

Problemas e soluções para atingir o ponto de equilíbrio nos negócios

O ponto de equilíbrio, ou breakeven, é fundamental para a sustentabilidade financeira de qualquer empresa

Desejado por gestores, ele representa o momento em que as receitas igualam os custos, indicando que os negócios não estão operando nem com lucro nem com prejuízo.

Por esse motivo, compreender e monitorar esse indicador é essencial para garantir a viabilidade econômica e a saúde financeira do negócio. Especialmente com a tecnologia, uma importante ferramenta e facilitador da coleta e da análise de dados.

Em um cenário em que dados da Gartner indicam desafios para os CFOs em liderar transformações e melhorar métricas financeiras, é crucial que gestores estejam atentos aos sinais para garantir a preservação de seus empreendimentos.

Para Guto Fragoso, CFO da Kamino, software completo de gestão financeira com banco integrado para empresas, um dos principais obstáculos para atingir o breakeven é a falta de uma visão clara e unificada das finanças. Empresas, especialmente as que possuem múltiplos CNPJs, frequentemente têm dificuldades em consolidar suas finanças em uma única plataforma.

Com a tecnologia, especialmente com os softwares de gestão, é possível visualizar de forma centralizada todas as receitas, despesas e investimentos em um único painel. Isso permite uma análise mais precisa dos custos fixos e variáveis, facilitando a identificação de



oportunidades para reduzir gastos desnecessários e otimizar o fluxo de caixa.

Pensando nisso, o especialista destaca os três sinais que podem indicar que o seu negócio ainda não chegou ao breakeven e como solucioná-los. Confira!

1) Projeções e expansão equivocadas

Fazer projeções excessivamente otimistas de receita pode levar a decisões de expansão antes do tempo certo. Por exemplo, gastar grandes quantias em softwares, plataformas tecnológicas ou novas instalações com base em otimismo pode resultar em recursos ociosos e custo fixo elevado

Por isso, é essencial revisar as projeções financeiras trimestralmente e só expandir após um crescimento de receita consistente por 2-3 trimestres consecutivos. Nesse mesmo cenário, sem precisão, contratar mais vendedores ou colaboradores, pode gerar despesas altas e dificuldade para cortar o custo rapidamente - especialmente se a

receita projetada não se concretizar.

Aumentar o número de colaboradores sem uma base de demandas concretas pode resultar em custos elevados e baixa produtividade. É preciso que gestores, amarem novas contratações ao atingimento de metas financeiras e ajustem os números conforme a execução dos projetos e a necessidade real.

2) Investimento exagerado em marketing

Aumentar o orçamento de marketing com a expectativa de um crescimento acelerado pode ser perigoso, especialmente, sem validar premissas de mercado, levando a investimentos sem retorno. Com isso, é essencial a realização de campanhas testes. Ainda, criar planos rígidos de marketing que não permitam ajustes conforme os resultados reais também gera despesas desnecessárias.

Por exemplo, investir todo o orçamento no início do ano, sem a pos-

sibilidade de realocação, e descobrir que o custo de aquisição do cliente está mais alto do que o esperado. Gestores precisam adotar um planejamento financeiro com etapas de revisão periódica (mensal ou trimestral), permitindo ajustes conforme o desempenho e as necessidades do mercado.

3) Falta de visibilidade das finanças

As projeções são essenciais para a saúde financeira de um negócio. Nesse cenário, softwares de gestão financeira já oferecem funcionalidades que automatizam processos de pagamento, como a possibilidade de pagar fornecedores em lote em menos de um minuto e a captura automática de dados de pagamentos.

Isso não só agiliza o processo como também reduz erros manuais, contribuindo para um controle de despesas mais eficiente e previsível.

Ainda, com relatórios detalhados empresas podem projetar seus resultados futuros, com base em dados históricos e padrões de comportamento.

Isso possibilita maior previsibilidade no planejamento de quando a empresa poderá atingir o breakeven, permitindo ajustes estratégicos no momento certo para acelerar esse processo. - Fonte e mais informações: (<https://kamino.com.br/>).

Reputação: cultivando relações de confiança com fornecedores

Claudia Bouman (*)

Um de nossos sócios compartilhou uma experiência vivida no passado com uma empresa líder no varejo nacional. Ao visitar o departamento de compras, ele descreveu um cenário preocupante

“Fui atendido rapidamente, mas o que presenciei foi desanimador”, relatou. “O comprador demonstrava uma postura autoritária, criando um ambiente de desequilíbrio, onde fornecedores esperavam em condições inadequadas, sem a menor cortesia”.

Essa situação de desequilíbrio não só prejudica a relação comercial, mas mina a imagem da empresa diante de seus parceiros. Uma abordagem mais construtiva e equilibrada poderia gerar resultados positivos e fortalecer o capital reputacional da organização. Quando os fornecedores sentem que são tratados com respeito e têm suas demandas ouvidas, eles se tornam aliados, e não apenas prestadores de serviço.

O tratamento inadequado, infelizmente, não é incomum. Muitas vezes, empresas exibem uma face amigável para clientes e investidores, mas mostram uma postura muito diferente com seus fornecedores. O descaso pode se manifestar em atrasos em reuniões ou, pior, em prazos de pagamento não negociados, criando frustração e desconfiança.

No entanto, existem alguns caminhos para evitar

esse desgaste e melhorar a reputação Confira:

- Estabeleça processos claros e transparentes de comunicação para manter uma linha de diálogo aberta, reduzindo possíveis tensões e mal-entendidos. Quando os prazos e expectativas são alinhados, os fornecedores acabam sentindo-se mais confortáveis e respeitados;

- Compromisso com os prazos e acordos realizados: quando uma empresa adia pagamentos constantemente, sua imagem sofre. Por outro lado, ser reconhecida pela pontualidade fortalece laços de confiança e beneficia ambas as partes;

- Revisão contínua de práticas de atendimento aos fornecedores: pequenos ajustes podem trazer grandes resultados. Um ambiente acolhedor e organizado, por exemplo, demonstra respeito e profissionalismo.

O compromisso com práticas éticas e respeitadas na gestão de fornecedores não apenas protege a reputação da empresa, mas também contribui para um ambiente de negócios mais saudável e sustentável. Quando a relação com os fornecedores é bem estabelecida, ela fortalece a imagem da empresa e pode até transformá-los em influenciadores positivos, recomendando seus produtos ou serviços a outros compradores.

É um ciclo virtuoso de confiança e colaboração criando valor para todos os envolvidos!

(*) - É especialista em reputação de marca e sócia da Percepta Reputação Empresarial (www.linkedin.com/in/claudiabouman/).

ESG é mais do que uma sigla, é um propósito para o negócio

Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI), 58% das empresas industriais adotam entre cinco e oito iniciativas sustentáveis. Esse número mostra o quanto o ESG (Ambiental, Social e Governança) vem ganhando cada vez mais destaque no mercado, ressaltando os benefícios de cultivar um ecossistema saudável e os avanços que podem proporcionar aos stakeholders.

De acordo com Luiz Alberto Gonzatti, CEO da Alibra Ingredientes, referência em ingredientes inovadores para a indústria alimentícia, mais crucial que a sigla é o propósito que ela carrega. “O propósito é promover um crescimento econômico sustentável, pois o desenvolvimento sem levar em conta a capacidade regenerativa do planeta tem gerado consequências graves.

Não podemos continuar apenas gerenciando esses impactos; precisamos, em vez disso, cultivar um ecossistema mais saudável, conscientes de que cada ação nossa pode ter um impacto coletivo enorme para o planeta, para nós e para as futuras gerações, e para os próprios negócios, afinal o PIB depende dos recursos naturais”.

Diante desse cenário, a relação entre tecnologia e alimentação torna-se imprescindível para as oportunidades e os desafios que virão pela frente, como o aumento populacional e a escassez de recursos. Neste contexto, tanto a responsabilidade ambiental quanto a social precisam fazer parte intrínseca dos negócios.

• **Dos processos inteligentes às regulamentações** - A pesquisa da CNI ainda revela que 89% das empresas já reduzem resíduos sólidos, 86% otimizam o consumo energético e 83% melhoram o uso de água. Para Gonzatti, a “utilização inteligente” dos recursos é derivada do avanço tecnológico, que vem fazendo com que as organizações evoluam em sua produção de bens e serviços, especialmente na indústria alimentícia.

“Assim como os consumidores estão cada vez mais conscientes em suas escolhas e engajados com a sustentabilidade, as companhias estão transformando seus processos e práticas para mitigar e reduzir impactos negativos”, afirma o executivo. “A tecnologia é fundamental nesse sentido, já que possibilita criar uma cadeia produtiva eficiente e



sustentável, conectar seus agentes e gerar valor para cada um deles”, completa.

O CEO ainda reforça que a chegada de novas regulamentações sobre a agenda ESG faz com que as empresas revisem seus ideais de governança. “O ‘G’ da sigla é a essência e o fator direcionador acerca desse assunto, pois define responsabilidades, prioriza e aloca esforços para uma gestão estruturada e viabiliza negócios íntegros e perenes”.

• ESG na indústria de alimentos

A Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA) anunciou investimentos de R\$ 120 bilhões no setor entre 2023 a 2026, o que o torna um dos mais relevantes do Brasil e posiciona o país como o maior exportador de alimentos industriais do mundo, evidenciando o quanto a sustentabilidade se torna ainda mais importante no segmento, principalmente no que diz respeito à acessibilidade, segurança e qualidade dos produtos.

Na própria Alibra há uma estratégia focada no tema denominada “Alvorecer”, que vem avançando por meio de algumas iniciativas. Dentre elas, destacam-se: a planta de tratamento de efluentes na filial de Marechal Cândido Rondon, no Paraná, que traz um investimento de mais de R\$ 15 milhões e conta com um processo de reaproveitamento de resíduos.

Assim, também, o projeto social Soul Pizzaiolo, que objetiva a formação teórica e prática de futuros pizzaiolos; e uma logística reversa de 30% das embalagens destinadas ao consumidor final por meio da Eu Reciclo.

Gonzatti reforça que iniciativas em prol da sustentabilidade não devem ser isoladas, mas sim feitas de forma conjunta pela cadeia produtiva, fomentando a circularidade.

“Cada manhã é uma oportunidade de se dedicar mais a construir a prosperidade. Que o momento atual seja o alvorecer para a formação desse compromisso com criação de um mundo melhor”, conclui. - Fonte e mais informações: (<https://alibra.com.br/>).