

Calculadora de Margem - Terceirizei

Comparativo Industria vs Distribuidor

Objetivo do Material

Esta calculadora ajuda o vendedor a demonstrar ao cliente a vantagem financeira de comprar direto da industria. O objetivo e mostrar, com numeros claros, quanto o cliente economiza e quanto a margem dele aumenta comprando da Terceirizei em vez de um distribuidor.

Logica da Calculadora

Por que comprar direto da industria gera mais margem?

No modelo tradicional, o produto sai da fabrica, vai para o distribuidor (que coloca a margem dele de 15% a 30%), e so depois chega ao varejo. Quando o varejista compra direto da Terceirizei, elimina essa margem intermediaria. O resultado: ou paga menos pelo mesmo produto, ou mantem o preco e lucra mais.

Formula basica:

Compra via distribuidor:

- Custo unitario do distribuidor = Preco de fabrica + Margem do distribuidor (15-30%)
- Margem do varejo = Preco de venda ao consumidor - Custo do distribuidor

Compra direta Terceirizei:

- Custo unitario Terceirizei = Preco de fabrica + Frete (7%)
- Margem do varejo = Preco de venda ao consumidor - Custo Terceirizei

Ganho: Diferenca entre as duas margens = lucro adicional por unidade

Cenario 1 - Produto Baby Club (Fralda M c/20)

Comparativo lado a lado:

Item	Via Distribuidor	Direto Terceirizei
Custo unitario base	R\$ 12,00	R\$ 9,50
Margem do distribuidor (25%)	Ja inclusa	Nao se aplica
Frete (7%)	Incluso no preco	R\$ 0,67
Custo final por unidade	R\$ 12,00	R\$ 10,17
Preco de venda (gondola)	R\$ 16,90	R\$ 16,90
Margem bruta (R\$)	R\$ 4,90	R\$ 6,73
Margem bruta (%)	29,0%	39,8%

Economia por unidade	-	R\$ 1,83
----------------------	---	-----------------

Resumo para o cliente: "Comprando direto da Terceirizei, sua margem sobe de 29% para quase 40%. São R\$ 1,83 a mais de lucro em cada pacote de fralda vendido."

Projecao mensal:

Volume mensal	Economia mensal	Economia anual
100 unidades	R\$ 183,00	R\$ 2.196,00
500 unidades	R\$ 915,00	R\$ 10.980,00
1.000 unidades	R\$ 1.830,00	R\$ 21.960,00
5.000 unidades	R\$ 9.150,00	R\$ 109.800,00

Cenario 2 - Produto Turma do Soninho (Fralda M c/20)

Comparativo:

Item	Via Distribuidor	Direto Terceirizei
Custo unitario base	R\$ 8,50	R\$ 6,80
Frete (7%)	Incluso	R\$ 0,48
Custo final por unidade	R\$ 8,50	R\$ 7,28
Preco de venda (gondola)	R\$ 11,90	R\$ 11,90
Margem bruta (R\$)	R\$ 3,40	R\$ 4,62
Margem bruta (%)	28,6%	38,8%
Economia por unidade	-	R\$ 1,22

Resumo para o cliente: "Mesmo na linha custo-beneficio, a economia de comprar direto e significativa. Quase 10 pontos percentuais a mais de margem."

Cenario 3 - Produto de Limpeza (Desinfetante 500ml)

Comparativo:

Item	Via Distribuidor	Direto Terceirizei
Custo unitario base	R\$ 3,20	R\$ 2,40
Frete (7%)	Incluso	R\$ 0,17
Custo final por unidade	R\$ 3,20	R\$ 2,57
Preco de venda (gondola)	R\$ 5,49	R\$ 5,49

Margem bruta (R\$)	R\$ 2,29	R\$ 2,92
Margem bruta (%)	41,7%	53,2%
Economia por unidade	-	R\$ 0,63

Resumo para o cliente: "Na limpeza, o giro e alto. Com R\$ 0,63 a mais por unidade e vendendo 2.000 unidades por mes, sao R\$ 1.260 a mais no caixa todo mes."

Cenario 4 - Marca Propria (ainda mais margem)

Comparativo:

Item	Marca do Fabricante (via distrib.)	Marca Propria (Terceirizei fabrica)
Custo unitario	R\$ 12,00	R\$ 8,50
Frete (7%)	Incluso	R\$ 0,60
Custo final	R\$ 12,00	R\$ 9,10
Preco de venda	R\$ 16,90	R\$ 14,90 (preco menor, mais competitivo)
Margem bruta (R\$)	R\$ 4,90	R\$ 5,80
Margem bruta (%)	29,0%	38,9%

Resumo para o cliente: "Com marca propria, voce paga menos, vende mais barato que a concorrencia E ainda tem margem maior. E o triplo ganho: preco competitivo, mais margem e fidelizacao do cliente a sua marca."

Tabela Resumo - Todos os Cenarios

Produto	Margem via Distrib.	Margem Terceirizei	Ganho
Fralda Baby Club M	29,0%	39,8%	+10,8 pp
Fralda T. Soninho M	28,6%	38,8%	+10,2 pp
Desinfetante 500ml	41,7%	53,2%	+11,5 pp
Marca Propria (fralda)	29,0%	38,9%	+9,9 pp

Media de ganho: +10,6 pontos percentuais de margem.

Como Calcular para Qualquer Produto

Passo a passo:

1. Pegue o custo unitario da tabela Terceirizei (coluna "Preco Unit." da tabela de precos)

2. **Calcule o frete:** custo unitario x 0,07
3. **Some:** custo unitario + frete = custo final Terceirizei
4. **Pergunte ao cliente:** "Quanto voce paga hoje neste produto?"
5. **Calcule a diferenca:** preco atual do cliente - custo final Terceirizei = economia por unidade
6. **Calcule a margem:** (preco de venda - custo final) / preco de venda x 100

Exemplo rapido na visita:

"Voce paga R\$ 12,00 nessa fralda hoje? Pela Terceirizei, o custo unitario e R\$ 9,50 mais 7% de frete, da R\$ 10,17. Sao R\$ 1,83 de economia por pacote. Se voce vende 500 por mes, sao quase R\$ 1.000 a mais no bolso. Todo mes."

Argumentos de Venda por Perfil de Cliente

Para o pequeno varejo (1-3 lojas):

"Voce nao precisa de grande volume. Comeca com um pedido de R\$ 500 e ja paga preco de fabrica. Nenhum distribuidor te da essa condicao."

Para redes regionais (4-20 lojas):

"Com seu volume, voce entra nas faixas de desconto progressivo. Alem da economia no custo unitario, ganha desconto adicional por volume. A margem fica ainda melhor."

Para redes de farmacias (3+ lojas):

"Voce tem volume suficiente para marca propria. Isso significa margem superior a 38%, exclusividade do produto na regioao e fidelizacao do seu cliente. Comecar com uma linha piloto de fraldas e lencos ja mostra resultado."

Para distribuidores:

"Voce compra de fabrica com preco industrial e revende com sua margem. Sem concorrer com o fabricante no seu territorio. Exclusividade regional e negociavel."

Como usar este material

1. Antes da visita, prepare o comparativo com 2-3 produtos que o cliente ja compra. Use a tabela de precos Terceirizei e pergunte (ou pesquise) o preco que ele paga hoje.
2. Na visita, mostre o comparativo no tablet ou em folha impressa. Deixe o cliente ver os numeros. Numeros convencem mais que palavras.
3. Sempre calcule a projecao mensal e anual. O impacto de "R\$ 1,83 por unidade" parece pequeno. O impacto de "R\$ 22 mil por ano" chama atencao.
4. Se o cliente disser "mas o frete encarece", mostre que mesmo com 7% de frete, o custo final ainda e menor que via distribuidor.
5. Use o cenario de marca propria como opcao premium na negociacao. Nem todo cliente esta pronto, mas plante a semente.
6. Atualize os valores sempre que a tabela de precos mudar. Comparativos com numeros desatualizados perdem credibilidade.