

O Segredo da margem de lucro do produto

Pense um pouco, quantas vezes você já se questionou sobre o lucro ou prejuízo que cada produto dá para o seu negócio, se vale a pena continuar com ele ou não ou ainda se aquele que proporciona maior lucro é realmente a “galinha dos ovos de ouro” do seu negócio. Na verdade o que você quer saber é a margem de contribuição de cada produto. Nada melhor do que um exemplo para definir o que é isto.

Imagine uma família onde todos trabalham, todos tem gastos e encargos ligados diretamente à receita que recebem e a família tem despesas mensais, que ocorrem independente deles estarem ou não trabalhando. Na hora de fechar as contas do mês, a primeira coisa que o chefe de família faz é cobrar de cada um uma contribuição para ajudar a cobrir os gastos mensais. Computados os valores recebidos e depois de tudo pago, pode ainda sobrar algum dinheiro que ele guarda na poupança, ou quando falta ele se socorre no cheque especial para cobrir as contas.

Muito bem, se isto tudo não é estranho para você, já estamos com meio caminho andado.

Vamos firmar alguns conceitos:

Remuneração da família equivale à receita total.

Remuneração de cada um equivale à receita bruta por produto.

Gastos e encargos ligados diretamente ao trabalho de cada um equivale ao custo variável por produto.

Contribuição para ajudar a cobrir os gastos equivale a Receita líquida por produto.

Despesas mensais equivale às despesas fixas.

Poupança equivale ao lucro líquido.

Cheque especial equivale ao prejuízo.

Vamos usar as definições acima para entender um pouco mais sobre o assunto, ao subtrair o custo variável por produto da receita por produto vamos obter o quanto cada produto contribui para pagar as despesas fixas e gerar o lucro líquido. Compare, de forma percentual, a contribuição de cada produto com a sua respectiva receita e com a receita total .

A primeira conclusão que se chega é que o produto que deixa maior contribuição percentual é o que se deve produzir mais e em contra partida aquele que deixar a menor contribuição deve ser eliminado, certo? errado!!

A análise carece de maior profundidade, é importante levar em consideração mais fatores na tomada de decisão, tais como: a demanda pelo produto, a limitação da capacidade de produção e a política comercialização .

Agora que você já aprendeu os conceitos e suas restrições da margem de contribuição, dê uma olhada na relação dos seus produtos e decida quais devem merecer maior esforço de venda ou quais devem ser colocados em plano secundário ou simplesmente tolerados pelos benefícios de vendas que trazem para outros produtos.

Lembre-se, o cálculo da margem de contribuição ajuda-nos a entender a relação entre custos, volume, preços e lucros e, portanto, leva-nos a decisões mais sábias sobre preços e produtos. Este é o grande segredo!!