

## 2.1- Indicadores de desempenho

<b>INDICADORES DE DESEMPENHO</b>
<b>Indicadores relacionados com o faturamento</b>
Faturamento (valor)
Faturamento no Exterior (valor)
Faturamento Estimado (valor)
Evolução do Faturamento (valor ou %)
Evolução do Faturamento estimado (valor ou %)
Faturamento do produto (valor)
Faturamento por funcionário (valor)
Participação do produto no faturamento (%)
Participação do cliente no faturamento (%)
Estimativa de faturamento por cliente (valor)
Perda de faturamento em relação à concorrência (valor)
Vendas a prazo (valor)
Evolução de vendas a prazo (%)
Vendas líquidas (valor)
Estimativa de vendas líquidas (valor)
Participação das lojas do Brasil no faturamento (%)
Valor das exportações
Evolução das exportações (%)
Estimativa de exportações (valor)
Participação do cliente no total das exportações (%)
<b>Indicadores de Margem (Bruta, Líquida, Operacional e Lucro)</b>
Margem Bruta (%)
Evolução da Margem bruta (%)
Margem Líquida (%)
Margem operacional (%)
Evolução da margem operacional (%)
Margem de lucro (%)
Margem de lucro em relação ao faturamento (%)
<b>Indicadores relacionados com o Resultado</b>
Resultado (valor)
Resultado da subsidiária (valor)
Resultado por ação (valor)
Evolução da perda do resultado por ação relação à concorrência (%)
Evolução do resultado (%)
Evolução do resultado estimado (%)
Lucro unitário (valor)
Lucro médio (valor)

<b>Indicadores relacionados com o endividamento</b>
Endividamento (%)
Evolução do endividamento (%)
<b>Indicadores relacionados com a liquidez</b>
Liquidez (%)
Liquidez imediata (%)
<b>Indicadores relacionados com rentabilidade</b>
Rentabilidade (%)
Rentabilidade do ativo (%)
Evolução da rentabilidade do ativo (%)
Rentabilidade do patrimônio (%)
<b>Indicadores relacionados com custos</b>
Evolução dos custos (valor ou %)
Estimativa de evolução dos custos (valor)
Estimativa de diminuição dos custos unitários (valor)
Custo unitário (valor)
Evolução do custo unitário (valor)
<b>Indicadores relacionados com o investimento</b>
Capital inicial (valor)
Investimento inicial no empreendimento (valor)
Investimentos (valor)
Investimento estimado (valor)
Evolução dos investimentos (%)
Investimento no Brasil (valor)
Investimento em treinamento (valor)
Investimento na fábrica (valor)
Investimento em novas fábricas (valor)
Investimento em marketing em relação ao faturamento (valor)
Investimento em instalações (valor)
Investimento em novos equipamentos (valor)
Estimativa de investimento em uma fábrica (valor)
Investimento no programa de reestruturação (valor)
Investimento em publicidade (valor)
Investimento no lançamento de um novo produto (valor)
Estimativa de investimentos em novos produtos (valor)
Estimativa de invest. no aumento da capacidade produtiva (valor)
Média de investimentos per capita (valor)
Investimentos em novos produtos em relação a receita (valor)

Perdas do investimento do desenvolvimento do produto (valor)
<b>Outros indicadores</b>
Rotação do estoque (%)
Evolução do capital de giro (%)
Retorno sobre o Capital (%)
Evolução do valor das ações (%)
Evolução do lucro por ação estimado (%)
Valor de mercado (valor)
Evolução do valor de mercado (%)
Valor da empresa (valor)
Valor da empresa estimado (valor)
Valor da franquia (valor)
Valor agregado (valor)
Valor das importações (valor)
Preço relativo do produto (valor)
Capital próprio (valor)
Ativos (valor)
Patrimônio (valor)
Evolução do patrimônio (%)
Evolução do preço (%)
<b>Indicadores relacionados com o cliente</b>
Nº de Clientes
Evolução do nº de Clientes
Estimativa da evolução do nº de Clientes
Nº de usuários
<b>Indicadores relacionados com os funcionários</b>
Nº de funcionários
Evolução no nº de funcionários
Nº de funcionários por departamento
Índice de novos funcionários
Idade média dos funcionários
Nº de funcionários no exterior
Nº de postos de trabalho
Nº de contratações
Nº de terceirizados
Nº de demissões
Estimativa de demissões

<b>Indicadores relacionados com estrutura física</b>
Nº de Lojas
Nº de novas lojas
Nº de lojas fechadas
Evolução do nº de Lojas
Índice de lojas fechadas (%)
Nº de Lojas no Brasil
Nº de filiais
Nº de unidades fabris
Nº de unidades fabris no Brasil
Nº de franqueados
Nº de agências
Estimativa de nº de agências
Nº de empresas fechadas
<b>Indicadores relacionados com vendedores</b>
Nº de vendedores
Nº de vendedores no exterior
<b>Indicadores relacionados com fornecedores</b>
Nº de fornecedores
Evolução do nº de fornecedores
<b>Indicadores relacionados com distribuidores</b>
Nº de representantes
Nº de distribuidores
Evolução do nº de distribuidores
Evolução no nº de revendedores
<b>Indicadores relacionados com produtos</b>
Nº de Produtos
Nº de produtos lançados
Nº de produtos transportados por hora
<b>Indicadores relacionados com volume de vendas</b>
Nº de unidades vendidas
Volume de vendas
Volume de vendas do produto
Estimativa do volume de vendas do produto
Volume de vendas em relação a média ideal
Evolução do volume de vendas
Evolução do volume de vendas unitário

Estimativa do volume de vendas
Participação do produto no volume de venda
Estimativa de exportação (volume)
<b>Indicadores relacionados com participação no mercado</b>
Participação no mercado
Estimativa de participação no mercado
Evolução da participação no mercado
Participação no mercado dos produtos
Evolução da participação no mercado do produto
<b>Indicadores relacionados com posição no mercado</b>
Posição no mercado
Evolução da posição no mercado
Posição na revista Maiores e Melhores
Posição revista na revista "Entrepreneur"
Posição revista na revista "Fortune"
Posição no guia Exame - As melhores empresas para trabalhar
Posição no ranking de fabricantes
<b>Indicadores relacionados com capacidade de produção</b>
Capacidade de produção (volume)
Evolução da capacidade de produção (%)
<b>Indicadores relacionados com tempo de fabricação</b>
Tempo de fabricação de um produto
Evolução no tempo de fabricação
<b>Indicadores relacionados com volume de produção</b>
Volume de produção (valor)
Estimativa de produção (valor)
Estimativa de produção de uma nova fábrica (valor)
<b>Indicadores relacionados com produtividade</b>
Produção média por funcionário (valor)
Evolução da produtividade
<b>Outros Indicadores</b>
Volume das importações
Evolução do nº de empresas controladas
Nº de empresas deficitárias
Nº de novos modelos projetados

Perfil do consumidor
<b>INDICADORES NÃO TRADICIONAIS</b>
MVA
EVA
Faturamento com relação ao perfil do consumidor (valor)
Faturamento pela internet (valor)
Tempo médio de lançamento de novos produtos
Nº de parcerias
Retenção dos Clientes (%)
Índice de retenção de clientes com reclamações
Evolução do tempo de entrega
Índice de nacionalização da produção
Tempo para o desenvolvimento de ferramentas produção
Evolução do tempo de desenvolvimento e lançamento do produto
Tempo de atendimento do pedido
Índice de atendimento completo a pedidos
Índice de conhecimento da marca
Investimento em atendimento (valor)
Evolução do investimento na marca (%)
Investimento na marca em relação ao faturamento
Investimento na marca
Investimento em modernização
Investimento em <i>software</i>
Investimento em automação
Investimento em desenvolvimento
Investimento em informatização
Valor da marca
Valor adicionado por funcionário
Evolução dos investimentos em informatização
Investimento em automação em relação ao lucro
Participação da marca em relação ao faturamento
Investimento em ação social
Estimativa do investimento em ação social
Percentual do lucro investido em ação social

FÓRMULAS DOS INDICADORES NÃO TRADICIONAIS

INDICADORES	FÓRMULA
Equivalência dos ativos no PIB interno	$(\text{Ativos} / \text{PIB Brasileiro}) * 100$
EVA ( <i>Economic Value Added</i> )	Lucro Operac. Líq. – Custo total do Cap. Inves. <b>ou</b> Lucro Operac. Líq. – Custo de Oportunidade do Capital
Faturamento com relação ao perfil do consumidor	$(\text{Faturamento de determinada classe de consumidor} / \text{Faturamento total}) * 100$
Faturamento pela internet	Valor das vendas realizadas via internet
Índice de atendimento completo a pedidos	$(\text{N}^\circ \text{ de pedidos atendidos completamente} / \text{N}^\circ \text{ total de pedidos}) * 100$
Índice de conhecimento da marca	$(\text{N}^\circ \text{ respostas positivas} / \text{N}^\circ \text{ de entrevistados}) * 100$
Índice de nacionalização da produção	$(\text{N}^\circ \text{ de componentes (peças) nacionais} / \text{Total de componentes}) * 100$
Índice de retenção de clientes com reclamações	$(\text{N}^\circ \text{ de clientes com reclamações que voltaram a comprar} / \text{N}^\circ \text{ de clientes com reclamações}) * 100$
Inovação	$(\text{Faturamento dos produtos lançados há menos de "X" anos} / \text{Faturamento total}) * 100$
Investimento em automação em relação ao lucro	$(\text{Investimento em automação} / \text{Lucro})$
Investimento em informatização	Valor empregado na informatização
MVA – <i>Market Value Added</i>	Vlr Mercado – Cap. Invest. pelos acionistas (patr. líquido)

Nº de parcerias	Nº de empresas com as quais desenvolve negócios
Participação da marca em relação ao faturamento	$(\text{Faturamento da Marca} / \text{Faturamento Total}) * 100$
Patrimônio intangível	Valor de aquisição da empresa menos valor dos bens físicos da empresa
Retenção dos Clientes	$(\text{Total de clientes ativos} / \text{Total de Clientes}) * 100$
Número de Sucesso no desenvolvimento de novos produtos	Nº de novos modelos projetados que se transformam em produtos finais
Tempo de atendimento do pedido	Nº de dias gastos para atender pedidos (média)
Tempo médio de lançamento de novos produtos	<i>Nº de dias gastos para lançar novos produtos (média)</i>
Tempo para o desenvolvimento de ferramentas para a produção	<i>Nº de dias gastos para desenvolver ferramentas para a produção (média)</i>
Valor adicionado por funcionário	Valor adicionado / Nº de funcionários
Valor da marca	Avaliação de mercado da marca