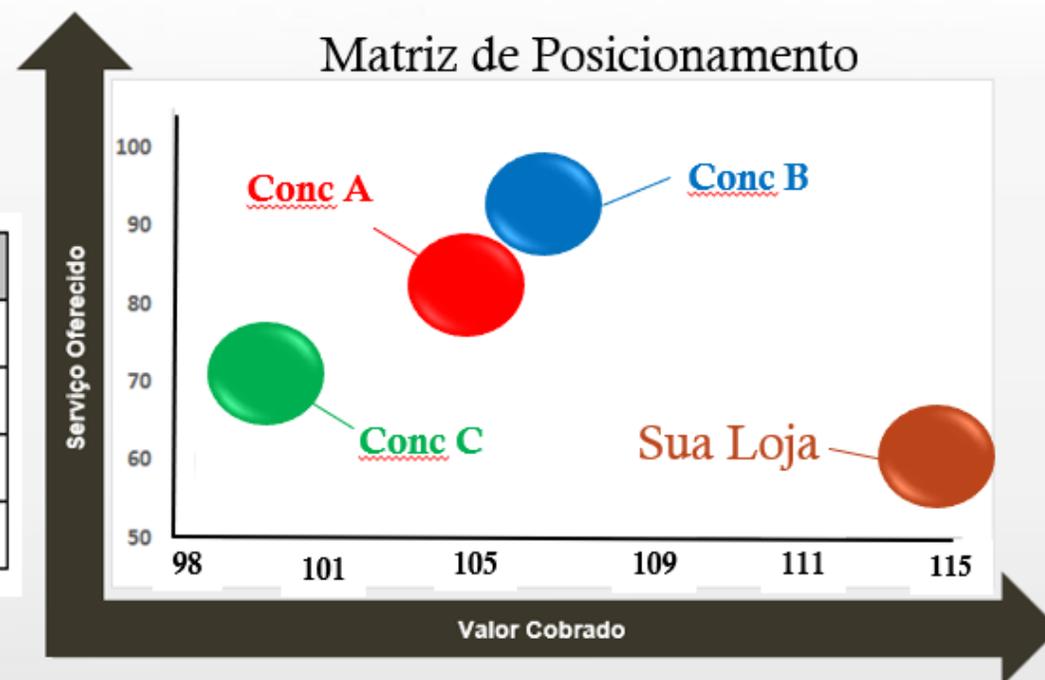
# Posicionamento de Preço Adequado



# Matriz de Posicionamento



	Competitividade	Serviço Oferecido
Sua Loja	115	60
Concorrente A	100	70
Concorrente B	-	80
Concorrente C	107	90



**+ Atuação Promocional / Tablóide / Vendedores**

# Matriz de Posicionamento

## PROPÓSITO (transparente e claro)

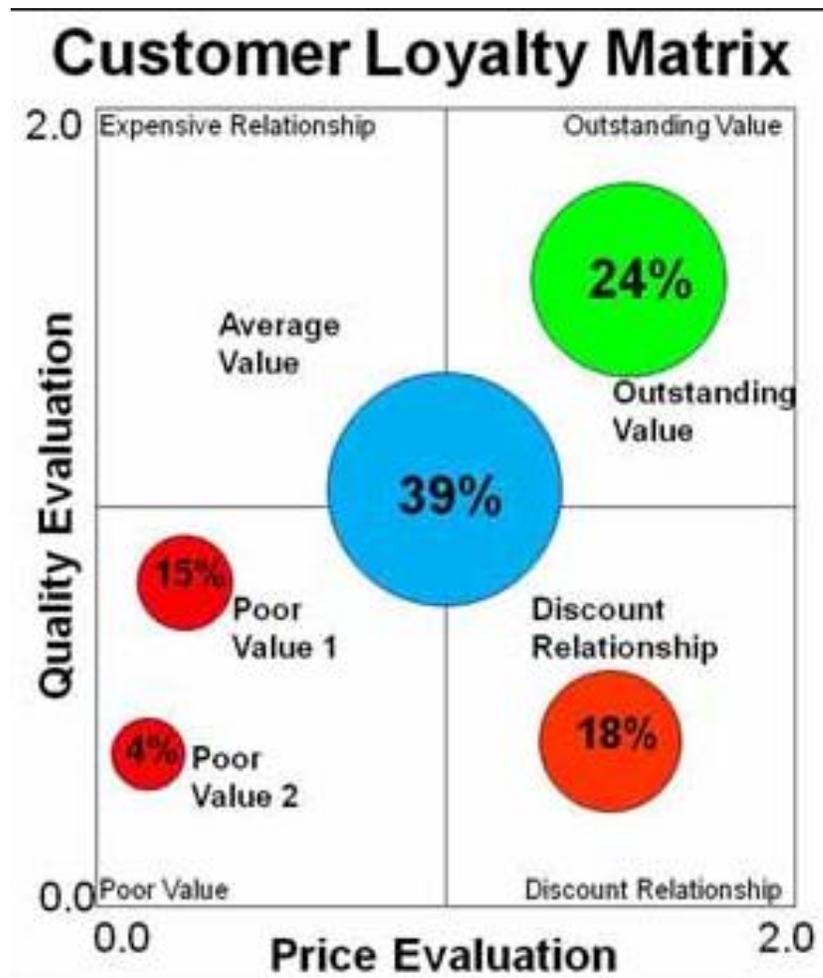
Missão, Visão, Valores



**Propósito**

**Posicionamento estratégico:**

**Quem queremos ser? Em quem vamos mirar?**



Estratégia Oceano Azul



TEORIA  
NA  
PRÁTICA



### PLANEJAMENTO:

- Composição de Custo: Despesas Fixas, Variáveis, Custo + Lucro (+ Pesquisa Preço)
- Mapeamento principais produtos, fornecedores, concorrentes, clientes
- Previsão de demanda com base em cronograma da obra

### ANÁLISE:

- Análise de Custo/Benefícios Materiais: Durabilidade, desempenho, impacto ambiental...
- Estudo de riscos: Tabela preço, prazo, frete, sazonalidade, mercado...
- Pesquisa Preço / NPS / CRM / Políticas de Pricing

### IMPLEMENTAÇÃO:

- Negociação (Melhor Custo)
- Logística: Recebimento, Armazenamento, Distribuição, Frete, E-Commerce
- Sistemas e Controles: ERP, CRM, SAC, E-Commerce Solução Pricing, Planograma, Workflow Cadastro e Promoções...

### CONTROLE:

- DRE (Demonstração do Resultado do Exercício)
- Controle e acompanhamento Despesa Operacional, Perdas, Estoque, Ruptura.
- Indicadores de desempenho e resultados (KPI – Indicador Chave de Desempenho)



## IMAGEM DE PREÇO

 Ser barato  
(Sem Rentabilidade)   Parecer ser barato  
(Imagem de Preço)



**Margem%: NÃO PAGA BOLETOS!!**



# Árvore Mercadológica

## Gerenciamento Categorias + Pricing

**CASA E UTILIDADE** **Nível 1**

**JARDINAGEM** **Nível 2**

**ACESSÓRIO JARDINAGEM**

**Nível 4**



PAPEL DE ATRAIR CONSUMIDORES E SHOPPERS

ATENDER O DIA A DIA DOS CLIENTES

**Índice Competitividade = 98%**

Alguns param por aqui! 😞

**Nível 3**



**Índice Competitividade = 110%**

**Estratégias distintas Para necessidades específicas**

Grupo	SuGrupo	Margem	Var. Vda	Participação	Competitividade
ACESSORIOS JARDINAGEM	BEBEDOURO	19%	33%	4%	110%
ACESSORIOS JARDINAGEM	FERRAMENTA JARDINAGEM	18%	41%	19%	98%
ACESSORIOS JARDINAGEM	MANGUEIRA/IRRIGACAO	22%	67%	9%	98%
ACESSORIOS JARDINAGEM	PULVERIZADOR	25%	2%	4%	102%
ACESSORIOS JARDINAGEM	REGADOR	28%	-8%	1%	110%
CUIDADOS COM A TERRA	FERTILIZANTE	12%	11%	6%	105%
CUIDADOS COM A TERRA	SUBSTRATO ADUBO	16%	8%	4%	105%
CUIDADOS COM A TERRA	TERRA	8%	9%	7%	105%
VASOS E PRATOS PLANTAS	ACESSORIOS VASOS	35%	88%	11%	100%
VASOS E PRATOS PLANTAS	FLOREIRA	25%	63%	1%	100%
VASOS E PRATOS PLANTAS	JARDINEIRA	25%	31%	2%	102%
VASOS E PRATOS PLANTAS	PRATO VASO	26%	160%	7%	100%
VASOS E PRATOS PLANTAS	VASO DE FIBRAS NATURAIS	21%	120%	11%	100%
VASOS E PRATOS PLANTAS	VASO DE PLASTICO	17%	77%	14%	100%

## COMPETITIVIDADE & PESQUISA DE PREÇO - LISTA DE ITENS



## Estratégia por Categorias

Performance Mercado (Externo)

Competitividade até 104% (Não descolar do mercado)

Categoria Rotina: **R**

Curva B de Vendas  
Gerador de Volume

MATERIAL BÁSICO/Massas e  
/ACIII e Especiais / Conexões

Seremos os Melhores: Competitividade 100%

Categoria Destino: **D**

Curva A de Venda /  
Itens +Estratégicos

REVESTIMENTOS/Pisos e Azulejos/  
Porcelanatos/Acetinado/

HIDRÁULICA/Tubos e /Tubos/Esgoto

Análise Ganho de Margem: Até 106% Competitividade

Categoria Conveniência: **C**

Curva C e D de Vendas  
Ganho de Margem

Acessórios / Decoração

Competitividade até 104% (Não descolar do mercado)

Categoria Rotina: **R**

Curva B de Vendas  
Gerador de Volume

COBERTURAS/Telhas/de Fibrocimento R

ABERTURAS/Janelas e Esquadrias/de Alumínio

Performance Interna (Venda / Rentabilidade / Nossas Fortalezas)

## Definição da Curva e Índice de Competitividade

Categoria Destino: **D**

Categoria Rotina: **R**

Categoria Conveniência/Ocasional: **C**

- ✓ Trás o Fluxo para Loja 
- ✓ Imagem de Preço 

**FOCO ATUAÇÃO** →

COMPETITIVIDADE		
Cluster	Curva	Regra
1	A	100%
1	B	104%
1	C	106%
2	A	100%
2	B	104%
2	C	106%

 **D**

**\$R**

**\$C**

 **D**

**\$R**

**\$C**

COMPETITIVIDADE



GANHO MaiGEM

50%

40%

10%

VENDA		R\$ 149.275.936,94	
CURVA	FATOR	ACUM. ATÉ	QTD POR CURVA
A1	0,25	R\$ 37.318.984,24	81
A2	0,45	R\$ 67.174.171,62	308
A3	0,50	R\$ 74.637.968,47	132
B1	0,70	R\$ 104.493.155,86	1.091
B2	0,86	R\$ 128.377.305,77	2.425
B3	0,90	R\$ 134.348.343,25	1.202
C1	0,95	R\$ 141.812.140,09	2.428
C2	0,99	R\$ 147.783.177,57	4.615
C3	1,00	R\$ 149.275.936,94	5.535
TOTAL			17.817

 **D**

**\$R**

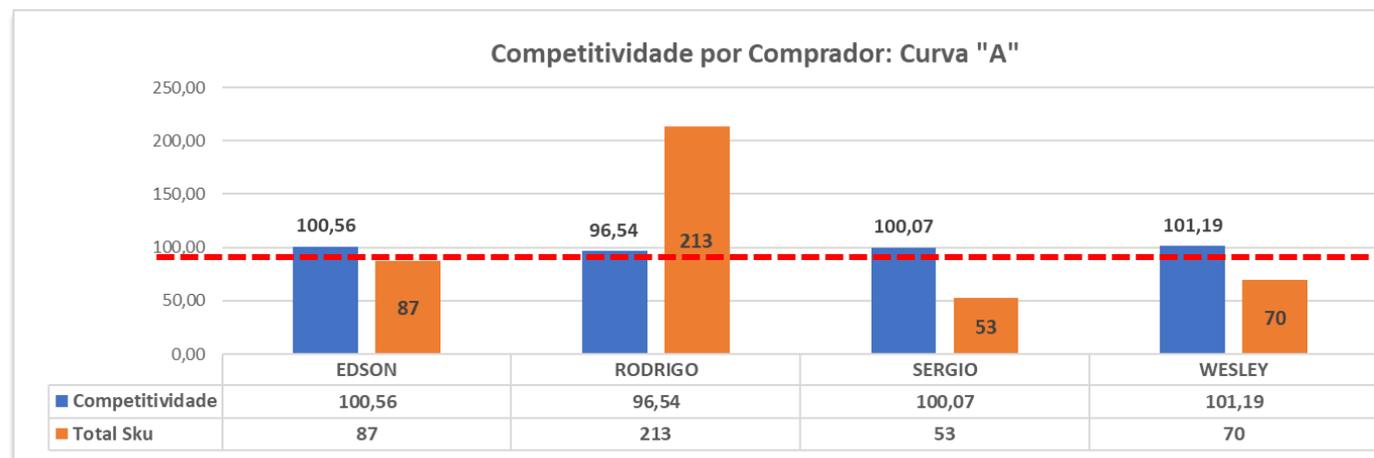
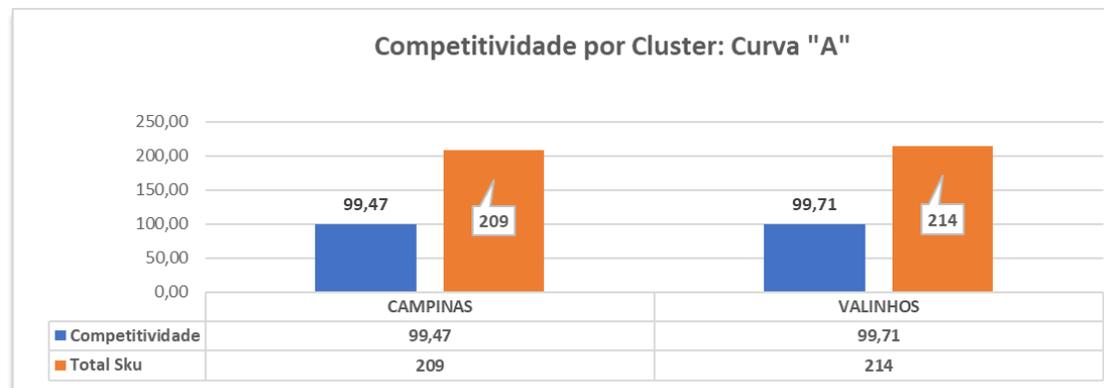
**\$C**



Cluster 1: Campinas /



## COMPETITIVIDADE & PESQUISA DE PREÇO - LISTA DE ITENS



Curva A

Meta: 100%

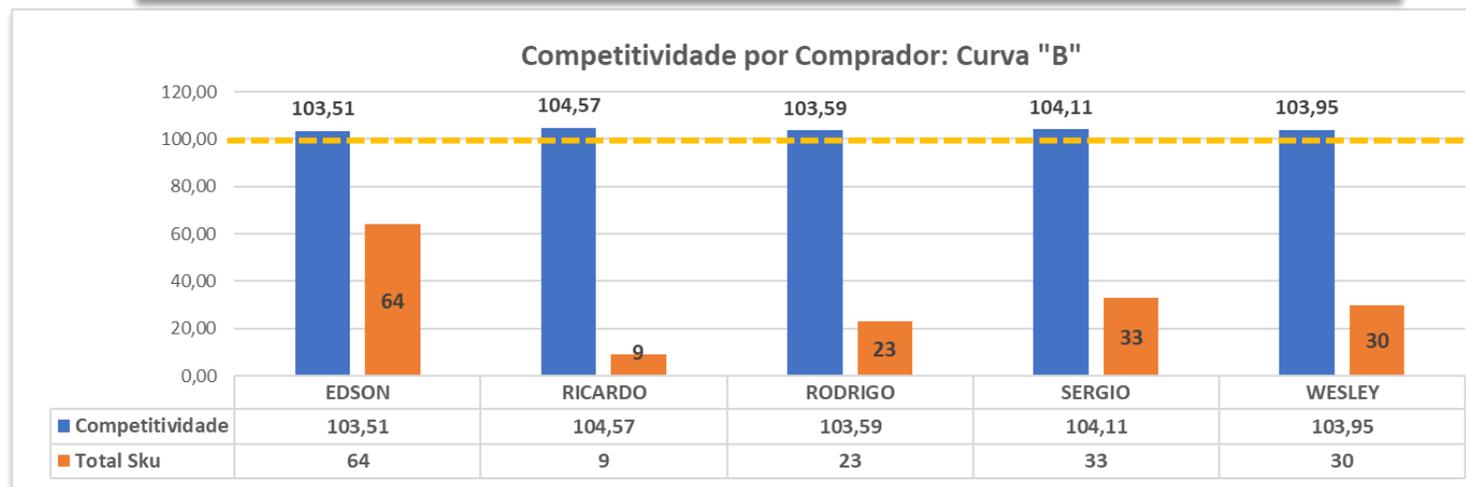
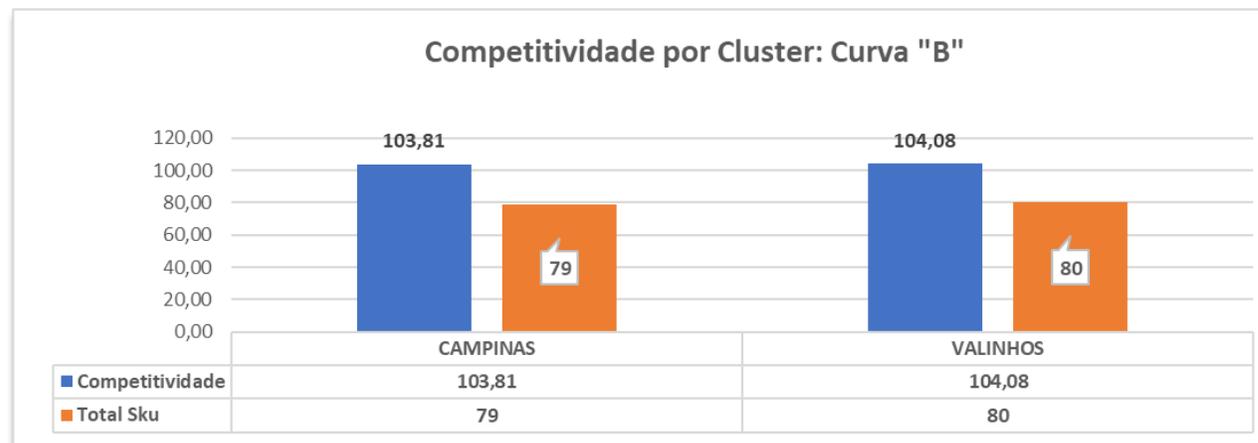
Oport. Ganho



Competitividade Campinas | Análise Concorrentes: 99,5%

Competitividade Valinhos | Análise Concorrentes: 99,7%

## COMPETITIVIDADE & PESQUISA DE PREÇO - LISTA DE ITENS



Curva B

Meta: 104,5%

Oport. Ganho



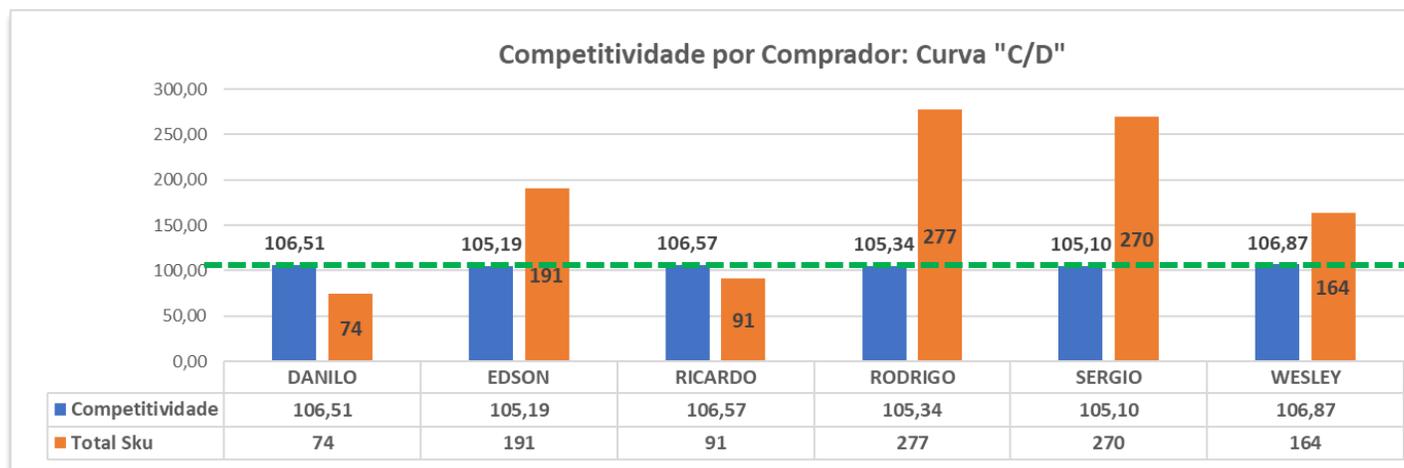
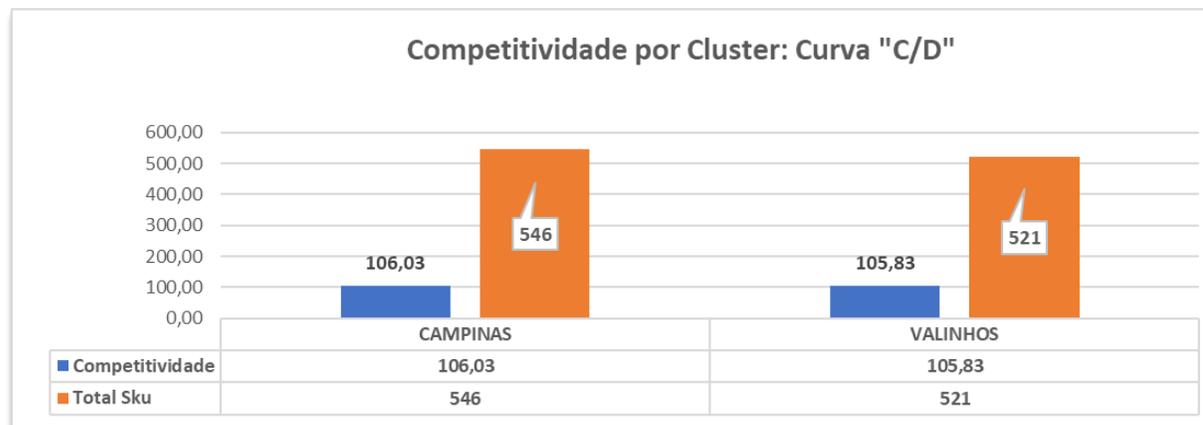
Oport. Ganho



Competitividade Campinas | Análise Concorrentes: 103,8%

Competitividade Valinhos | Análise Concorrentes: 104,1%

## COMPETITIVIDADE & PESQUISA DE PREÇO - LISTA DE ITENS



Curva C

Meta: 106,25%

Oport. Ganho

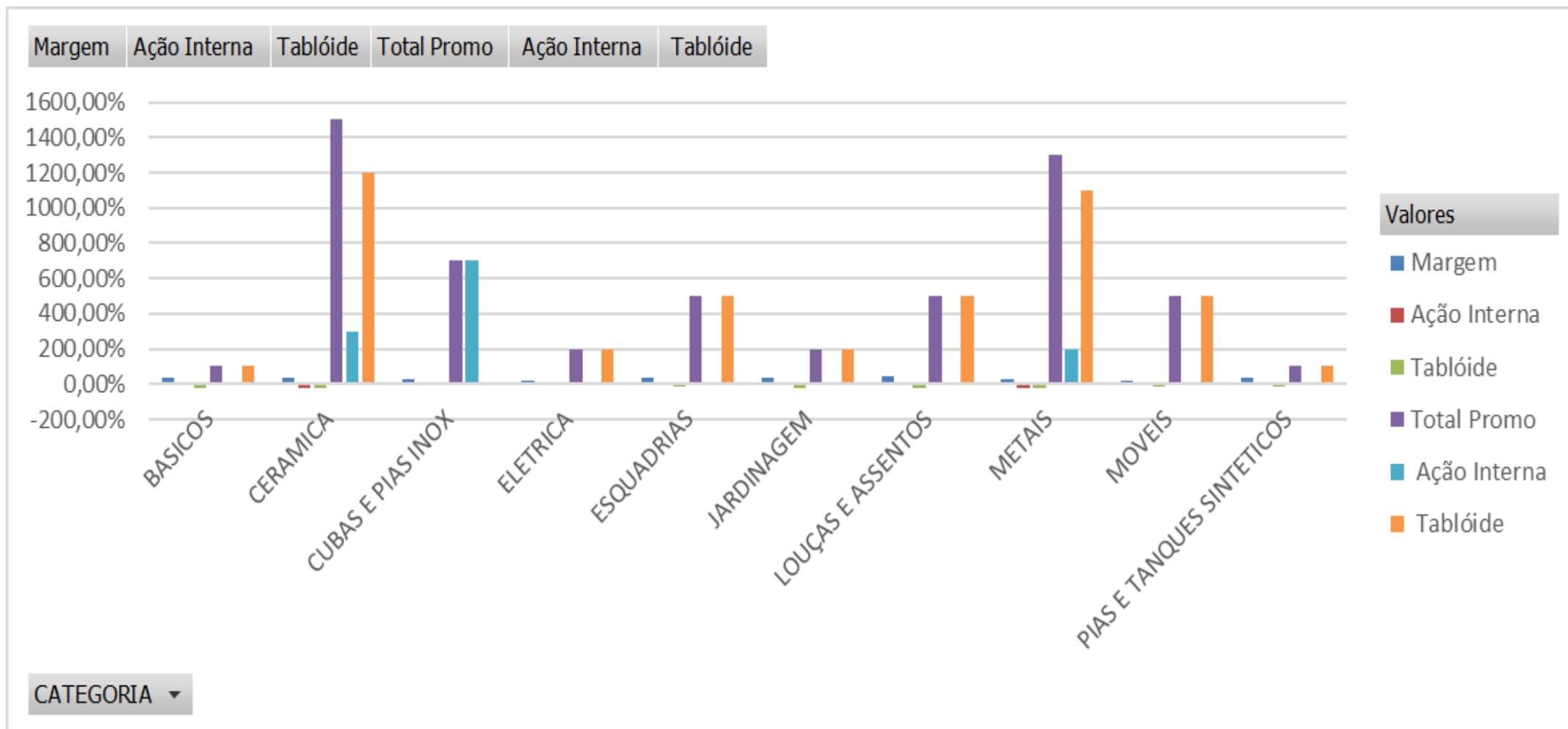
Oport. Ganho



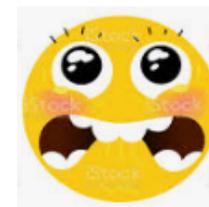
Competitividade Campinas | Análise Concorrentes: 106%

Competitividade Valinhos | Análise Concorrentes: 105,8%

## ANÁLISE - DEMARCAÇÃO DE PREÇOS



## COMEÇAR PELO BÁSICO BEM FEITO



## GANHO DE MARGEM / COMO CONCEDER MENOS DESCONTOS

### Check Stand



### Preço isca, Boi de piranha



### Barreira Psicológica

**Abaixo de 1 real!**

Ex: Quilo do limão até R\$ 0,99

**Abaixo de 20 reais!**

Ex: Vinho até R\$ 19,90



### Cross Merchandising



### Gatilho de Preço



2 % para cima

5 % para baixo



### Preço Psicológico R\$0,99

### Preço de Entrada



### Pack Promocional



## *Gerenciamento por Categorias*



### **Premissas básicas do GC**

- ✓ Produto certo,
- ✓ Na hora certa,
- ✓ No lugar certo,
- ✓ Pelo preço certo,
- ✓ Com a exposição certa,
- ✓ Promovendo certo,
- ✓ Para o público certo.

*Quanto melhor for o ajuste do foco “No Cliente”,  
mais preciso será o acerto do alvo “FIDELIZAÇÃO”!*

# Gerenciamento por Categorias

Varejistas e fabricantes operam em mundos separados, mas correlatos...

## ATIVIDADES DO VAREJO

**DISTRIBUIÇÃO**  
**MERCHANDISING**  
**ESPAÇOS**  
**PROMOÇÕES**  
CONCORRÊNCIA  
POS  
FIDELIDADE  
PERDAS  
DEMANDA DE MARGEM

## ATIVIDADES DO FORNECEDOR

**DISTRIBUIÇÃO**  
**MERCHANDISING**  
**ESPAÇOS**  
**PROMOÇÕES**  
NOVOS ITENS  
ROUTING (DIRECIONAMENTO)

Objetivo Final: **Alcançar os objetivos de vendas e rentabilidade**

# Gerenciamento por Categorias

## Cartão de Metas (Scorecard)

Categoria: Bolachas e Biscoitos

ATUAL

OBJETIVO

Consumidor

Nível de Retenção  
Frequência de Compra  
Número de Visitas  
Índice de satisfação

Participação

Categoria no Departamento  
Categoria no Mercado

Vendas

Em Valor da Categoria  
Crescimento %  
Vendas/m<sup>2</sup> /semana

Lucro

Lucro Bruto  
Margem Bruta  
Margem Bruta/m<sup>2</sup>/semana

Marcas Próprias

Vendas em Valor  
Lucro Bruto  
Margem Bruta

Estoques

Dias de estoque  
Inventário em Valor  
Giro  
GMROI  
(Margem Bruta/Estoque Médio)  
Nível de serviço

## JBP: Joint Business Plan



# Geomarketing

## MARKETING MIX

Por que olhar uma só coisa?



Se podemos enxergar muito além??

### Metodologias:

- Marketing Mix (Sortimento)
- Análises Comparativas / Benchmarking
- Políticas Preços e Descontos



Construa uma Estratégia Sólida para ser **MUITO MAIS RELEVANTE PARA SEUS CLIENTES**  
Além de Conhecer o Mercado, construa a **MELHOR ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS**, a partir de referências das principais redes do mercado. **25 Anos de vivências práticas!**

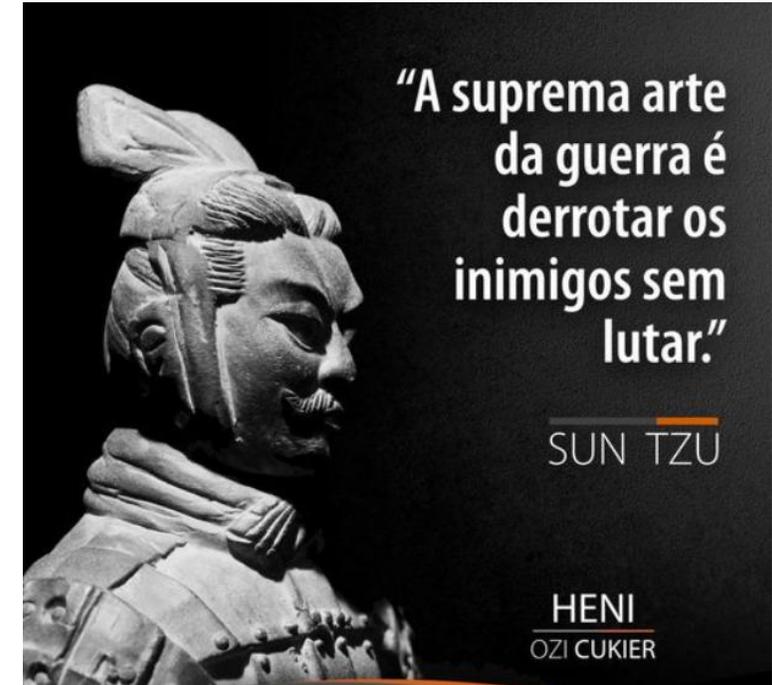
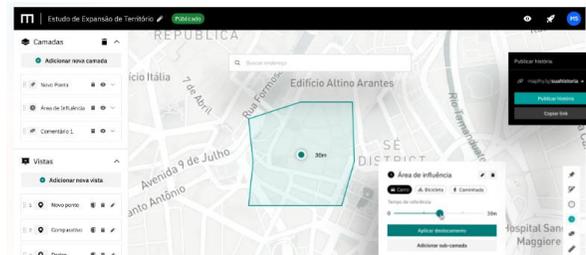
# Para que Geomarketing

***Se você conhece o concorrente e conhece a si mesmo, não precisa temer o resultado de cem batalhas.***

***Se você se conhece mas não conhece o concorrente, para cada vitória ganha sofrerá também uma derrota.***

***Se você não conhece nem o concorrente nem a si mesmo, perderá todas as batalhas.***

**Sun Tzu**



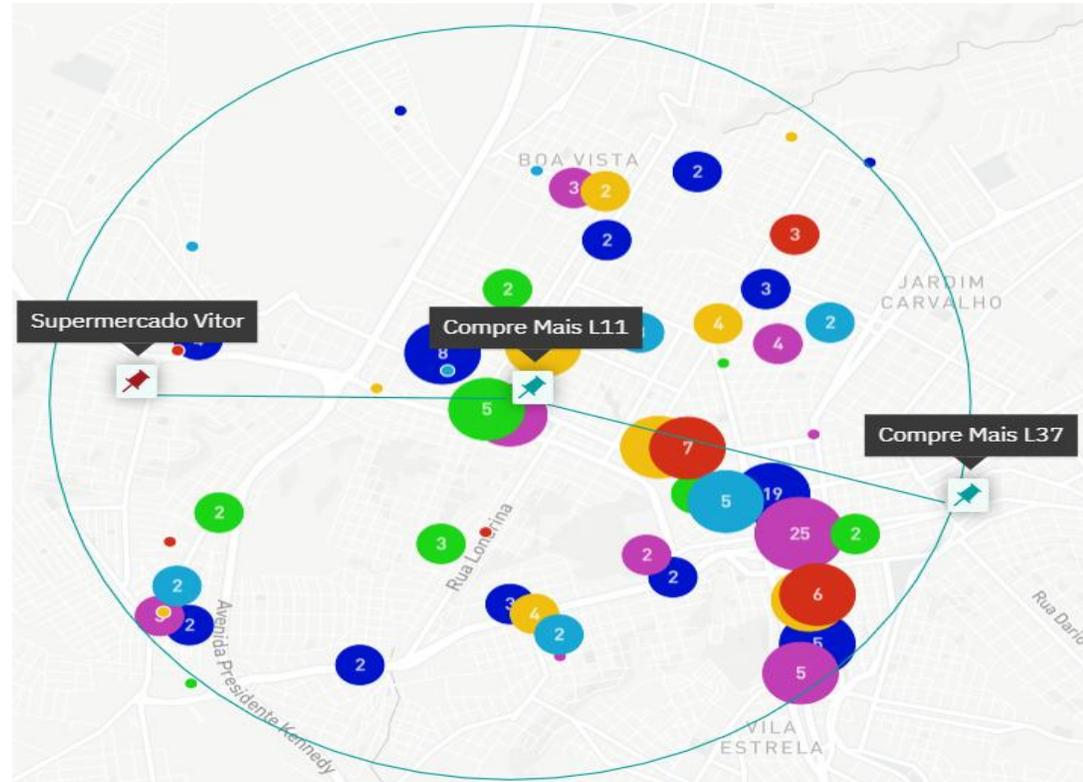
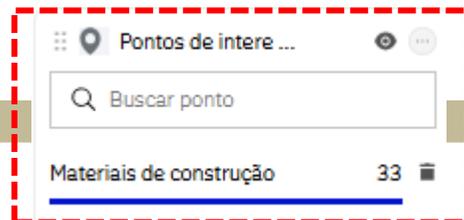
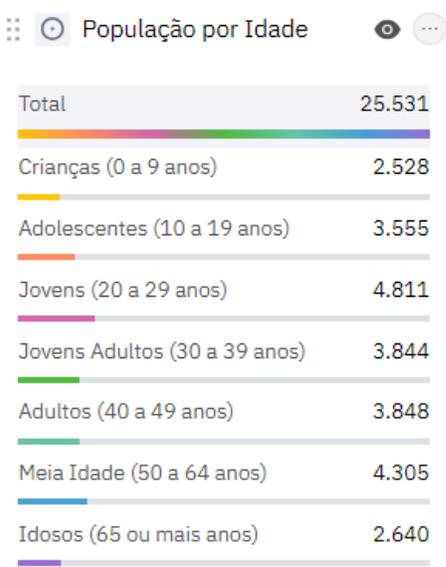
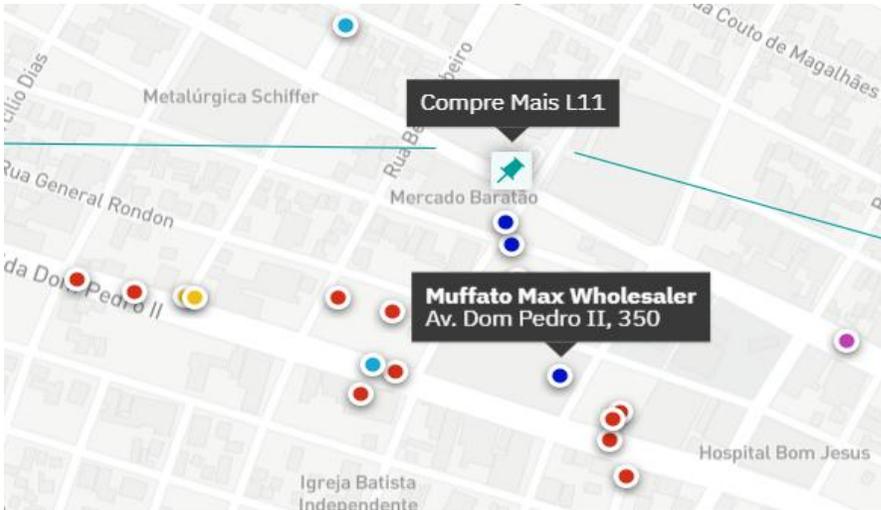
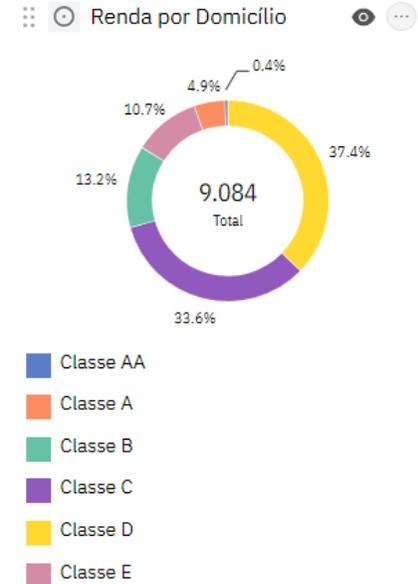
## Por que o Geomarketing

**Raio-X do Mercado** te possibilitará ver muito além dos concorrentes. Trazendo mais **Rentabilidade para o Negócio** e **Competitividade em Relação ao Mercado**. Aliado as estratégias de **Pricing e Gestão de Categorias**, se torne: **A melhor Experiência de Compras**.



**Fundamental a sobrevivência de seu negócio!**

# Geomarketing

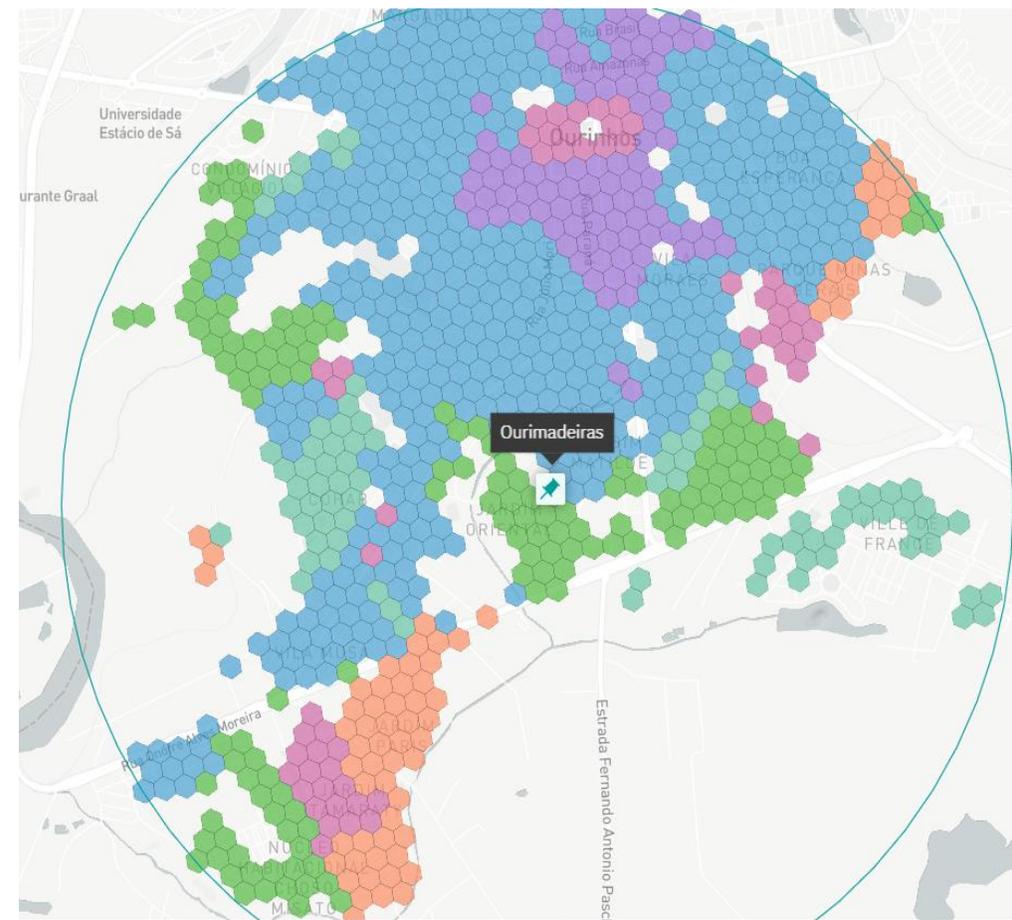


# Geomarketing



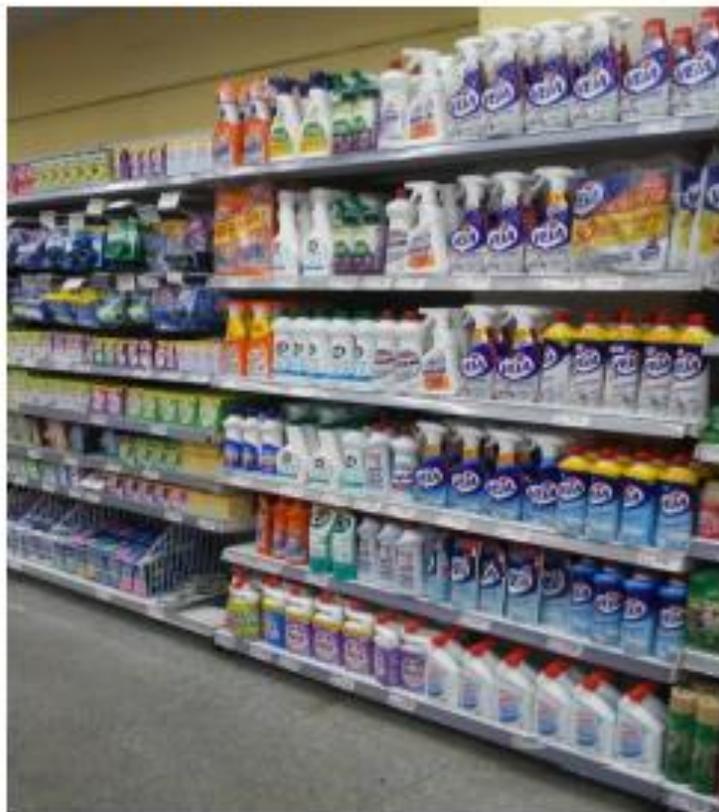
## Perfil Idade

Total	52.960
Crianças (0 a 9 anos)	5.488
Adolescentes (10 a 19 anos)	7.071
Jovens (20 a 29 anos)	8.078
Jovens Adultos (30 a 39 anos)	7.395
Adultos (40 a 49 anos)	7.835
Meia Idade (50 a 64 anos)	10.239
Idosos (65 ou mais anos)	6.854



# Gerenciamento por Categorias

ANTES



DEPOIS



DEPOIS + AMBIENTAÇÃO



- **Tempo + Segurança**

**Compre e Retire**



**DRIVES**



**Self Checkout**



**Lockers**



# Reformas básicas e pequenos reparos

## +Cores



## +Opções



A Gazeta

Pequenos reparos em casa fazem disparar vendas de materiais de construção

Abertura da material de construção Coqueiral no Parque das Gaivotas. Loja de material de construção em Parque das Gaivotas, Vila Velha: ...

3 semanas atrás



## Ruptura = Falta do Produto



# Perdas / Furtos

Produtos Confinados / Equipamento Segurança  
(Antena Anti-Furto + Alarmes)



Possibilidade de Trade:  
Divulgação da marca na entrada (saída) da loja

## *A Era da Experiência na loja*



[pricefy.com.br](http://pricefy.com.br)

**pricefy**  
by selbetti

EXPERIÊNCIA  
NA SUA LOJA

## *Digital como complemento ao físico e não como substituto (Figital)*



[pricefy.com.br](http://pricefy.com.br)

**pricefy**  
by selbetti

EXPERIÊNCIA  
NA SUA LOJA

# Etiqueta & Cartaz Promocional



**284 pessoas avaliaram este produto**

# Etiqueta & Cartaz Promocional



**Benchmarking: Não é copiar**

# Papel Educativo: Ensinando o Cliente a Economizar Mais



✓ Aqui no Assaí você já começa a **ECONOMIZAR** a partir de 1 Unidade:  
- Diariamente pesquisamos os preços dos concorrentes para garantir o menor preço sempre

✓ Você não precisa comprar uma caixa para **ECONOMIZAR** ainda mais:  
- A partir de 3 Unidades já tem um desconto ainda maior

✓ Com o Cartão **PASSAÍ**, a partir de 1 Unidade você já paga o Preço de Atacado

✓ Pra fechar com Chave de Ouro, alguns produtos oferecem ainda **UMA SUPER ECONOMIA:**

Também já facilitamos a conta pra você:  
- Preço Total C/ DESCONTO: 1 Caixa com 20 Un.  
- Preço Total C/ DESCONTO: A partir de 3 Un.

**OJ CREAM CHEESE DANUBIO LIGHT 150g**  
OJ CREAM CHEESE DANUBIO LIGHT 150g

<b>ATACADO R\$</b> <b>4,79</b> A PARTIR DE <b>03</b> UNIDADES	<b>Super Economia</b> <b>4,59</b> A partir 20CX	<b>VAREJO R\$</b> <b>5,19</b> A UNIDADE
---	---	---

CX20 95,80  
UN3 14,37  
Preço Ref. LT/KG  
Atacado 31,93  
Varejo 34,60

**Passaí Cred: R\$4,79 A Unidade**

7896068944362

DATA DE EMISSÃO 20 - OCT - 20 09:15:52

LJ 144

Preço referência Litro/Kg

# Cartaz Promocional

Promocional Interno

Argamassa Grátis



Outlet:



PISO 874008 MYKONOS POL  
74X74 [2,22]  
Embalagem de Venda: q2  
R\$  
56,90



PORCELANATO 70511  
VERSALHES SILVER PLUS ACET  
R\$  
69,90



# Vantagens das etiquetas eletrônicas para o varejo físico

- ✓ Integração ao ERP para atualizações imediata.
- ✓ Otimização da experiência do colaborador e do cliente.
- ✓ Mais economia para a loja.



[pricefy.com.br](http://pricefy.com.br)

**pricefy**  
by selbetti

EXPERIÊNCIA  
NA SUA LOJA

# Orçamentos



Quando o preço é justo e o serviço é impecável,  
a confiança e resultados se tornam o maior lucro

# Preço Dinâmico



[https://www.linkedin.com/posts/losilva1\\_rentabilidade-experienciadecompras-lucro-activity-7311812609559699458-pihi?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop&rcm=ACoAAA1pzJMBQTGIpJaY7EdGVYAUK4NEAlc4wMY](https://www.linkedin.com/posts/losilva1_rentabilidade-experienciadecompras-lucro-activity-7311812609559699458-pihi?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAAA1pzJMBQTGIpJaY7EdGVYAUK4NEAlc4wMY)

# *Recuperação de Impostos & Reforma Tributária*

Resumo: A Reforma Tributária aprovada em Dez/23 substitui cinco impostos por dois. Os tributos federais PIS, Confins e IPI, o estadual ICMS e o municipal ISS serão substituídos por um imposto sobre o valor agregado duplo.



Referência para detalhamento sobre o tema:

<https://forbes.com.br/forbes-money/2024/07/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-a-reforma-tributaria>

# *Split Payment*

**Com a adoção do Split Payment na Reforma Tributária, o controle e a gestão de margem das empresas vão mudar bastante.**

## Antes do Split Payment

**Tributos embutidos no preço de venda:** a empresa recebia o valor total e depois recolhia os impostos (PIS, Cofins etc.).

**Uso do imposto como capital de giro:** o valor dos tributos ficava temporariamente no caixa da empresa até o vencimento.

**Gestão de margem mais flexível:** era possível ajustar preços e prazos com base no fluxo de caixa e na apuração mensal dos tributos.

# Split Payment

## ⚙️ Com o Split Payment

- **Tributos retidos automaticamente:** no momento da venda, o valor do CBS e IBS é separado e enviado direto ao Fisco.
- **Receita líquida imediata:** a empresa recebe apenas o valor líquido da operação, sem o imposto.
- **Impacto direto na margem de lucro:** se o preço de venda não for ajustado, a margem pode encolher.
- **Necessidade de reprecificação:** será preciso recalcular os preços para manter a rentabilidade.
- **Gestão de caixa mais rigorosa:** sem o “fôlego” do imposto no caixa, o controle financeiro precisa ser mais preciso e antecipado.
- **Créditos tributários compensados depois:** a restituição de créditos pode levar até 3 dias úteis ou mais, dependendo do modelo adotado

# *Recuperação de Impostos & Reforma Tributária*

- Calculadora da Reforma Tributária: Será importante para calcular novos tributos e oportunidades, considerando novos preços das mercadorias. Não somente **Preço de Venda**, mas principalmente olhando para a **FORMAÇÃO DE CUSTO FINAL**.
- Este modelo e simulação e análises será essencial, durante 2 anos, no momento de transição.
- Os ERPs deverão estar preparados para estes cálculos e simulações.
- Avaliar e considerar as mudanças a partir de diferenças de outros estados (Créditos/Custo Líquido)

## ***Recuperação de Impostos & Reforma Tributária***

- Custo Operacional: Primeiro momento vai aumentar, mas depois tende a diminuir, com padronizações de tributos e otimização na gestão (que serão essenciais).
- Direito a crédito: Vai ser regulado pelo regime de caixa. Se parcelado em 3x, o crédito será referente ao que foi pago.
- Despesa: Tem a possibilidade de recuperação também. A partir do novo modelo (CBS/IBS).

# Recuperação de Impostos & Reforma Tributária

## O que é o CBS na Reforma Tributária?

O CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços) é um **novo imposto federal** que vai **substituir o PIS e a Cofins**.

Ele será **mais simples, transparente e não cumulativo**, ou seja, as empresas só pagam sobre o valor que adicionam ao produto ou serviço.

## Por que isso importa?

- Menos burocracia.
- Menos disputa judicial.
- Mais previsibilidade para empresas.

## Quando entra em vigor?

A partir de **2026**, com transição completa até **2027**.

# Recuperação de Impostos & Reforma Tributária

## Como o CBS afeta o preço de venda?

- 1.Cálculo “por fora”** Diferente do PIS e Cofins (que eram embutidos no preço), o CBS será calculado por fora. Isso significa que o imposto será **adicionado ao preço líquido**, e não incluído nele. Exemplo: se o produto custa R\$ 100 e a alíquota do CBS for 9,3%, o valor final será R\$ 109,30.
- 2.Transparência tributária** O consumidor verá claramente o valor do imposto na nota fiscal. Isso exige **revisão da precificação**, pois o preço base precisa ser ajustado para manter a competitividade.
- 3.Impacto na margem de lucro** Se a empresa não ajustar o preço corretamente, pode **perder margem**. Por outro lado, se repassar o imposto sem cuidado, pode **perder mercado**.
- 4.Créditos tributários** Como o CBS é **não cumulativo**, a empresa poderá abater o imposto pago nas compras. Isso reduz o impacto final, mas exige **controle rigoroso de créditos**.
- 5.Variação por setor e regime** Empresas do Simples Nacional terão regras específicas. Já setores como saúde, educação e alimentos básicos podem ter **alíquotas reduzidas ou isenção**

# Pós - Venda

 Magalu Pergunta 

 Esta empresa usa um serviço seguro da empresa HOJE para gerenciar esta conversa. Clique para saber mais.

Olá, Leandro, tudo bem? 😊

Eu sou a **Lu do Magalu** e vim aqui pra saber como foi a sua experiência com a gente na Loja, referente ao produto SMART MOTO EDGE 30 256GB. Você só vai precisar responder 1 pergunta. Vamos lá?!

**De 0 a 10 quanto você recomenda o Magalu para seus amigos ou familiares?**

Ah! 0 significa que você não recomenda de jeito nenhum, e 10 você recomenda com certeza!

Pra responder, é só digitar um número de 0 a 10 e enviar.

Caso não queira receber mais esse tipo de pesquisa, é só clicar no botão abaixo! 🙅🏻😊

08:05

[Não quero ser incomodado](#)

**ELES POR ELAS**  
BY INSTITUTO MULHERES DO VAREJO

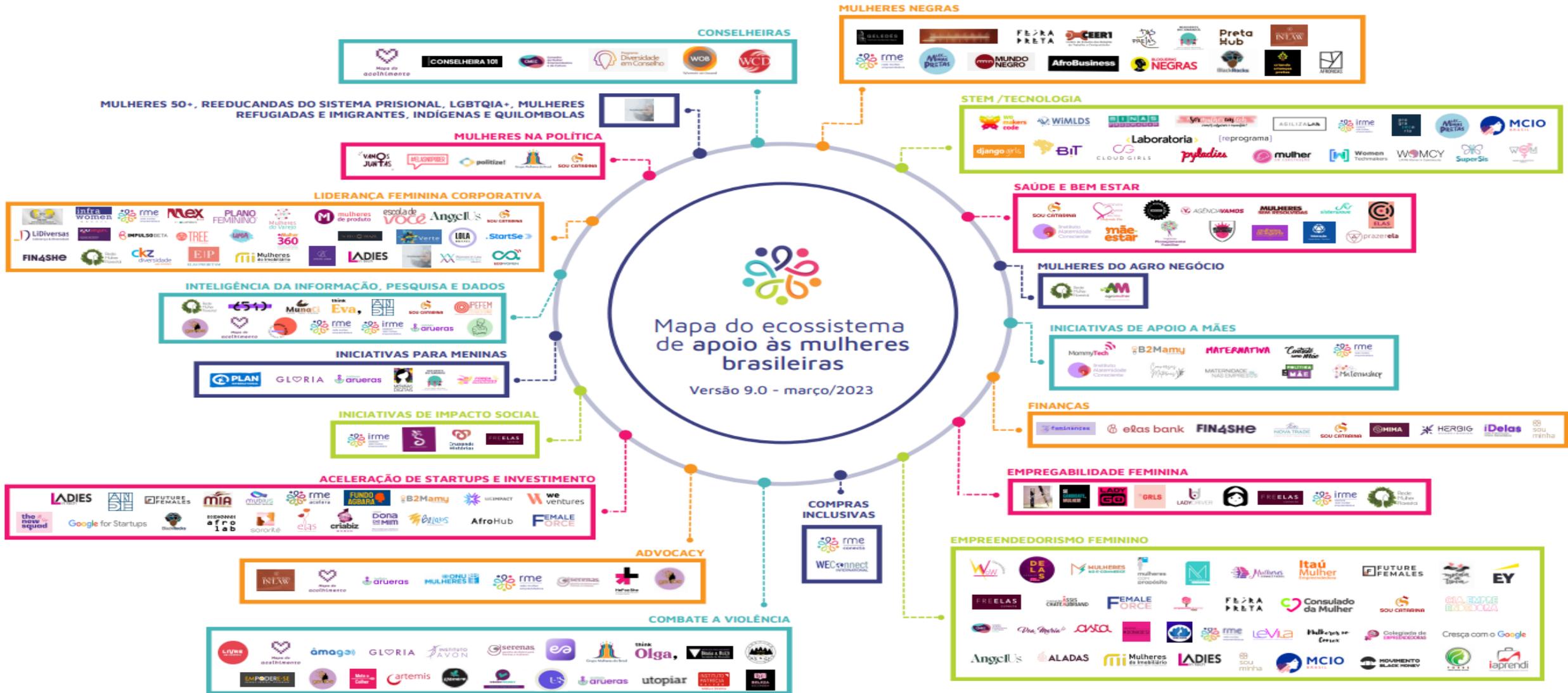


## *Responsabilidade Social*



*O Mapa do Ecossistema de Apoio às Mulheres tem como objetivo facilitar o acesso de mulheres às organizações que promovam alguma iniciativa que as beneficie.*

*Total de 193 iniciativas por um mundo mais feminino, cheio de escolhas, afinal **quem gera regenera...***



*"Mais do que prever o futuro, a verdadeira estratégia está em **construí-lo** — com propósito, com dados e com coragem."*



**Muito Obrigado!!**

>> Contato



Leandro de Oliveira  
*Fundador | Ceo Prcing Solution*

 (11) 975585486

 [leandro@pricingsolution.com.br](mailto:leandro@pricingsolution.com.br)

 [www.pricingsolution.com.br](http://www.pricingsolution.com.br)

 [www.linkedin.com/in/losilva1](http://www.linkedin.com/in/losilva1)



## Pricing Solution

**Transformando:**

- ✦ Oportunidades em Experiência de Valor
- ✦ Valor em Resultados

