

Tema 2: Mercado

Assunto 7: Projeção de vendas

Unidade 1: A importância da projeção de vendas

Olá, caro(a) aluno(a). Este material destina-se ao seu uso como aluno(a) inscrito(a) no Curso Aprender a Empreender pela Internet, promovido pelo Sebrae. Conforme você já leu no Guia do curso, este é um recurso adicional do qual você dispõe para apoiá-lo(a) e está disponibilizado para download. Para facilitar o manuseio do material, seguir-se-á a sequência estabelecida para o curso em temas, assuntos e unidades. O material está disponibilizado por tema, na 1ª unidade de cada assunto, indicando-se as unidades a que se refere. **Nas atividades educacionais propostas e realizadas com recursos tecnológicos especiais, você deve navegar no curso pela internet.** Neste material, ao encontrar a palavra **Atenção!** Vá ao ambiente do curso e localize a unidade e passo indicados. Você deve percorrer todos os passos e clicar em **Concluir** no final de cada unidade. Quando todas as unidades de um mesmo assunto estiverem concluídas no ambiente do curso na internet, você terá acesso aos textos do próximo assunto para download.

Estamos chegando a mais uma etapa do estudo do tema MERCADO. No percurso, nós refletimos sobre uma série de assuntos ligados à área empresarial, com base em nossa experiência como empreendedores e construtores de sonhos. A partir do conceito de mercado, já estudamos os diversos tipos de mercado (consumidor, concorrente, fornecedor, formas de dimensionar o nosso mercado) ou o marketing na empresa.

Nesta unidade, vamos trocar idéias sobre a importância de fazermos Projeção de Vendas de nossos negócios para podermos conhecer a sua viabilidade econômica, isto é, a sua capacidade de gerar lucro.



TEORIA

Não é uma tarefa fácil prever o faturamento inicial do empreendimento, principalmente se o empreendimento é novo, está sendo montado e não há um histórico em que se basear.

Caso o negócio seja na área da indústria, deve-se calcular a capacidade de produção, pressupondo-se que o mercado absorverá toda a produção. Caso seja uma empresa comercial e de serviços, também se deverá trabalhar com o pressuposto de venda ideal para a consecução de suas metas.

Qualquer que seja o tamanho do negócio, ele é criado para que o(a) empreendedor(a) recupere o seu investimento e tenha lucro.

Lembre-se de que é sempre importante ouvir o seu mercado. Pesquisas indicam que a principal causa de mortalidade empresarial em todo o mundo é a falta de capacidade de empresas e empresários de se adaptarem às mudanças em seus mercados. Uma mudança no seu mercado significa basicamente que seus consumidores começaram a pensar de forma diferente. Se você está sempre atento às opiniões de seus clientes – e mais ainda, está sempre buscando conhecê-las, perguntando e ouvindo o que eles têm a dizer, com certeza terá muito mais chances de antecipar as necessidades deles. Por isso, faça desta ação (perguntar e ouvir as respostas) um hábito constante junto a seus clientes.

Há formas de projetar vendas que ajudam a chegar a estimativas razoáveis:

- Pesquisa e comparação com negócios similares. Por exemplo, "Seu" Manoel, João ou D. Maria podem saber qual o seu potencial de venda, fazendo um estudo de mercado da região, cidade e estado em que atuam ou possam vir a atuar.
- Vendas em períodos anteriores. Examinar o registro das vendas já efetuadas (histórico) e comparar com as vendas atuais permite projetar a expansão de vendas que se quer atingir para o próximo período. Nesse processo, é importante avaliar o estágio em que se encontra o mercado no segmento de seu negócio. Está em expansão? Em declínio ou estável? O(A) empreendedor(a) vai precisar estar todo o tempo preocupado com essas questões que, de certa forma, condicionam as decisões a serem tomadas e o esforço de vendas necessário ao cumprimento das metas estabelecidas.



Você tomou conhecimento de que qualquer negócio é criado para que o(a) empreendedor(a) recupere o seu investimento e tenha lucro. Partindo desse princípio e para que você compreenda melhor o que significa e com que objetivo se faz uma projeção de vendas, quando o assunto envolve ganhar e gastar dinheiro, elaboramos o exemplo que vem a seguir:

EXEMPLO

"Seu" Francisco é uma pessoa muito comedida e daquele tipo que "só coloca o chapéu onde o braço alcança". Sua esposa vem lhe pedindo para fazer uma reforma na casa, há algum tempo, mas ele quer ter certeza, de que poderá arcar com essa despesa extra, sem que seu caixa vá para o "vermelho". Então, precavido como ele só é, sabendo que há formas de se projetar vendas, que ajudam a chegar a estimativas razoáveis, procurou examinar cuidadosamente o volume de vendas realizadas nos últimos meses, comparou esses resultados obtidos com o volume de vendas atual e fez uma projeção sobre o que poderia acontecer nos meses subseqüentes. Com base nessa estimativa e, ainda, sem perder de vista as possíveis oscilações e mudanças que o mercado pudesse vir a sofrer, no período da reforma da casa, "Seu" Francisco ficou sabendo, por antecipação, quanto poderia gastar para satisfazer o desejo de sua mulher, sem comprometer o seu faturamento mensal e sem abolir totalmente os seus lucros. Uma parte desse lucro passaria a ser investido na reforma da casa.

Vendas repetidas considerando o Ciclo de Compra dos Clientes. Há clientes que têm regularidade de compras (por quinzena, semana, mês, semestre, ano). Com base nesses ciclos e considerando-se o grau de crescimento e satisfação, formas de liquidação, fidelidade, etc você poderá projetar as vendas com razoável margem de segurança.

EXEMPLO

É assim que faz Dona Josefa, proprietária do armarinho mais sortido e mais lucrativo da cidade onde ela mora. Todos sabem que no "Agulha de Ouro" há toda espécie de miudezas que se possa desejar. Ela comanda o seu negócio com bastante segurança, tem suas vendas sob controle e seu faturamento equilibrado. Ela conhece, como ninguém, o Ciclo de Compra dos seus Clientes e, por isto, ela pode fazer o seu planejamento de vendas, com uma certa segurança. Nas épocas de Festas Tradicionais ou de simples festejos na cidade, o comércio é normalmente aquecido, não há motivo para preocupações, as vendas transcorrem normalmente e em grande quantidade, gerando um faturamento bastante elevado. Por outro lado, nos períodos considerados normais e de pequena movimentação, o comércio se retrai. Para estimular as vendas, nessas ocasiões, Dona Josefa promove sempre algum tipo de publicidade, dá descontos especiais, distribui brindes ou faz grandes liquidações. Ela precisa incentivar os seus clientes a comprar. Assim ela mantém o seu negócio em equilíbrio permanente.

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Atenção! Retorne ao ambiente do curso na Internet, no passo 4 da mesma unidade (A Importância da Projeção de Vendas) e assunto (Projeção de Vendas) que estamos estudando. Vá conferir o exercício que preparamos para você. Aproveite para rever o assunto.

RESUMO

Vender não é tão simples assim e é uma atividade fascinante. Requer uma série de conhecimentos, orientando a quem deseja abrir um bom negócio. É indispensável, por exemplo, dentre as diversas estratégias ensinadas, que você faça uma projeção do seu faturamento. Não se trata de uma tarefa fácil. Você faz a projeção do seu faturamento, a partir da projeção das vendas que fará. Estimando quanto vai vender, estimará quanto vai ganhar e quanto vai lucrar. De posse da análise desses dados, poderá saber, até que ponto, a abertura do negócio, que você pretende, será viável ou não.

Um lembrete para você! No ambiente do curso pela internet, você deve clicar em todos os passos da unidade que está estudando e, no último passo (final da unidade), clicar no botão **Concluir**. Este procedimento lhe permitirá ter acesso a um novo assunto – **FINANÇAS** - e à possibilidade de fazer o download deste novo conteúdo.