

Os 5 Números do Teu Negócio

O mini-painel mensal: cinco números, vinte minutos no fim do mês, para saberes o que a faturação sozinha não te diz.

PARA

Pequenos negócios em Portugal

EDIÇÃO

11 de agosto de 2026

Como usar este guia

A faturação diz-te quanto entrou, mas não diz se sobrou dinheiro, se os clientes estão a ficar caros de conquistar, nem se aguentas um mês mau. Para isso precisas de mais quatro números, e todos se calculam com dados que já tens.

Para cada número, este guia dá-te quatro coisas: o que é em linguagem simples, a conta, onde ir buscar o dado, e o sinal de alarme. No fim tens o ritual de 20 minutos para fechares o mês, e um exemplo trabalhado com a Diana, personal trainer, para veres o painel a funcionar.

Número 1 — Faturação do mês

Tudo o que vendeste no mês, somado. É o número mais fácil de encontrar e o único que quase toda a gente já acompanha.

Faturação do mês = soma de todas as vendas faturadas no mês

Onde ir buscar: o teu software de faturação ou o Portal das Finanças (faturas emitidas no mês).

Sinal de alarme: dois meses seguidos a descer sem saberes porquê. E atenção ao alarme inverso, que é mais silencioso: faturação a subir com o lucro parado. É por isso que este número nunca se lê sozinho — os quatro seguintes dizem-te o que está por baixo.

Número 2 — Margem por oferta

O que sobra de cada serviço ou produto depois de pagares o que custa entregá-lo: materiais, deslocações, aluguer de espaço por sessão, comissões de plataforma. Calcula-a oferta a oferta, e não para o negócio inteiro, porque as margens raramente são iguais — e é nessa diferença que se escondem as melhores decisões.

Margem por oferta (%) = $(\text{preço} - \text{custos diretos de entregar}) \div \text{preço} \times 100$

Onde ir buscar: a tua tabela de preços e o extrato bancário do mês, para apanhares os custos diretos que pagas por débito e já não vês.

Sinal de alarme: a oferta que mais promoves é a que menos margem te deixa. Ou pior: não saberes a margem de nenhuma das tuas ofertas de cor.

Número 3 — Custo de conseguir um cliente

Quanto gastas, em média, para que um cliente novo te compre pela primeira vez. Anúncios, flyers, comissões de angariação, o portal onde pagas para aparecer — tudo o que existe para atrair gente nova.

$\text{Custo por cliente novo} = \text{gasto em captação no mês} \div \text{clientes novos no mês}$

Onde ir buscar: os gastos de captação estão no extrato (anúncios, plataformas); os clientes novos contam-se na tua lista de faturação — quem comprou pela primeira vez este mês.

Sinal de alarme: o custo a subir mês após mês para o mesmo tipo de cliente. Se cada cliente novo custa cada vez mais, o crescimento está a comer a margem.

Número 4 — Valor de um cliente ao longo do tempo

Quanto é que um cliente típico te paga desde o dia em que chega até ao dia em que sai. Um cliente que paga €50 e nunca volta vale €50; um que paga €50 por mês durante um ano vale €600. É este número que diz se vale a pena o que gastas a conquistá-lo.

$\text{Valor de um cliente} = \text{valor médio que paga por mês} \times \text{meses que fica, em média}$

Onde ir buscar: o histórico de faturação por cliente. Pega nos últimos 10 clientes que saíram e vê quanto tempo ficaram e quanto pagaram no total — a média chega para começar.

Sinal de alarme: o valor a encolher, porque os clientes ficam menos tempo do que ficavam. E o alarme grave: quando este número se aproxima do custo de conseguir o cliente, estás a trabalhar para pagar a captação.

Número 5 — Dinheiro disponível

O que está na conta do negócio hoje, medido em meses de custos. Faturar bem e não ter dinheiro na conta acontece a muitos negócios saudáveis no papel — porque a fatura emitida e o dinheiro recebido vivem em datas diferentes.

$\text{Almofada (meses)} = \text{saldo da conta} \div \text{custos médios de um mês}$

Onde ir buscar: o saldo bancário de hoje e a média dos custos totais dos últimos três meses.

Sinal de alarme: menos de um mês de custos na conta. Ou depender de um pagamento que ainda não entrou para pagar uma despesa que já tem data.

Tabela-resumo

Número	A conta	Onde encontrar	Sinal de alarme
Faturação do mês	Soma das vendas do mês	Software de faturação / Portal das Finanças	Desce 2 meses seguidos, ou sobe com lucro parado
Margem por oferta	(preço - custos diretos) ÷ preço	Tabela de preços + extrato	A oferta mais promovida é a de menor margem
Custo por cliente novo	Gasto em captação ÷ clientes novos	Extrato + lista de clientes novos	Custo a subir mês após mês
Valor de um cliente	Valor mensal médio × meses que fica	Histórico de faturação por cliente	Aproxima-se do custo de o conquistar
Dinheiro disponível	Saldo ÷ custos de um mês	Saldo bancário + custos médios	Menos de 1 mês de custos na conta

O ritual dos 20 minutos

No último dia útil do mês, ou no primeiro do seguinte. Sempre no mesmo dia, sempre com o extrato aberto.

- ☐ Soma a faturação do mês e escreve-a ao lado da do mês passado
- ☐ Conta os clientes do mês e separa novos de recorrentes
- ☐ Atualiza a margem das 2 ou 3 ofertas que mais vendeste
- ☐ Soma o que gastaste em captação e divide pelos clientes novos
- ☐ Regista o saldo da conta e divide pelos custos de um mês
- ☐ Compara os cinco números com o mês anterior e sublinha o que mais mexeu
- ☐ Escreve uma decisão — uma só — para o mês que começa

Vinte minutos chegam porque não estás a analisar tudo: estás a ler cinco números e a decidir uma coisa.

Exemplo trabalhado — Diana, personal trainer

A Diana tem 30 anos e é personal trainer. Trabalha com dois formatos: acompanhamento individual a €400/mês e um grupo semanal a €200/mês por pessoa. Este mês teve 4 clientes individuais e 6 no grupo. O painel dela ficou assim:

Faturação: $4 \times €400 + 6 \times €200 = €1.600 + €1.200 = \textbf{€2.800}$, com 10 clientes (ticket médio €280).

Margem por oferta: o individual custa-lhe €100 por cliente (sala à sessão + deslocações), o grupo €20 por pessoa, porque a sala é partilhada.

Oferta	Preço/mês	Custos diretos	Margem
Individual	€400	€100	€300 (75%)
Grupo	€200	€20	€180 (90%)

A Diana promovia sobretudo o individual, por ser o serviço "premium". O painel mostrou-lhe que o grupo deixa mais margem por euro faturado.

Custo por cliente novo: gastou €80 em anúncios locais e entraram 2 clientes novos. $€80 \div 2 = \textbf{€40}$.

Valor de um cliente: os clientes dela ficam, em média, 10 meses e pagam €280/mês. $10 \times €280 = \textbf{€2.800}$. Cada €40 gastos a conquistar um cliente devolvem €2.800 ao longo da relação: setenta vezes o que custaram.

Dinheiro disponível: €2.800 na conta. Os custos do mês foram €1.400 (€520 diretos + €800 fixos + €80 de anúncios), por isso a almofada é $€2.800 \div €1.400 = \textbf{2 meses}$. O lucro do mês: $€2.800 - €1.400 = €1.400$, uma margem global de 50%.

Dois meses lado a lado

No mês seguinte a Diana faturou mais e, sem o painel, teria concluído que o negócio melhorou. Lado a lado:

Número	Mês 1	Mês 2
Faturação	€2.800	€3.200
Clientes (novos)	10 (2 novos)	10 (2 novos, saíram 2 do grupo)
Lucro / margem global	€1.400 (50%)	€1.440 (45%)
Custo por cliente novo	€40	€140
Dinheiro na conta	€2.800 (2 meses)	€2.400 (menos de mês e meio)

O que aconteceu: a Diana subiu o investimento em anúncios de €80 para €280 e trocou 2 clientes de grupo por 2 individuais. A faturação subiu €400, mas o lucro subiu €40 — porque o cliente novo passou a custar €140 em vez de €40 e o formato que cresceu foi o de menor margem percentual. E a conta desceu por duas razões que não aparecem no lucro: ela retirou os €1.440 do mês para viver, como faz sempre, e €400 do que faturou só entra no início do mês seguinte. Entraram €2.800, saíram €1.760 de custos e €1.440 para ela: a conta fecha nos €2.400.

Nenhum destes movimentos aparece na faturação. Todos aparecem no painel. A decisão da Diana para o mês 3 saiu daqui: voltar a encher o grupo antes de gastar mais um euro em anúncios.

PRÓXIMO PASSO

*Sabes **fazer**. Falta-te **gerir**.*

Este guia é parte da gestão que aprendes no ELEVATE. Faz o diagnóstico gratuito em cerca de 8 minutos: 25 perguntas, sem criar conta. Sais com uma leitura de 5 áreas-chave e um plano de 6 meses para o teu negócio.

FAZ O DIAGNÓSTICO
elevateclub.pt/diagnostico