

Assim como ocorre em qualquer negócio, os responsáveis pelas finanças da empresa X se reuniram no fim do ano e realizaram o planejamento orçamentário para o período seguinte. Para isso, elaboraram primeiro o **orçamento de vendas**, traçando, assim, a **previsão do faturamento** e chegando à conclusão de que a tendência era o negócio iria ficar no azul, com uma margem de lucratividade alta.



No entanto, passados três meses, os resultados apresentavam apenas prejuízo. Ao perceberem essa situação, os profissionais do setor financeiro foram verificar o que estava acontecendo e notaram que a diferença entre os valores projetados e os que apareciam no fluxo de caixa eram muito discrepantes, não condizendo com a realidade que se mostrava para eles. Em um dos meses, por exemplo, a receita foi 30% menor do que a que foi projetada no orçamento de vendas.

Diante disso, a solução foi sentar novamente e rever o orçamento de vendas, começando pelas informações que serviram de base para a análise. Foi nesse momento que o controller identificou algumas **falhas no processo de construção das projeções**. Entre os pontos ausentes na avaliação estava a conjuntura econômica, que não era das mais favoráveis, principalmente ao negócio da empresa, o que exigiria, portanto, uma ponderação importante.

Nesse exemplo, o problema foi não observar a situação econômica e as tendências de crescimento ou queda da economia mundial e do país. Mas existem outras falhas que podem ser cometidas. Para que você possa evitá-las, **elencamos 6 dicas essenciais para a elaboração do orçamento de vendas da sua empresa**.

O que você vai encontrar neste artigo:

[Importância do orçamento de vendas](#)

### Como criar um orçamento de vendas eficiente

- 1 - Utilizar os dados históricos para criar as projeções
- 2 - Criar estruturas de canais e produtos corretamente
- 3 - Definir o preço de vendas e a margem de contribuição
- 4 - Definir as metas
- 5 - Conhecer o mercado
- 6 - A necessidade de estar por dentro da conjuntura econômica e política

### Conclusão

## Importância do orçamento de vendas

Antes de partirmos para as dicas de como elaborar o orçamento de vendas da maneira mais eficiente, precisamos lembrar a importância dessa ferramenta para a gestão da empresa. Para começar, **ela é a base de todo o processo orçamentário**, pois, ao traçar a projeção de receita da empresa, está sendo indicado se será ou não possível cobrir todos os custos e, portanto, se o caixa registrará lucro.

Sendo assim, **elaborar um orçamento de vendas é essencial para o planejamento orçamentário da empresa** e, conseqüentemente, da saúde do negócio. Isso porque, em primeiro lugar, a estimativa da demanda é um dos fatores que influenciam a programação da produção ou da compra de mercadorias, o que, por sua vez, está ligado aos custos. Então, um erro nas previsões pode causar um sério desajuste nessa engrenagem.

Depois, as despesas sempre estarão ali, independentemente do volume da demanda. Aluguel, telefone, mão de obra, energia elétrica, material de escritório e outros gastos fixos mensais precisam ser pagos. Então, se lá na hora de pensar o orçamento de vendas a empresa achou que tinha o suficiente para pagar as despesas, o planejamento deve levar isso em consideração. Caso contrário, é necessário pensar em outra solução.

Além da parte financeira do negócio, **saber como elaborar um orçamento de vendas correto impacta também na estratégia de vendas da empresa**. Uma previsão de baixo volume de demanda, por exemplo, exige que a empresa pense em ações e outras soluções que consigam corrigir esse problema. Da mesma forma, uma estimativa supervalorizada impede que os gestores enxerguem essa necessidade.

Como consequência, essa distorção também prejudica a gestão de vendas, que, porventura, tomará decisões equivocadas durante um determinado período, pois terá como guia um orçamento comprometido.

## Como criar um orçamento de vendas eficiente

Agora que relembramos a importância dessa ferramenta, vamos apresentar as **dicas sobre como fazer um orçamento de vendas eficiente**. São pontos essenciais e que precisam ser considerados durante esse processo.

### 1 - Utilizar os dados históricos para criar as projeções

**Olhar para o passado é uma das maneiras mais eficazes de criar um orçamento de vendas.** Os dados dos períodos anteriores ajudam na análise de tendências, na identificação de padrões de determinados produtos, lugares ou épocas do ano. Aqui estamos falando tanto de informações do faturamento da empresa quanto de dados do mercado, de concorrentes e de produtos ou serviços semelhantes.

**Essa análise é feita com base no conhecimento do mercado e da economia na qual a empresa está inserida.** Isso significa que as vendas que ocorreram no passado foram efetuadas dentro de um contexto. Um negócio que presta serviço de tecnologia da informação, por exemplo, pode ter um pico de demanda durante um grande ataque hacker, como os que aconteceram em 2017. Então, sabendo disso, é fundamental fazer o filtro durante a avaliação dos resultados anteriores.

**Os históricos também servem para validar ou refutar alguma ação**, obrigando a empresa a mudar a estratégia no gerenciamento de vendas. Na prática, isso quer dizer que tudo que funcionou pode ser mantido ou aperfeiçoado. Já o que não deu certo precisa ser revisto ou remodelado.

### 2 - Criar estruturas de canais e produtos corretamente

**Outro ponto essencial na construção do orçamento de vendas é o mapeamento completo do mix de produtos da empresa e dos canais de vendas e de distribuição.** Assim, os responsáveis por elaborar essa ferramenta garantem um nível de detalhamento que fará toda a diferença na análise final.

Dessa forma, **é possível avaliar se um item vende mais em uma região do que em outra e entender o que motiva essa diferença**, assim como analisar o desempenho entre filiais e comparar a rentabilidade de linhas de produtos diferentes. A empresa também consegue mensurar as vendas em determinadas épocas e muitos outros detalhes.

### 3 - Definir o preço de vendas e a margem de contribuição

A precificação dos produtos e serviços também é vital para o orçamento de vendas. Primeiro, porque é essa informação que vai permitir a projeção do faturamento em determinado período, junto, claro, com a previsão de demanda.

Depois vem a questão estratégica. **Preços muito altos podem espantar os clientes**, principalmente se eles estiverem muito fora da realidade do mercado. Por outro lado, valores muito baixos dão prejuízo, pois reduzem as margens de contribuição dos produtos ou serviços, ou seja, comprometem a lucratividade. **O ideal, então, é encontrar sempre o equilíbrio e prezar pelo bom senso.**

### 4 - Definir as metas

**O orçamento de vendas também pode ser utilizado como meta para a área comercial da empresa.** Com o valor projetado em mãos, é possível traçar objetivos de avançar sobre esses números e gerar resultados além do que estava previsto. Essa estratégia serve como estímulo para que os profissionais atuem de forma mais intensa e eficiente.

Claro que essas metas precisam ser coerentes. Não há a necessidade, por exemplo, de dobrar a meta depois de atingi-la. Os objetivos estabelecidos precisam estar dentro da realidade da empresa e do mercado. Queremos dizer com isso que eles precisam ser alcançáveis e não muito mirabolantes, pois isso pode acabar gerando o efeito contrário, desestimulando os colaboradores.

### 5 - Conhecer o mercado

**Conhecer bem o mercado em que sua empresa atua é decisivo para a criação do orçamento de vendas.** Então, leve em consideração a força dos concorrentes, os preços que eles praticam, a demanda por seu produto ou serviço, as características do público-alvo, seus hábitos de consumo, os períodos de sazonalidade e outros detalhes importantes.

**Observe, por exemplo, os concorrentes que praticam preços e oferecem produtos ou serviços mais parecidos com os seus.** Eles precisam estar dentro do horizonte de análise, pois é com eles que sua empresa disputará atenção.

## 6 – A necessidade de estar por dentro da conjuntura econômica e política

**Além de conhecer bem o mercado em que atua, o controller responsável pelo orçamento de vendas deve estar a par de tudo o que acontece no cenário econômico e político**, uma vez que isso influencia diretamente nos preços que precisam ser praticados na procura pelos produtos ou serviços.

Quem trabalha com transporte, por exemplo, depende dos preços do combustível e, portanto, precisa saber o que acontece em volta da Petrobras, por exemplo. Isso vale tanto para o aspecto econômico quanto político — ainda mais em período de eleições, como aquele em que o Brasil vai entrar nos próximos meses. Dependendo de quem governa e de quem comanda a estatal, a política de preços pode acabar mudando, assim como outras diretrizes.

**Estar de olho nas movimentações do cenário econômico é importante também para saber como vão se comportar os consumidores.** Em períodos de crise, eles acabam se retraindo, diferentemente de outros momentos. Então, a projeção do faturamento depende, ainda, da análise dessa conjuntura.

Quer mais informações sobre orçamento de vendas? Confira, então, nosso e-book que fala especificamente sobre esse assunto, apresentando, entre outras questões, casos reais com os quais você pode aprender e se inspirar:



## Conclusão

Ficou clara a importância do orçamento de vendas para a sua empresa, certo? Da mesma forma, também ficou evidente que os cuidados que citamos fazem toda a diferença nesse processo. O exemplo que indicamos na introdução ilustra bem isso. Não ter avaliado a conjuntura econômica foi decisivo para o prejuízo.

Então, se você ainda não segue esses pontos que elencamos, comece agora mesmo a colocá-los em sua lista de prioridades. Afinal, é o futuro do seu negócio que está em jogo, concorda?

Esperamos que você tenha gostado deste artigo. Ficou com alguma dúvida ou quer contar uma experiência? Fique à vontade. Estamos aqui para ouvi-lo e trocar ideias.

Toda semana publicamos aqui no blog artigos relacionados a planejamento, orçamento e

acompanhamento econômico-financeiro. Além disso, publicamos mensalmente materiais gratuitos para download, como modelos de planilhas, white papers e e-books. Portanto, se você ainda não é assinante de nossa newsletter, cadastre-se para receber esses conteúdos por e-mail, ou nos adicione nas redes sociais para ficar por dentro de tudo que acontece por aqui.

---

*Também publicado em Medium.*