



Independente do tamanho, porte, setor ou ramo de atividade, toda empresa tem um fator comum: **não tem como existir sem vender, sem faturar.**

Seja com a venda de produtos (indústria), revenda de mercadorias (comércio) ou prestação de serviços, toda empresa precisa vender o suficiente para poder pagar seus custos, e claro, gerar lucro.

Sendo assim, ao iniciar seu planejamento econômico-financeiro e elaboração do orçamento empresarial, um dos pontos fundamentais é que sua empresa tenha uma boa noção de sua **Previsão de Vendas** para poder então realizar a **Projeção de Faturamento** para o período futuro que está elaborando o planejamento, seja de um mês, um semestre, um ano ou até mais.

A projeção de faturamento é uma das estimativas mais importantes para empresa, pois em posse deste número é que será possível mensurar se os custos (CPV, CMV ou CMS) vão permitir uma margem de contribuição positiva, se a empresa terá como pagar os gastos fixos da operação e claro, se vai sobrar algum dinheiro para remunerar os sócios e também para realizar novos investimentos.

Já falamos sobre a projeção de vendas aqui, e hoje elaboramos um **passo a passo de como realizar** esta importantíssima etapa do planejamento econômico de sua empresa. Mãos a obra!

O que você vai encontrar neste artigo:

- 01 - Definindo os Canais de Distribuição que sua empresa atua
- 02 - Listando os Produtos que sua empresa comercializa
- 03 - Estimando as Quantidades que serão vendidas

04 - Definindo os Preços de venda

Está feito, mas ainda não acabou!

## 01 - Definindo os **Canais de Distribuição** que sua empresa atua

### Canais de Distribuição



A primeira coisa a fazer é entender quais são os Canais que sua empresa utiliza para chegar até o cliente e distribuir seus produtos e serviços. Alguns exemplos de canais mais comuns:

**Lojas físicas** (PDV ou ponto de venda);

**Lojas virtuais** (site, e-commerce, Mercado Livre, Facebook, etc.);

**Revendedores** (podem ser tanto pessoas jurídicas, como pessoas físicas);

**Representantes;**

**Distribuidores;**

**Clientes:** se a análise por cliente for relevante para sua empresa, ele deve ser considerado aqui também;

Entre outros canais que vão variar de acordo com cada modelo de negócio.

**DICA:** durante esse processo, vale a pena realizar uma reflexão se sua empresa está explorando todos os canais possíveis e também se há canais que não trazem o retorno

esperado e talvez devam ser fechados. Se você quiser saber mais sobre Canais de Distribuição, recomendamos este artigo.

## 02 – Listando os **Produtos** que sua empresa comercializa

### Produtos



Digite para filtrar



O próximo passo é criar uma relação de todos os itens que sua empresa tem em seu catálogo de venda, de preferência subdividindo e agrupando os itens comercializados pela empresa em famílias de produtos, linhas de produtos, tipos de produtos, segmentos, marcas, modelos, etc.

Assim fica muito mais fácil realizar análises e compreender quais são os itens com **maior volume de vendas**, quais possuem a **melhor margem**, qual a **sazonalidade** do negócio, etc.

**DICA:** nesta etapa é comum em empresas com um número muito grande de itens comercializados, o impasse entre **detalhar a estrutura** de produtos para obter um melhor nível de análise **ou resumi-la** para obter mais agilidade nas projeções e simulações.

Infelizmente não há uma fórmula mágica. É preciso avaliar cada caso para chegar ao modelo que mais equilibre estes dois pontos.

## 03 – Estimando as **Quantidades** que serão vendidas

Chegou a hora de envolver mais gente no processo e realizar um trabalho “a quatro mãos” com a área comercial!

São os vendedores que estão em contato direto com os clientes, conhecem suas necessidades e são essenciais nesta etapa do processo, dando a previsão de vendas **de cada produto em cada um dos canais** em que atuam.

The screenshot displays the 'Receita de Vendas' (Sales Revenue) management interface. It features two filter panels: 'Canais de Distribuição' (Distribution Channels) and 'Produtos' (Products). In the 'Canais de Distribuição' panel, 'Shopping Moema' is selected, indicated by a red arrow. In the 'Produtos' panel, 'Saxo' is selected, also indicated by a red arrow. To the right, the 'Valores' (Values) table shows a monthly breakdown of sales data. A red arrow points to the 'Quantidade' (Quantity) column header. The table includes columns for 'Mês' (Month), 'Planejado' (Planned), 'Realizado' (Actual), 'Histórico' (Historical), 'Variação (\$)' (Variance in \$), and 'Variação (%)' (Variance in %). The 'Total' row shows a variance of -\$250.00 and -52.08%.

Mês	Planejado	Realizado	Histórico	Variação (\$)	Variação (%)
Janeiro	40,00	40,00	34,80	0,00	0,00
Fevereiro	40,00	38,00	40,00	-2,00	-5,00
Março	40,00	31,20	40,00	-8,80	-22,00
Abril	40,00	45,60	28,80	5,60	14,00
Maior	40,00	40,00	45,20	0,00	0,00
Junho	40,00	35,20	46,00	-4,80	-12,00
Julho	40,00		30,40		
Agosto	40,00		40,00		
Setembro	40,00		34,80		
Outubro	40,00		36,00		
Novembro	40,00		28,40		
Dezembro	40,00		51,20		
<b>Total</b>	<b>480,00</b>	<b>230,00</b>	<b>455,60</b>	<b>-250,00</b>	<b>-52,08</b>

**DICA:** sua empresa deve tomar cuidado para não ficar “refém”, mantendo estas informações apenas com os vendedores. Primeiro que o vendedor pode sair da empresa a qualquer momento, levando com ele todo o conhecimento sobre o comportamento de vendas dos produtos e canais que geria. Além disto, o vendedor, como qualquer ser humano, está sujeito a falhas e pode esquecer informações relevantes ou deixar passar algum detalhe importante.

É essencial que sua empresa possua um bom **controle gerencial das vendas** e mantenha um **histórico** para ajudar na elaboração da projeção de faturamento, prevendo especialmente movimentos ligados a sazonalidade.

## 04 – Definindo os **Preços** de venda

Por fim, é hora de informar os preços que serão praticados para cada produto em cada canal. Na elaboração do preço de venda, é necessário saber antes o custo de produção ou de compra dos produtos e serviços que estão sendo comercializados para poder trabalhar com uma margem de lucro positiva.

## Receita de Vendas

Canais de Distribuição

Produtos

Canais de Distribuição: Shopping Morumbi

Produtos: Sarja

## Valores

Mês	Quantidade	Preço		Receita		
	Planejado	Realizado	Histórico	Variação (\$)	Variação (%)	
Janeiro	80,00	80,00	75,20	0,00	0,00	
Fevereiro	80,00	89,60	80,00	9,60	12,00	
Março	80,00	70,40	80,00	-9,60	-12,00	
Abril	80,00	86,40	106,40	6,40	8,00	
Mai	80,00	80,00	76,80	0,00	0,00	
Junho	80,00	108,00	72,00	28,00	35,00	
Julho	80,00		64,00			
Agosto	80,00		80,00			
Setembro	80,00		75,20			
Outubro	80,00		59,20			
Novembro	80,00		60,00			
Dezembro	80,00		82,40			
<b>Total</b>	<b>80,00</b>	<b>85,84</b>	<b>76,12</b>	<b>5,84</b>	<b>7,30</b>	

Colunas de Variação: Planejado X Realizado

Além disto, a empresa deve considerar também fatores relacionados a cada canal de distribuição, como gastos com fretes, comissões e principalmente os impostos que precisarão ser pagos e podem variar de acordo com os canais de distribuição onde o cliente fará a aquisição do produto ou serviço. Por exemplo, se sua empresa analisa as vendas por estado, os impostos como o ICMS podem variar.

## Está feito, mas ainda não acabou!

Pronto, agora você já tem a **previsão de vendas** repassada pela área comercial e pode calcular a **projeção de faturamento** da empresa para o período.

## Receita de Vendas

Canais de Distribuição

Produtos

Canais de Distribuição: Campos Confeccões

Produtos: Campos Confeccões

## Valores

Mês	Quantidade	Preço		Receita		
	Planejado	Realizado	Histórico	Variação (\$)	Variação (%)	
Janeiro	287.300,00	287.300,00	308.887,88	0,00	0,00	
Fevereiro	287.300,00	328.001,80	287.300,00	40.701,80	14,17	
Março	287.300,00	186.470,62	287.300,00	-100.829,38	-35,10	
Abril	287.300,00	304.689,56	330.574,25	17.389,56	6,05	
Mai	287.300,00	287.300,00	334.390,70	0,00	0,00	
Junho	287.300,00	325.943,10	311.062,02	38.643,10	13,45	
Julho	287.300,00	7.565,00	312.439,67	-279.735,00	-97,37	
Agosto	287.300,00		287.300,00			
Setembro	287.300,00		308.887,45			
Outubro	287.300,00		308.499,14			
Novembro	287.300,00		349.885,99			
Dezembro	287.300,00		325.601,10			
<b>Total</b>	<b>3.447.600,00</b>	<b>1.727.270,08</b>	<b>3.752.128,20</b>	<b>-1.720.329,92</b>	<b>-49,90</b>	

Colunas de Variação: Planejado X Realizado

Mas o trabalho de planejamento não termina aqui e pode ser que outras etapas do

orçamento empresarial exijam ajustes no planejamento de vendas. Veja alguns exemplos:

Será que a empresa tem capacidade para produzir a quantidade que está planejando vender (PCP)?

Com este volume de vendas, a empresa consegue pagar seus gastos fixos (atinge o ponto de equilíbrio)?

O lucro gerado com esta projeção de vendas será suficiente para remunerar os investidores e colocar em prática o plano de expansão da empresa?

Estas são apenas algumas perguntas que você, controller precisará fazer antes de dar como validado o plano de vendas. Mas se você quiser se aprofundar no tema, recomendamos também a leitura do artigo perguntas chave para realização de um orçamento empresarial eficaz.

---

**PS:** nos exemplos deste post, utilizamos o Treasy, nosso sistema online para Planejamento e Controladoria para realizar as projeções e análises. Se quiser conhece-lo, mande uma mensagem para nós: [contato@treasy.com.br](mailto:contato@treasy.com.br).

Mas você também pode utilizar planilhas ou outras ferramentas para realizar as projeções de sua empresa. **O importante é não deixar de fazer!**

E caso você queira uma planilha gratuita de Orçamento Empresarial, disponibilizamos uma para lhe ajudar no planejamento e acompanhamento do futuro da sua empresa. Basta clicar no botão abaixo para baixar.



Nas próximas semanas traremos outros artigos práticos abordando as demais áreas do planejamento econômico-financeiro empresarial. Portanto, se você ainda não é assinante de nosso newsletter, cadastre-se (aqui, logo abaixo) para receber este e outros artigos por e-mail, ou nos adicione nas redes sociais para ficar por dentro de tudo que acontece por aqui.

E se o conteúdo do artigo foi útil para você e sua empresa, deixe um comentário e compartilhe utilizando os botões das redes sociais que ficam aqui logo abaixo.

---

*Também publicado em Medium.*