

EM 2 MINUTOS

É tudo uma questão de Margem

Terminado o ano de 2022 é agora hora de fazer contas e tomar o ano de 2023 como uma certeza.

Inflação, subida dos custos de produção e subidas das taxas de juro são indicadores macroeconómicos que todas as empresas, em geral, terão de ter em linha de conta já a partir de janeiro!

É desta forma que partilhamos um dos muitos testemunhos que nos fazem chegar:

“Estou a comprar/produzir mais caro e não consigo refletir isso no meu preço de venda! Não sei em que medida deva aumentar o preço de venda do meu produto e/ou serviço, de forma a que não perca clientes!”

Joseph, 4/1/2023

Os tempos de preocupação não terminaram com os tempos de pandemia e permanecem nos dias de hoje, gerando indefinição no futuro das empresas.

É o caso de duas jovens amigas, Andreia e Filipa, que, após as festas de final de ano, decidiram ligar-se por videochamada para tirar algumas ilações do ano transato, assim como partilhar algumas ideias para o futuro.

Ambas criaram as suas próprias empresas na mesma área de negocio, no entanto, atuam em locais geograficamente distintos, não sofrendo desta forma, qualquer tipo de concorrência direta.

Nessa conversa, ambas chegaram a uma conclusão bastante curiosa:

“A margem bruta do negócio não é suficiente para saber se a minha empresa está ou não saudável e mais do que isso, se é economicamente viável.”



	€	%
Vendas	Vendas	200 000,00 €
	Custo com as vendas	160 000,00 €
	Margem bruta	40 000,00 € 20,00%
Despesas fixas	Renda	20 000,00 €
	Pessoal	12 000,00 €
	Energia e combustíveis	1 400,00 €
	Comunicação e Publicidade	2 350,00 €
	Seguros	770,00 €
	Quotizações	130,00 €
	Margem lucro Bruta	3 350,00 € 1,68%

Recolhemos os dados da empresa da Andreia e estamos aptos em concordar com a conclusão a que chegaram. A empresa apresenta uma **margem bruta de 20%** sobre as vendas, o que transparece, à primeira vista, uma boa margem de segurança.

No entanto, e olhando para os restantes custos em que a empresa incorre, verificamos que ganhar dinheiro com a venda de um produto e/ou serviço, não significa que o negócio esteja a gerar lucro na mesma proporção ou até mesmo a gerar lucro.

Em resumo:

Conjugando o caso da empresa da Andreia e das palavras de preocupação do Joseph:

O segredo por vezes não está em aumentar as margens do negócio através do aumento das vendas, porque nem sempre é exequível, mas sim por repensar e otimizar alguns custos de produção e/ou de estrutura, de forma a consegui-lo.

E você, já se questionou em relação à sua empresa? Ficou surpreendido?

Para acesso a conteúdos anteriormente publicados, pode consultar o nosso website em:
<https://www.rosabarreto.pt/em2minutos>

Obs. Esta informação é apenas de carácter geral, a sua leitura não dispensa a consulta da legislação em vigor.
Em caso de qualquer discrepância entre a versão em inglês e a versão em português, prevalece a última.