



**INDICADORES DE NEGÓCIO: UM
GUIA COM OS MAIS IMPORTANTES
PARA A SUA EMPRESA**



INTRODUÇÃO	3
A IMPORTÂNCIA DOS INDICADORES DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA	5
OS PRINCIPAIS INDICADORES DE NEGÓCIO	9
COMO IMPLEMENTAR OS INDICADORES DE NEGÓCIO	15
CONCLUSÃO	19
SOBRE A ZIPLINE	21





INTRODUÇÃO

A gestão de uma empresa não é uma tarefa simples e, muitas vezes, também não é um trabalho fácil. São vários fatores a serem considerados e existe sempre a pressão de fazer com que o empreendimento cresça e obtenha sucesso no mercado.

Os indicadores de negócio aparecem nesse momento como uma ferramenta facilitadora para a gestão. Eles mostrarão o estado de saúde, principalmente financeira, da sua empresa e **possibilitarão a tomada de decisão nos momentos certos.**

No entanto, além de ter indicadores, é necessário saber quais são os mais adequados para a sua empresa e como eles devem ser utilizados para que não se tornem uma grande dor de cabeça.



Neste e-book nós mostraremos a importância dos indicadores de negócios, quais são **os principais indicadores que você pode usar na sua empresa** e como implementá-los de forma fácil e prática. Preparado?



A IMPORTÂNCIA DOS INDICADORES DE NEGÓCIO PARA UMA EMPRESA



Como dissemos na introdução deste e-book, os indicadores de negócio são as métricas que mostrarão, em números, como está a situação atual da empresa.

Por meio deles é possível identificar algumas tendências que **indicarão a necessidade de intervenções em processos que podem levar a empresa para um caminho indesejado**. Se você não mede um processo, como saberá se ele está melhorando ou piorando?

Do ponto de vista do planejamento estratégico, **os indicadores de desempenho são o ponto central de verificação do andamento das metas**. É preciso acompanhar cada um deles de perto para garantir que as metas serão cumpridas e os objetivos alcançados.



As principais metas estratégicas de pequenas e médias empresas podem ser classificadas em 4 grupos: **metas financeiras, metas de cliente e mercado, metas de processos internos e metas de desenvolvimento humano.**

A seguir detalharemos um pouco mais cada uma dessas metas. Acompanhe!

METAS FINANCEIRAS

As metas financeiras são aquelas que todas as empresas têm e precisam acompanhar. **As principais metas estão relacionadas ao faturamento, aos custos fixos, ao capital de giro e à lucratividade dos produtos e serviços.**

Essas são as metas que evidenciarão de forma direta como está a saúde financeira do seu negócio, se ele está indo bem ou se é preciso tomar alguma atitude para evitar prejuízos.

METAS DE CLIENTE E MERCADO

As metas de cliente e mercado visam **analisar a situação da empresa com relação ao externo.** Elas estão diretamente relacionadas à matriz SWOT e ao posicionamento do seu negócio no mercado.

As metas mais utilizadas estão ligadas à satisfação do cliente, ao ranqueamento dos produtos e serviços no mercado e à [situação dos concorrentes](#).

METAS DE PROCESSOS INTERNOS

As metas de processos internos tem como foco **melhorar a eficácia e a eficiência de cada processo da empresa**. São essas as metas que visam diminuir os desperdícios de tempo, matéria-prima e demais recursos a fim de atingir resultados mais rentáveis.

METAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO

As metas de desenvolvimento humano tem como objetivo **aprimorar a qualidade da equipe contratada** e, conseqüentemente, a qualidade dos produtos e serviços prestados.

As principais metas de desenvolvimento humano estão relacionadas ao processo de admissão, de treinamento e de [gestão das equipes](#).



OS PRINCIPAIS INDICADORES DE NEGÓCIO

Agora que você já aprendeu o que são indicadores de negócio e qual é a importância deles, listaremos aqui os 8 indicadores de performance mais importantes para você utilizar já em sua empresa. Confira!

CUSTOS FIXOS

Dentre os vários tipos de custos que uma empresa tem ao longo de sua existência, os mais importantes de todos a analisar e acompanhar são os custos fixos. Eles representam, na prática, **o valor que a sua empresa precisa necessariamente faturar para sobreviver.**

Se os custos fixos da sua empresa são muito altos ou demonstram uma tendência de crescimento, é um sinal significativo de alerta. **Esse aumento pode indicar desperdícios e até mesmo gastos com coisas que não são mais necessárias para o planejamento estratégico atual da empresa.**



Além disso, **acompanhar de perto os custos fixos ajuda na precificação correta dos produtos e serviços oferecidos**, evitando prejuízos ou encarecimento desnecessário — o que pode diminuir o volume de vendas.

FATURAMENTO

Esse é um indicador que todos os donos de empresas gostam de acompanhar bem de perto — pois **ele indica todo o volume vendido em um determinado período**. No entanto, é preciso tomar bastante cuidado com esse indicador, visto que ele não pode ser avaliado isoladamente. Afinal, faturamento não é sinônimo de lucro.

A variação no faturamento pode oferecer diversos indicativos relevantes para a definição das estratégias de atuação no mercado.

A diminuição do volume de vendas em um determinado mês pode indicar apenas uma sazonalidade normal para o período.

É importante analisar as variações mês a mês, em períodos do ano (como trimestres e semestres) e a comparação dos mesmos períodos em anos diferentes. Assim, as análises ficarão mais completas e **demonstrarão um cenário mais real da situação financeira da empresa.**

SATISFAÇÃO DO CLIENTE

O objetivo principal por trás de todos os objetivos de uma empresa é **garantir a satisfação do seu cliente com seus produtos e serviços**. Por isso, é fundamental monitorar o que os seus clientes têm achado dos produtos e serviços que sua empresa oferece.

Não se deve esquecer de **avaliar o atendimento desde o primeiro contato entre a sua empresa e seu futuro cliente até o relacionamento pós-venda**. Faça pesquisas de satisfação, analise os [atendimentos do SAC](#), monitore o que as pessoas falam sobre a sua empresa nas redes sociais e fóruns de discussão.

Manter altos índices de satisfação do cliente é um dos fatores que mais fidelizam as pessoas e fazem com que elas não só voltem a comprar mais, como também indiquem o negócio para novos clientes.

TICKET MÉDIO

O ticket médio é um indicador poderoso dentro de uma estratégia de negócios de sucesso. Ele mede o valor médio gasto por cliente e pode indicar uma série de tendências a serem trabalhadas.

Se a sua empresa possui um mix mais variado de produtos ou serviços, a análise do ticket médio pode **fornecer subsídios interessantes para a elaboração de uma promoção ou de uma estratégia de venda combinada, por exemplo**.

Detalhando esse indicador um pouco mais, é possível analisar os tipos de produtos que têm mais saída e definir como fazer para aumentar as vendas de alguns que tem saída menor.

TEMPO DE PRODUÇÃO

Tempo é dinheiro e, portanto, **gastar mais tempo que o necessário na produção é certeza de perda na lucratividade do seu negócio.** Se sua empresa vende produtos, o interessante é fazer a medição de cada etapa da produção e verificar onde estão os pontos de atenção e possíveis gargalos.

O acompanhamento constante em cada etapa contribui para a melhoria nos processos e para a otimização do tempo total de produção. Caso sua empresa ofereça serviços, **é preciso estar atento aos tempos utilizados desde a elaboração da proposta dos serviços até o tempo gasto em sua execução.**

Não se esqueça também de medir as horas gastas no trânsito (em caso de atendimentos ou visitas in loco) e nas reuniões tanto internas com a equipe quanto externas com o cliente.

CUSTO MÉDIO DE VENDA

O custo médio de venda é um dos indicadores mais relevantes dentre todos os tipos de custos de um negócio. Ele mostra, de uma forma generalizada, **quanto a empresa gasta em média para concluir cada venda.** Para calcular esse indicador, é preciso considerar tanto os custos fixos quanto os custos variáveis — ou seja, o custo total de operação.

Esse indicador é um excelente parceiro do ticket médio de vendas (que é diferente do ticket médio de clientes, cuidado para não confundir!). Enquanto um é a média dos valores que entram na conta da empresa, o outro é a média dos valores que saem. Assim, subtraindo um do outro chegamos ao lucro médio do negócio. É claro que existem formas mais precisas de obter a margem real de lucro da empresa, mas **esse indicador serve como referência principalmente para a tomada de decisões estratégicas.**

QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS

O indicador de qualificação profissional está diretamente relacionado à qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelo seu negócio. **Se a sua empresa se preocupa com a qualificação constante de seus empregados, as melhorias são sentidas em diversos setores.**

Investir em treinamentos técnicos e cursos especializados garante a atualização e a modernização contínua dos processos de produção.

Em contrapartida, os investimentos em treinamentos comportamentais **contribuem para a melhoria do clima organizacional e ainda ajudam a aumentar o engajamento das equipes com os objetivos da empresa.** Monitorar o quanto os seus profissionais estão bem qualificados é o mesmo que monitorar o quão evoluída sua empresa está!

TURN OVER

Este é um indicador obrigatório para qualquer empresa que almeja ser bem-sucedida no mercado. O turn over mede a rotatividade das pessoas na empresa. Em outras palavras, **ele mede a eficiência dos processos de contratação e de retenção de talentos do seu negócio.**

Se os níveis de turn over estiverem muito altos, **isso significa que as pessoas não estão satisfeitas em trabalhar na sua empresa.** Algo muito sério pode estar provocando essa constante saída de pessoas.

O turn over é altamente prejudicial para o negócio, visto que demonstra insatisfação dos colaboradores e gera uma elevação nos custos com as verbas rescisórias. Além do mais, se as pessoas não permanecem por muito tempo em sua empresa, muitos trabalhos podem sofrer interrupções que afetam a produtividade.



COMO IMPLEMENTAR OS INDICADORES DE NEGÓCIO



Depois de todas as informações que tivemos até aqui neste e-book, a pergunta que surge é: “como faço para implementar os indicadores de negócio na minha empresa”?

Podemos dividir a implementação dos indicadores em 3 etapas: **definição, medição e análise**. Saiba mais sobre cada uma delas abaixo!

DEFINIÇÃO DE INDICADORES DE NEGÓCIO

Antes de escolher os indicadores mais adequados para o seu negócio, **é preciso ter objetivos e metas bem definidos**. Se a sua empresa não tem um planejamento estratégico, esse é um excelente momento para fazer um.

A definição dos indicadores deve ser feita com base nas metas estabelecidas no planejamento estratégico, pois é por meio deles que a evolução das metas é medida. **Cada indicador deve estar diretamente relacionado a alguma meta**. Um indicador sem meta é puro desperdício. Evite preciosismos: aqui vale a regra “menos é mais”.

MEDIÇÃO DOS INDICADORES DO NEGÓCIO

A medição precisa ser frequente e a periodicidade precisa ser bem estabelecida. **Cada indicador terá uma periodicidade de medição específica de acordo com os objetivos a serem alcançados**.

O que determinará a periodicidade de medição de cada indicador será o volume de variações significativas de cada um.

Indicadores que sofrem variações relevantes com maior frequência precisam de medições mais recorrentes.

ANÁLISE DOS INDICADORES DO NEGÓCIO

Essa é a parte mais importante e o grande motivo para que a sua empresa adote indicadores de negócio. **Ter todos esses dados disponíveis de nada adiantam se eles não forem usados para tomar decisões importantes.**

A análise de indicadores envolve uma série de comparações que resultarão em tendências futuras. As principais análises são mensais, trimestrais, semestrais e anuais.

Visto que alguns indicadores podem ter medições diárias e semanais, **é interessante fazer uma análise mais detalhada deles, tomando o cuidado de não focar todos os esforços para medir e analisar e deixar o trabalho diário de lado.**

Faz parte da análise de indicadores a proposição de ações para corrigir os desvios mais expressivos, garantindo o cumprimento das metas organizacionais.

Os indicadores de negócio são as principais ferramentas de gestão para o sucesso de uma empresa. Sem eles é impossível afirmar se seu negócio está indo bem ou se ele está indo mal. A definição adequada dos indicadores garante o controle efetivo das questões financeiras, operacionais e de pessoal da empresa.

Negligenciar esse instrumento não apenas impede a evolução do seu negócio de evoluir como também abre para a possibilidade de grandes prejuízos por falta de controle e acompanhamento. **Não perca o controle da sua empresa: comece hoje mesmo a usar os indicadores de negócio!**





A ZIPLINE é uma empresa que desenvolve sistemas online para micro e pequenas empresas. No mercado desde 2001, buscamos sempre aperfeiçoar nossos serviços para oferecer soluções que auxiliem e otimizem os negócios de nossos parceiros.

Com esse objetivo, criamos o eGestor, uma plataforma completa para gestão de micro e pequenas empresas, com recursos de controle financeiro, de estoque, de vendas e de fluxo de caixa, entre outras ferramentas que tornam a sua gestão mais eficiente e otimizada. Conte com a gente, do eGestor para ganhar tempo e focar no que realmente é uma prioridade.