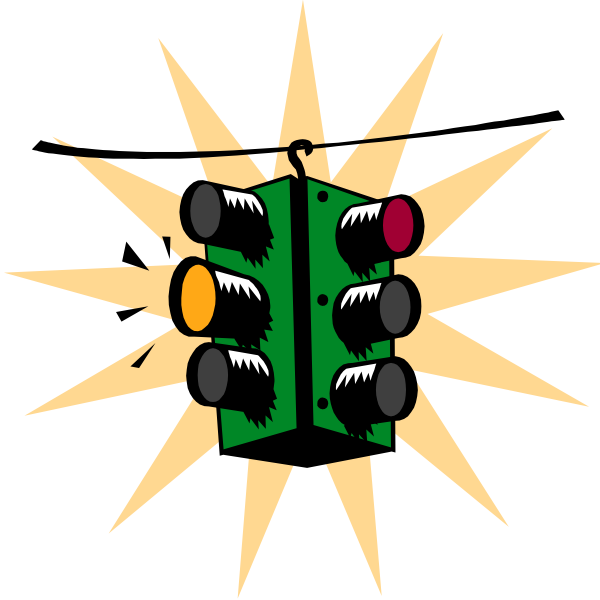


Eliminando todas as suas dúvidas sobre Margem de Contribuição



- ✓ O que é Margem de Contribuição?
- ✓ Quais as técnicas para o cálculo da Margem de Contribuição?
- ✓ Qual a diferença entre a Margem de Contribuição e Margem Bruta?
- ✓ Qual a influência da Margem de Contribuição sobre a administração dos preços?

Afonso Celso B. Tobias (afonso@fcavalcante.com.br)

- Consultor da Cavalcante Consultores, responsável na área de treinamento e consultoria financeira.
- Administrador de Empresas e Contador pela Universidade Mackenzie.
- Atuou durante 10 anos como consultor financeiro pela Coopers & Lybrand nas áreas de Corporate Finance e Planejamento e Análise de Negócios e 3 anos como gerente de fusões e aquisições pelo Banco Real de Investimento e Banco Alfa de Investimento
- Mestrando pela Universidade Mackenzie em Administração de Empresas com ênfase em Gestão Econômico-financeira.
- Pós-graduado em Economia pela Universidade Mackenzie e Planejamento e Controle Empresarial pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP.
- Professor de pós-graduação em Planejamento e Controle Empresarial e Administração Contábil e Financeira pela Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP.

ÍNDICE

1. O QUE É MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO?	3
2. TÉCNICA DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	4
3. MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E MARGEM BRUTA	5
4. FORMAR PREÇOS NÃO BASTA! É PRECISO SABER ADMINISTRÁ-LOS	6
5. CASO PRÁTICO	8
6. SOLUÇÃO DO CASO PRÁTICO.....	9

1. O que é Margem de Contribuição?

Margem de Contribuição (MC) é a diferença entre o preço de venda e o custo variável.

Ou seja, a Margem de Contribuição demonstra quanto cada produto vendido gera de margem (diferença) superior a cada custo variável unitário. É a margem que “contribui” para a absorção dos custos fixos e mais o lucro desejado.

O que tem que ser verificado é que esta margem poderá ser positiva ou negativa.

CUIDADO: Se for negativa, esta margem estará “destruindo valor”, ou seja, quanto mais a empresa vender mais prejuízo a empresa poderá acumular e vice-versa.

Vejam como isto é calculado:

$$MC = PV - CV$$

Onde:

MC = Margem de Contribuição

PV = Preço de Venda

CV = Custo Variável

Índice da Margem de Contribuição (Imc) é a relação percentual entre a Margem de Contribuição e o preço de venda.

$$Imc = MC / PV$$

Ou seja,

Preço de Venda Unitário	\$0,50
(-) Custo Variável Unitário	\$0,40
(=) Margem de Contribuição	\$0,10
Índice da Margem de Contribuição	20%

2. Técnica da margem de contribuição

Se você não é bom em álgebra, poderá preferir determinar as relações de custo-volume-lucro da seguinte forma aritmética comum: toda unidade vendida gera uma **margem de contribuição** ou **lucro marginal**, que é a diferença, para mais, entre preço de venda e as despesas variáveis referentes às unidades em questão:

1. Preço de Venda unitário	\$0,50
2. (-) Custo Variável unitário	\$0,40
3. (=) Margem de Contribuição unitária	\$0,10

A contribuição unitária de R\$ 0,10 é dividida em despesas fixas totais mais um lucro líquido que se quer ter para se chegar ao número de *unidades* que precisam ser vendidas para se atingir o ponto de equilíbrio: $(\$ 6.000 + 0) \div \$ 0,10 = 60.000$ unidades.

O cálculo em termos de valor das vendas é:

Preço de venda	100%
Despesas variáveis como percentagem do valor das vendas	80%
Índice de margem de contribuição	20%

Portanto, 20% de cada \$ (unidade monetária) de venda é o que sobra para a recuperação das despesas fixas e para o lucro líquido : $(\$ 6.000 + 0) \div 0,20 = \$ 30.000$ em vendas necessários para atingir o ponto de equilíbrio.

Obs.: Os termos *despesas variáveis* e *fixas* e *custos variáveis* e *fixos* são usados como sinônimos. Sendo assim, os custos referem-se a custos do período em questão.

Atenção: Note que no primeiro cálculo chegamos ao ponto de equilíbrio por unidades e o segundo ponto de equilíbrio está calculado em valores monetários. Para maiores detalhes sobre a metodologia de ponto de equilíbrio verifique os Up-to-Dates 116, 117 e 237, localizadas junto ao grupo de "Contabilidade e Custos" do site www.expresstraining.com.br.

3. Margem de Contribuição e Margem Bruta

Margem de contribuição foi definida como a diferença entre as vendas e todas as despesas variáveis.

Pode ser expressa como um valor absoluto total, um valor absoluto unitário e uma percentagem.

Às vezes, encontramos um **índice de despesas variáveis** ou um **índice de custos variáveis**, definido como as despesas variáveis divididas pelas vendas.

Assim, um índice de margem de contribuição de 20% quer dizer que o índice de custos variáveis é de 80%.

A maior confusão de termos parece ser entre **margem de contribuição** e **margem bruta** (também chamada de **lucro bruto**).

Margem bruta é um conceito muito usado, principalmente no comércio varejista.

É definida como a diferença entre as vendas e o **custo dos produtos vendidos** (quer dizer, o custo das mercadorias adquiridas e revendidas).

As seguintes comparações baseadas no exemplo desse artigo mostram as semelhanças e diferenças entre a margem de contribuição e a margem bruta:

Preço de Vendas	\$ 0,50
(-) Custos variáveis: custo de aquisição de unidade vendida	\$ 0,40
(=) Margem de Contribuição	\$ 0,10

Se considerarmos que a empresa tem um único produto e que ela vendeu apenas um produto também em um determinado período, teremos:

1. Receita de vendas	\$ 0,50
2. (-) Custo Variável	\$ 0,40
3. Margem de Contribuição	\$ 0,10
4. (-) Custos Fixos	\$0,03
5. (=) Lucro Bruto	\$0,07
6. Margem Bruta	14%

Como vimos, a Margem Bruta considera os Custos Fixos em seus cálculos.

4. Formar Preços não Basta! É Preciso Saber Administrá-los

A formação de um preço de venda requer a harmonização de quatro interesses:

- Estrutura de custos
- Concorrência
- Mercado
- Percepção de valor pelo cliente

Quando um preço de venda é estabelecido, ele deverá cobrir todos os gastos variáveis e gerar um margem de contribuição que ajude a pagar os custos fixos mais o lucro.

Uma margem de contribuição de \$10 ou 30% do preço de venda não é boa nem ruim. Tudo depende do volume de vendas associado a ela.

Uma margem de contribuição de 50% do preço de venda pode ser insatisfatória se as vendas forem poucas.

Uma margem de contribuição de 12% sobre o preço de venda pode ser excelente se o volume de vendas for significativo.

Portanto, é fundamental não somente formar o preço de venda, mas ADMINISTRAR o preço de venda.

O primeiro passo para administrar um preço de venda é estabelecer o ponto de equilíbrio das vendas.

Para isto é muito importante verificar a capacidade de produção e analisar também qual a capacidade de absorção dos produtos por parte do mercado consumidor.

O ponto de equilíbrio mostra o volume de vendas necessário para cobrir os custos variáveis, os custos fixos e deixar um lucro pré-estabelecido.

Quando se estima o ponto de equilíbrio de uma empresa, uma série de simulações financeiras poderão ser realizadas.

Exemplo:

Se um preço de venda cair 10%, qual o aumento no volume de vendas necessário para compensar a queda no preço?

Se os custos fixos aumentarem 15% , qual o aumento no volume de vendas necessário para cobrir o aumento no custo fixo?

Outras possibilidades: qual o aumento no preço de venda necessário para compensar o aumento no gasto fixo?

Vejam os exemplos no nosso caso prático.

5. Caso Prático

Considerando os seguintes dados:

Imagine uma empresa com apenas um produto.

Preço de Venda = \$10

Gato Variável = \$6

a) Determinar:

1. Qual é a Margem de Contribuição?
2. Qual o Índice da Margem de Contribuição?

b) Considerando que a empresa tem um gasto fixo mais uma meta de lucro que totaliza \$1.200

1. Qual o volume de venda necessário para cobrir todos os custos fixos?
2. Se o preço de venda cair de \$10 para 9\$, para quanto cairá a margem de contribuição?
3. Quantos produtos a empresa precisa vender agora para cobrir os mesmos \$1.200 de custos fixos?

6. Solução do Caso Prático

Imaginando um empresa com apenas um produto, seu preço de venda de \$10 e o custo variável de \$6 a margem de contribuição será de \$4 e o seu índice da margem de contribuição será de 40%.

Ou seja,

1. Preço de Venda Unitário	\$10
2. (-) Custo Variável Unitário	\$6
3. (=) Margem de Contribuição	\$4
4. Índice da Margem de Contribuição	40%

Agora, para um custo fixo de \$1.200 o volume de vendas necessário para cobri-lo será de 300 unidades.

1. Receita de Vendas	$(\$10 \times 300) = \3.000
2. (-) Custo Variável	$(\$6 \times 300) = \1.800
3. Margem de Contribuição	$(\$4 \times 300) = \1.200
4. (-) Custos Fixos	\$1.200
5. (=) Lucro Bruto	0
6. Margem Bruta	0

Portanto, ela precisa vender 300 produtos a uma margem de contribuição unitário de \$4 para gerar uma margem de contribuição total de \$1.200 e cobrir todos os custos fixos mais o lucro, chegando ao ponto de equilíbrio.

Mas se o preço de venda cair de \$10 para \$9, a margem de contribuição cairá de \$4 para \$3.

Portanto, a empresa agora precisa vender 400 produtos a uma margem de contribuição de \$3 para ganhar os mesmos \$1.200 e chegar ao mesmo ponto de equilíbrio.

1. Receita de Vendas	(\$9 x 400) = \$3.600
2. (-) Custo Variável	(\$6 x 400) = \$2.400
3. Margem de Contribuição	(\$3 x 400) = \$1.200
4. (-) Custos Fixos	\$1.200
5. (=) Lucro Bruto	0
6. Margem Bruta	0