

# A importância da previsão na restauração

É sabido que a previsão de vendas ajuda a gerir as nossas operações diárias. Não sendo uma tarefa fácil, é no entanto indispensável tentar uma previsão do que esperamos vir a servir amanhã.

**É a previsão de vendas que orienta a definição do número aproximado de alimentos a comprar, a identificação das necessidades de colaboradores e o controlo dos custos de operação.** Sendo impossível prever o futuro, é indispensável tentar uma previsão do que esperamos servir, para uma melhor organização na elaboração das compras dos produtos e quantidades adequadas. Num estabelecimento de restauração novo, sem histórico de vendas, as previsões são muito mais complicadas de fazer do que se estivermos a falar de um espaço aberto e a funcionar há dois ou mais anos. É sobre estes últimos que nos concentramos, pois cada dia de funcionamento tem de servir de indicador para melhorar a operação, aproveitando todos os dados e informação obtida, quer através das ferramentas informáticas (caixa, POS, consultas no website, encomendas por plataformas, etc.), quer fisicamente (refeições servidas ao almoço, ao jantar, ao fim de semana, em dias de eventos, produtos mais vendidos, etc.). Estes dados são fundamentais para fazer uma análise em gráfico e desenvolver uma previsão das quantidades e das vendas.

É importante distinguir o volume de vendas (número de itens vendidos) do total de vendas (resultado em euros). As quantidades vendidas nem sempre correspondem às receitas geradas, pois os gastos e os lucros associados não são iguais entre refeições de almoço, de jantar, de fim-de-semana ou de

Nuno Abranja, Director do Departamento de Turismo do Instituto Superior de Ciências Educativas e CEO da consultora OMelhorDoTurismo



**Recomenda-se a aplicação do modelo FIFO: o primeiro género alimentício de maior perecibilidade a entrar no economato deve ser o primeiro a sair.**