

GESTÃO FINANCEIRA

05 DICAS ESSENCIAIS QUE VÃO DEFINIR O SUCESSO DE SEU EMPREENHIMENTO

DEZEMBRO 2022



INTRODUÇÃO

VOCÊ CONHECE:

- Os resultados que a sua empresa tem alcançado?
- Sua empresa tem lucro ou prejuízo?
- Os motivos que levam a sua empresa a ter estes resultados?



DICA 1: CONHEÇA OS NÚMEROS, TENHA CONTROLES FINANCEIROS

Os controles financeiros são conjuntos de dados sobre as movimentações de vendas, compras de produtos e insumos, despesas com vendas, despesas com impostos, despesas com pessoal, despesas operacionais, investimentos, recebimentos e pagamentos.

Não importa em que base registrar, software de gestão, planilha de Excel ou livro caixa, importante é ter registro e controle de tudo.

Os controles financeiros são indispensáveis para apoiar as decisões empresariais. Fazer esse acompanhamento é fundamental para o dia a dia da empresa. Pode-se dizer que as informações geradas com esses controles representam o primeiro estágio para a gestão da empresa.



EXEMPLOS CONTROLES FINANCEIROS

DIÁRIO DE CAIXA

CONTAS A PAGAR

FLUXO DE CAIXA

CONTAS A RECEBER

CUSTOS E DESPESAS

DRE

DEPRECIAÇÃO

PASSIVO

**PLANEJAMENTO
ORÇAMENTÁRIO**

CAPITAL DE GIRO

**CONTROLE E
CONCILIAÇÃO
BANCÁRIA E CARTÕES**

**BALANÇO
PATRIMONIAL**

DICA 2: INDICADORES DE RESULTADOS

Não basta apenas ter controles financeiros, estes produzem apenas um banco de dados, que precisam ser trabalhados de forma inteligente, transformando em indicadores de resultados.

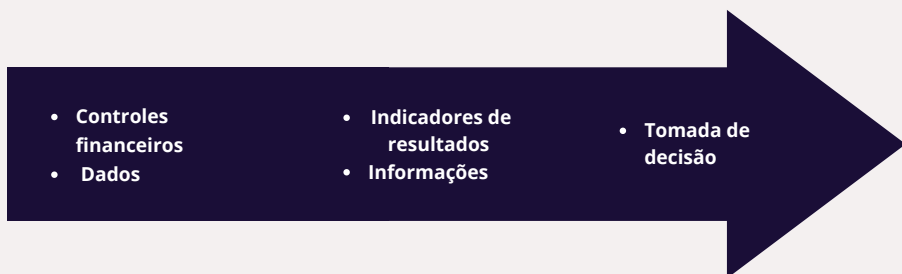
EXEMPLOS INDICADORES DE RESULTADOS

Lucro / Prejuízo	Consumo de energia	Despesas operacionais	Despesas com gás
Ponto de equilíbrio	Consumo de energia	Despesas com pessoal	Despesas primárias
Ticket médio	QTD clientes atendidos	Giro de mesas	Despesas com impostos
Margem de contribuição	CMV	Endividamento	Capital de giro
Perdas	Vendas por colaborador	Taxa de conversão	Faturamento



CICLO DA TOMADA DE DECISÃO

Não basta apenas ter controles financeiros, estes produzem apenas um banco de dados, que precisam ser trabalhados de forma inOs indicadores de resultado são as informações que precisam ser analisadas e devem ser utilizadas para apoiar na tomada de decisão.



Os indicadores de resultado são as informações que precisam ser analisadas e devem ser utilizadas para apoiar na tomada de decisão.



DICA 3: FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA

A formação de preço de venda é um aspecto essencial para o sucesso do negócio, deve se basear nos seguintes pilares:

Custo das Mercadorias Vendidas (CMV):

- Custos das mercadorias de venda direta – produtos que são comprados e vendidos sem transformação.
- Produtos Produzidos – Precisam ser considerados todos os insumos que fazem parte do processo produtivo.
- Para o cálculo preciso precisa ser elaborada a Ficha Técnica dos Produtos Produzidos, contendo:
 1. Todos os insumos com quantidade e preço de custo.
 2. Fator de correção – perdas no processo de limpeza e porcionamento.
 3. Fator de cocção – perdas no processo de cozimento dos produtos.

**Ex: Polvo in natura – Preço de Custo R\$ 90,00
1,000 Kg de Polvo in natura depois de limpo e cozido sobra
0,400 Kg (400 gr) de Polvo Cozido;
Logo, 1,000 Kg de Polvo Cozido equivale a R\$ 225,00.
Este é o valor a ser considerado para o custo do produto
acabado.**

Indicadores de despesas:

- Informações extraídas do DRE:
 1. IMP – Percentual Impostos / Faturamento;
 2. VEN – Percentual Despesas Com Vendas / Faturamento;
 3. PES – Percentual Despesas Pessoal / Faturamento;
 4. OPER – Percentual Despesas Operacionais / Faturamento;
 5. DEP – Percentual Despesas Com Depreciação;
- Margem de Lucro pretendida

Cálculo do preço de venda:

$$\text{PREÇO DE VENDA} = \frac{\text{CMV}}{1 - (\text{IMP} + \text{VEN} + \text{PES} + \text{OPER} + \text{DEP} + \text{LUCRO})}$$

Reflexões importantes:

- Não se pode calcular o preço de venda ideal sem DRE e fichas técnicas;
- Os preços de produtos estão variando rapidamente, importante a cotação e atualização destes preços periodicamente;
- Para os produtos produzidos, se faz necessário o uso de planilha ou software de gestão para calcular o CMV após a atualização dos preços de custos dos insumos.

Indicadores de despesas:

- Informações extraídas do DRE:
 1. IMP – Percentual Impostos / Faturamento;
 2. VEN – Percentual Despesas Com Vendas / Faturamento;
 3. PES – Percentual Despesas Pessoal / Faturamento;
 4. OPER – Percentual Despesas Operacionais / Faturamento;
 5. DEP – Percentual Despesas Com Depreciação;
- Margem de Lucro pretendida

Cálculo do preço de venda:

$$\text{PREÇO DE VENDA} = \frac{\text{CMV}}{1 - (\text{IMP} + \text{VEN} + \text{PES} + \text{OPER} + \text{DEP} + \text{LUCRO})}$$

Reflexões importantes:

- Não se pode calcular o preço de venda ideal sem DRE e fichas técnicas;
- Os preços de produtos estão variando rapidamente, importante a cotação e atualização destes preços periodicamente;
- Para os produtos produzidos, se faz necessário o uso de planilha ou software de gestão para calcular o CMV após a atualização dos preços de custos dos insumos.

Margens e despesas:

- **IMP** – Percentual Impostos/Faturamento – **6,00%**
- **VEN** – Percentual Despesas Com Vendas/Faturamento – **5,87%**
- **PES** – Percentual Despesas Pessoal/Faturamento – **24,08%**
- **OPER** – Percentual Despesas Operacionais/Faturamento – **20,88%**
- **DEP** – Percentual Despesas Com Depreciação – **2,00%**
- **Margem de Lucro pretendida** – **10,00**

Cálculo do preço de venda:

$$\text{PREÇO DE VENDA} = \frac{\text{CMV}}{1 - (\text{IMP} + \text{VEN} + \text{PES} + \text{OPER} + \text{DEP} + \text{LUCRO})}$$

$$\text{PREÇO DE VENDA} = \frac{\text{R\$ 16,21}}{1 - (6,00\% + 5,87\% + 24,08\% + 20,88\% + 2,00\% + 10,00\%)}$$



DICA 4: ANÁLISE E PLANEJAMENTO DO PASSIVO

Para pagar todos os compromissos com o passivo, o empresário e a empresas precisam estar vivos.

A amortização do passivo deve ser planejada, estando limitado ao lucro mensal da empresa. Caso o montante de amortização mensal do passivo seja superior ao lucro da empresa no período, será utilizado parte do capital de giro da empresa, o que poderá a médio prazo inviabilizar o funcionamento do negócio.

Isto normalmente ocorre com muitas empresas, gerando na maioria das vezes uma situação insustentável para o funcionamento do negócio.

Outros aspectos fundamentais:

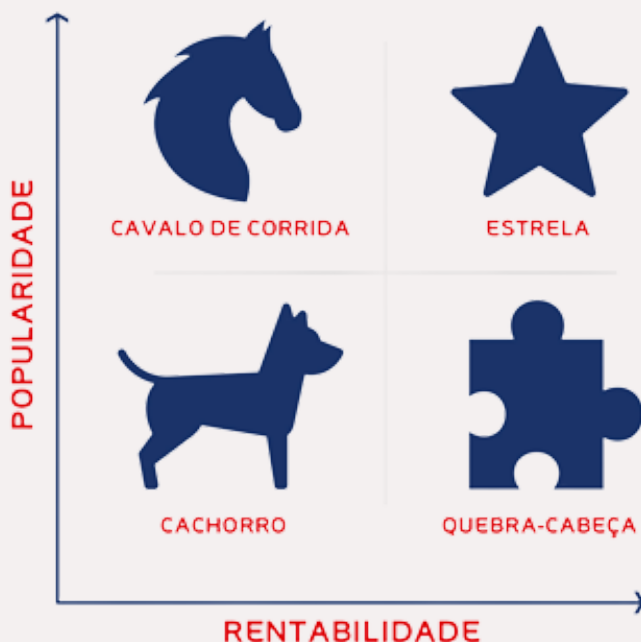
- Priorizar negociações estratégicas para manter o negócio funcionando;
- Reduzir todos os custos ou despesas que não forem extremamente essenciais;
- Avaliar o tamanho da brigada necessária (demissão, férias);

- O Capital de Giro da empresa deve ser planejado em valor suficiente para quitar os compromissos referentes custos e despesas em um período, normalmente este cálculo se baseia na necessidade para um período que varia de 03 a 08 semanas, a depender de cada empreendimento;
- Planejar o fluxo de caixa e capacidade de pagamento antes de negociar dívidas;
- Negociar a prorrogação de dívidas que não consegue quitar no vencimento, mas antes planejar uma expectativa de fluxo de caixa para tentar honrar com a dívida no novo prazo, não precisando renegociar novamente;
- Mostrar aos fornecedores e credores a boa fé, as dificuldades são inerentes à situação do momento;
- Priorizar a negociação ou pagamento das dívidas que prejudiquem a operação da empresa;
- Priorizar a negociação ou pagamento das dívidas que possam gerar ou estejam gerando restrições cadastrais;
- Verificar a possibilidade de substituição das dívidas por opções de menores taxas de juros;
- Verificar a possibilidade de novas linhas de crédito, se for o caso.



DICA 5: ENGENHARIA DE CÁRDAPIO

Para otimizar os resultados da empresa é indispensável a definição estratégica do cardápio, atentar para a rotatividade e lucratividade dos produtos que compõem o cardápio.



Para otimizar os resultados da empresa é indispensável a definição estratégica do cardápio, atentar para a rotatividade e lucratividade dos produtos que compõem o cardápio.

- Produtos “Estrela” são os produtos essenciais para o negócio, vendem muito e têm alta rentabilidade.
- Produtos “Quebra Cabeça” são produtos que têm alta rentabilidade, mas vendem pouco, importante atentar para promover mais estes produtos, procurando aumentar o volume de vendas deles.
- Produtos “Cavalo de Corrida” são produtos de vendem muito, mas têm uma baixa rentabilidade, importante atentar para melhoria. Por exemplo: aumento de preços, redução das porções, ajustes nos ingredientes, entre outras ações, contudo mantendo o equilíbrio com a popularidade do produto.
- Produtos “Cachorro” são produtos que vendem pouco e têm baixa rentabilidade. Precisa ser realizada análise da viabilidade de manutenção destes produtos no cardápio.

Cardápios mais enxutos, normalmente aumentam a rentabilidade do negócio, importante analisar a Engenharia de Cardápio e definir o cardápio ideal para o negócio.



ESPECIALISTA CONVIDADO:



MÁRCIO MAIA

“Apaixonado pela vida, pela minha família e pelo desenvolvimento de pessoas e empresas”.

Diretor da Comprove Consultoria, Administrador de Empresas, formado pela Universidade do Salvador, com experiência em Desenvolvimento Setorial e Territorial, Comércio e Serviços e Alimentação fora do Lar.

Foi Conselheiro e Diretor da FCDL/BA, Presidente da CDL de Jequié/BA.

ESPECIALISTA CONVIDADO:

Consultor e Instrutor da Rede Abrasel, credenciado ao Sistema Sebrae há aproximadamente 20 anos, já tendo atuado em diversos estados do Brasil e Parceiro da ABRASEL.

Nos últimos anos tem dedicado ao atendimento de bares, restaurantes e similares, já tendo atuado em diversas regiões do estado e com centenas de empresas do segmento.

Desenvolveu algumas metodologias de atuação para os segmentos de comércio, serviços e alimentação fora do lar, dentre as quais, desenvolveu para o Sebrae a metodologia do "Programa Gestão Eficiente de Bares e Restaurantes".

**Conheça a Comprove
Consultoria**

**Tire dúvidas na Rede
Abrasel**



A rede profissional exclusiva do setor de alimentação fora do lar.

Informação e conhecimento em conteúdos exclusivos e comunidades colaborativas com a presença de especialistas e empresários de todo Brasil.

Faça parte!

ACESSE 

