



<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI91389-17161.00-COMO%20CALCULAR%20A%20MARGEM%20DE%20LUCRO%20DE%20UM%20PRODUTO.html>

Divã do Empreendedor / custos - 03/09/2009

Como calcular a margem de lucro de um produto

O lucro é o que sobra das vendas, menos o custo das mercadorias vendidas, menos as despesas variáveis e menos as despesas fixas, inclusive o pró-labore

*Por Laécio Barreiros**



“Tenho uma microempresa há pouco mais de 10 anos. Meu dilema é: como calcular minha margem de lucro? O que deve sobrar para a minha empresa do preço final do produto?”

Antonio Carlos da Função

Para responder esta questão, vamos primeiro revisar dois conceitos fundamentais:

Lucro:

É o retorno positivo de um investimento feito por uma pessoa nos negócios.

Formação de preço de vendas:

Cálculo que tem por base a abrangência e cobertura de todos os custos da empresa e geração do lucro desejado. É como dizer que a partir da venda de qualquer produto você estará tirando os custos ligados à empresa, sejam eles: Custo fixo, Custo Variável ou Não Operacional e, assim, obtendo determinado lucro.

Em outras palavras, para determinar o que deve sobrar para sua empresa no final é necessário primeiro entender os conceitos citados e, a partir daí, traçar sua meta de remuneração do capital investido, ou seja, o “seu lucro”. A questão é: quanto eu espero que determinado produto gere de lucro para que eu invista no negócio?

Lembrando sempre que, na outra ponta, está o mercado - clientes que atuam de forma concorrencial e influenciam o preço final dos produtos. De nada adianta colocar ou desejar uma margem de lucro muito alta se o mercado não aceita, por isso tratamos esta situação como uma variável não controlada. Você deve então colocar seu foco nas variáveis que pode e deve controlar dentro da sua empresa e da sua estrutura de formação de preços, que são os custos fixos e variáveis.

Como calcular a margem de lucro média para a sua atividade:

O lucro é o que sobra das vendas, menos o custo das mercadorias vendidas, menos as despesas variáveis e menos as despesas fixas, inclusive o pró-labore. Cada tipo de atividade tem uma margem de lucro. Salientamos que o lucro destina-se a remunerar o capital investido na empresa. É desejável que esse capital seja remunerado no mínimo por volta de 2% a 4% ao mês.

Exemplo:

Preço de Venda	R\$ 20,00	100%
(-) Impostos s/Vendas	R\$ 2,00	10%
(-) Custo das Mercadorias Vendidas	R\$ 9,00	45%
(-) Despesas Variáveis	R\$ 3,00	15%
(=) Margem de Contribuição	R\$ 6,00	30%
(-) Despesas Fixas	R\$ 4,00	20%
(=) Lucro	R\$ 2,00	10%

Outra forma de calcular o preço de venda é utilizar o conceito de Mark-up, que é valor desejado de margem de lucro adicionado ao preço de custo do produto, vejamos um exemplo prático:

Valor de custo do produto (MP e Diretos)	R\$ 9,00	45%
(+) Despesas Variáveis	R\$ 1,00	10%
(+) Despesas Fixas	R\$ 2,25	20%
Subtotal	R\$ 12,25	
Mark-up intermediário	R\$ 5,75	32%
Impostos	R\$ 2,00	10%
Valor do preço final do produto	R\$ 20,00	
Mark-up Divisor Total (fator)	0,45	

Resumindo, **Mark-up** é um valor originalmente adicionado ao custo, portanto ao calcular seu valor devemos fazê-lo usando o chamado calculo por dentro, ou seja, dividir pelo fator para adicionar o valor encontrado ao próprio preço.

No exemplo, apuramos um fator de **Mark-up de 0,45** que, ao aplicarmos diretamente ao preço de custo, teremos o valor de venda direto: **R\$ 9,00 dividido por 0,45 = R\$ 20,00**

Bons Negócios,

** Laecio Barreiros é contador com MBA em Finanças, diretor da [L&Barreiros Controladoria](#), especializada em Planejamento, Finanças e Contabilidade para pequenas e médias empresas*