

7 KPIs que todo CEO deveria acompanhar *em tempo real.*

Pare de esperar o fechamento do mês.
Comece a decidir com dados atualizados.

Seus dados falam. Mas você consegue *ouvir a tempo?*

A maioria dos CEOs e diretores toma decisões críticas baseada em relatórios que já nasceram velhos. Planilhas consolidadas manualmente, enviadas por e-mail, revisadas por dois ou três analistas — e que, quando chegam à mesa da diretoria, já não refletem a realidade.

Enquanto isso, o mercado se move em tempo real. Clientes cancelam, custos sobem, oportunidades passam — e a informação que deveria ter guiado uma ação chega tarde demais.

Este guia apresenta **7 KPIs essenciais** que todo gestor deveria acompanhar em tempo real, com atualização automática, em um painel visual e acessível de qualquer lugar.

Não são métricas de vaidade. São indicadores que, quando monitorados corretamente, **mudam a forma como sua empresa opera.**

Para cada KPI, você vai encontrar:

- O que mede e por que importa
- Fórmula de cálculo
- Frequência ideal de acompanhamento



KPI 1 DE 7

Receita Recorrente (MRR)

O pulso financeiro do negócio

O QUE MEDE

Receita mensal previsível gerada por contratos ativos, assinaturas ou serviços recorrentes.

FÓRMULA

Soma de todas as receitas recorrentes ativas no mês

FREQUÊNCIA

Diário (acumulado) com fechamento mensal

Por que importa

O MRR é o termômetro mais direto da saúde financeira. Diferente da receita bruta — que pode incluir vendas pontuais e distorcer a percepção — o MRR mostra quanto dinheiro entra de forma previsível.

Quando acompanhado em tempo real, o CEO consegue **identificar tendências de queda antes do fechamento**, agir sobre cancelamentos em andamento e calibrar projeções com muito mais precisão.

Em empresas SaaS ou de serviços recorrentes, o MRR é literalmente o valor da empresa.

DICA EDEN

Segmente o MRR em: novo (novos clientes), expansão (upsell), contração (downgrade) e churn. Isso revela se o crescimento é saudável ou mascarado.



KPI 2 DE 7

Margem de Contribuição

Quanto realmente sobra de cada real vendido

O QUE MEDE

Percentual da receita que resta após deduzir custos variáveis diretos (COGS, comissões, impostos sobre venda).

FÓRMULA

$$\frac{(\text{Receita} - \text{Custos Variáveis})}{\text{Receita}} \times 100$$

FREQUÊNCIA

Semanal com visão por produto ou canal

Por que importa

Faturamento alto sem margem é apenas volume — e volume sem lucro quebra empresas. A margem de contribuição mostra **quais produtos, canais ou clientes realmente geram valor**.

Sem esse KPI em tempo real, o CEO pode estar investindo pesado em linhas de produto que parecem rentáveis no faturamento, mas que consomem toda a margem com custos operacionais.

Em dashboards bem construídos, a margem de contribuição aparece segmentada — por produto, por região, por vendedor — revelando onde está o dinheiro de verdade.

DICA EDEN

Combine com o MRR em um único painel: faturamento alto + margem baixa = alerta vermelho. Esse cruzamento é um dos mais poderosos para a diretoria.



KPI 3 DE 7

CAC (Custo de Aquisição de Cliente)

Quanto custa cada novo cliente

O QUE MEDE

Investimento total em marketing e vendas dividido pelo número de novos clientes adquiridos no período.

FÓRMULA

$$\frac{(\text{Investimento em Marketing} + \text{Vendas})}{\text{Novos Clientes}}$$

FREQUÊNCIA

Mensal com acompanhamento semanal de tendência

Por que importa

Se o CAC sobe e ninguém percebe, a empresa pode estar **queimando caixa para crescer** — o que é insustentável. Quando monitorado em tempo real, o CEO vê o impacto de cada campanha antes que o orçamento acabe.

O CAC isolado não diz muito. O poder está na relação **CAC vs. LTV** (valor do ciclo de vida do cliente). Se o LTV for 3x maior que o CAC, o modelo é saudável. Abaixo disso, é hora de repensar a estratégia.

Em um dashboard, o ideal é ver o CAC por canal (orgânico, pago, indicação) para saber onde investir mais — e onde cortar.

DICA EDEN

Crie um alerta automático quando o CAC ultrapassar 40% do LTV. Isso evita que a empresa descubra o problema só no fechamento trimestral.



KPI 4 DE 7

Churn Rate (Taxa de Cancelamento)

O vazamento silencioso

O QUE MEDE

Percentual de clientes (ou receita) perdidos em um período em relação à base ativa no início do período.

FÓRMULA

$$\text{Clientes perdidos no mês} / \text{Clientes ativos no início do mês} \times 100$$

FREQUÊNCIA

Diário (acumulado) com análise semanal

Por que importa

Um balde furado não enche — por mais que você jogue água. O churn é exatamente isso: de nada adianta adquirir 100 novos clientes se 80 saem pela porta dos fundos.

Empresas que não monitoram churn em tempo real só descobrem o estrago no fechamento do mês. Quando o número aparece, **já é tarde para reverter**.

O churn de receita (revenue churn) é ainda mais revelador que o churn de clientes. Perder 10 clientes pequenos é diferente de perder 1 cliente que representava 30% do faturamento.

DICA EDEN

Monitore o 'churn preditivo': tempo sem login, tickets de suporte abertos, queda no uso. No dashboard, esses sinais viram alertas visuais antes que o cancelamento aconteça.



KPI 5 DE 7

Ciclo de Conversão de Caixa

A velocidade real do seu dinheiro

O QUE MEDE

Tempo médio entre o pagamento a fornecedores e o recebimento dos clientes. Mede quantos dias o caixa fica 'preso'.

FÓRMULA

$$\text{Prazo médio de recebimento} + \text{Prazo médio de estoque} - \text{Prazo médio de pagamento}$$

FREQUÊNCIA

Semanal com visão de tendência mensal

Por que importa

Muitas empresas lucrativas quebram por falta de caixa. O lucro existe no DRE, mas o dinheiro não está na conta. O ciclo de conversão de caixa **explica exatamente por quê**.

Se seus clientes pagam em 60 dias, mas você paga fornecedores em 30, há um gap de 30 dias que precisa ser financiado — e isso tem custo.

Quando esse KPI aparece no dashboard, o CEO entende imediatamente a dinâmica do caixa e pode negociar prazos, antecipar recebíveis ou ajustar políticas de cobrança com base em dados concretos.

DICA EDEN

Em operações de crédito, combine esse KPI com aging de carteira (envelhecimento dos recebíveis). É uma das visualizações mais valorizadas por diretores financeiros.



KPI 6 DE 7

NPS (Net Promoter Score)

A satisfação que prevê o futuro

O QUE MEDE

Índice que mede a probabilidade de um cliente recomendar sua empresa, numa escala de 0 a 10.

FÓRMULA

$$\% \text{ Promotores (9-10)} - \% \text{ Detratores (0-6)}$$

FREQUÊNCIA

Contínuo com cortes mensais por segmento

Por que importa

O NPS é o único KPI nesta lista que olha diretamente para a **percepção do cliente** — e percepção se transforma em comportamento: compra, recompra, indicação ou cancelamento.

Quando o NPS cai, o churn sobe com atraso de 30-90 dias. Portanto, o NPS funciona como um **indicador antecipado** de problemas que ainda não apareceram nas métricas financeiras.

Mais valioso que o número em si é a segmentação: NPS por produto, por região, por tempo de casa. Isso mostra onde a experiência está falhando — antes que o cliente vá embora.

DICA EDEN

No dashboard, cruze NPS com valor de contrato. Se os detratores são seus maiores clientes, a urgência de ação é máxima — e essa correlação só aparece visualmente.



KPI 7 DE 7

Burn Rate / Runway

Quanto tempo de vida a empresa tem

O QUE MEDE

Burn rate: quanto a empresa gasta acima do que gera por mês.
Runway: meses até o caixa acabar.

FÓRMULA

$\text{Burn Rate} = \text{Despesas} - \text{Receitas}$
(se negativo)
 $\text{Runway} = \text{Caixa Atual} / \text{Burn Rate mensal}$

FREQUÊNCIA

Diário com projeção de cenários

Por que importa

Este é o KPI que determina a sobrevivência. Não importa se a estratégia é brilhante — se o caixa acabar antes de dar resultado, nada mais importa.

O runway transforma um número abstrato (saldo bancário) em algo tangível: **quantos meses de operação restam**. Quando o CEO vê '4.2 meses' no painel, a urgência muda completamente.

Em empresas em crescimento que ainda não deram lucro, esse KPI é vital. Mas mesmo em empresas lucrativas, situações pontuais (investimento pesado, sazonalidade, inadimplência) podem transformar o burn rate em uma ameaça silenciosa.

DICA EDEN

Adicione cenários ao dashboard: otimista, realista e pessimista. Mostrar que o runway pode cair de 6 para 3 meses dependendo de uma variável é o tipo de visualização que muda decisões na hora.

PRÓXIMO PASSO

Quer ver esses KPIs *no seu dashboard?*

Solicite um diagnóstico gratuito e descubra
como a Eden Intelligence pode transformar
seus dados em decisões.

30 min

Diagnóstico gratuito

48h

Proposta transparente

3 sem

Dashboard rodando

AGENDAR DIAGNÓSTICO GRATUITO

edendata.com.br

ola@edendata.com.br | WhatsApp: (11) 95996-3609 | LinkedIn: /eden-intelligence