

e-book

Saiba como fazer seu preço de venda de forma simples e lucrativa



SEBRAE

Sumário

Capítulo 1

A importância da formação do preço de venda 4

Capítulo 2

Passos para formar o preço de venda 6

Passo 1 – Apure os custos 6

Passo 2 – Identifique o total das despesas fixas 7

Passo 3 – Saiba quais são os impostos sobre as vendas 7

Passo 4 – Defina a margem de lucro 7

Passo 5 – Encontre o preço de venda aplicando o markup 8

Infográfico - O que é Coeficiente markup? 8

Capítulo 3

Formando o preço de venda na prática 9

Fórmula para calcular o markup multiplicador 9

Exemplo prático 10

Fórmula para calcular o markup divisor 11

Exemplo prático 12

Capítulo 4

Considerações finais 14



Introdução

Calcular o preço de venda não é simplesmente dobrar ou triplicar o custo de fabricação de um produto ou serviço. Essa é uma visão totalmente equivocada que coloca em risco o [capital de giro](#) da empresa ou até mesmo o rumo dos negócios.

Para que a [precificação](#) seja correta, é necessário que o empreendedor contabilize detalhadamente todos os [custos](#) antes de definir o preço de venda de seu produto ou serviço. Isso significa levar em consideração todas as despesas envolvidas, sejam elas matéria-prima, custos fixos, custos variáveis, mão de obra, deslocamento, dentre outros. O objetivo é que os valores cobrados cubram essas despesas e ofereçam [lucro](#), para que a empresa possa crescer.



A importância da formação do preço de venda.

Determinar o preço de venda torna-se tarefa extremamente importante e constitui uma das peças fundamentais do [planejamento financeiro](#) empresarial, pois proporcionará rentabilidade, competitividade, crescimento e retorno do capital investido.

O preço é fator importante na decisão de compra, uma vez que, em mercados competitivos, o cliente considera seu desembolso financeiro altamente relevante. Mas não só o preço é importante.

Na compra de um produto, o cliente leva em consideração a qualidade, a disponibilidade, a assistência técnica, a entrega e é influenciado pela divulgação feita por lojistas e fabricantes. Isso quer dizer que o preço deve ser compatível com as exigências do mercado, bem como o lucro que a empresa deseja obter e com a garantia da sobrevivência do negócio





Passos para formar o preço de venda.

A precificação de produtos e serviços é a forma de recuperar os investimentos realizados e manter cobertura dos custos e gastos operacionais da empresa. Ela deve seguir os seguintes passos:



Passo 1 - Apure os custos: Os custos são a parte mais sensível na formação de preço de venda de um produto ou serviço. Sobre este custo serão aplicados todos os outros componentes para se chegar ao preço final.

Na prestação de serviços, o custo envolve a mão de obra que realiza os serviços assim como os insumos utilizados em sua execução. Já na venda de um produto, o custo são os insumos utilizados para a fabricação ou o valor do produto para revenda.



Passo 2 - Identifique o total das despesas fixas:

São os gastos que permanecem constantes, independentemente de aumentos ou reduções nas quantidades vendidas. Os gastos fixos fazem parte da estrutura do negócio e incluem aluguel, energia elétrica, funcionários, encargos etc.



Passo 3 – Saiba quais são os impostos sobre as vendas:

Os impostos são despesas repassadas ao Poder Público. Portanto, não são gastos da empresa e devem fazer parte da formação do preço. Sua identificação é feita em percentuais. Para saber de forma correta qual é a alíquota em que a empresa se enquadra, recomendamos fazer contato com o contador.



Passo 4 – Defina a margem de lucro:

A expectativa de lucro deve fazer parte da composição do preço de venda. A margem é um indicador percentual que tem por objetivo identificar a lucratividade de um negócio.

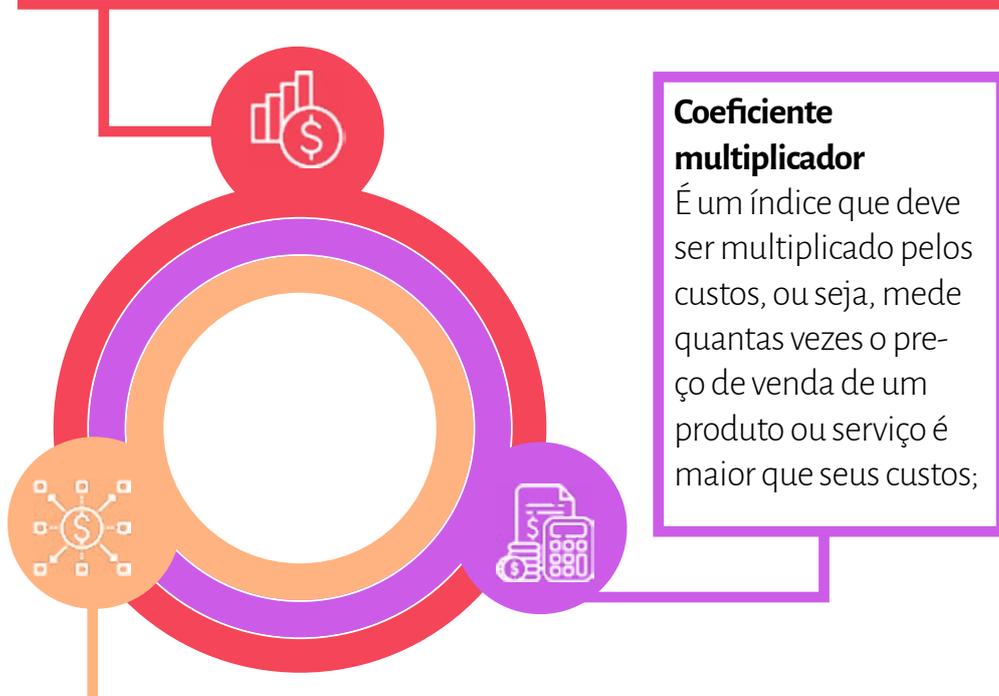


Passo 5 - Encontre o preço de venda aplicando o markup: É um indicador numérico que, aplicado ao custo do produto ou do serviço prestado, permite encontrar o preço de venda a ser sugerido. Seu principal objetivo é garantir que o preço estabelecido cubra, de fato, todos os custos, sejam eles fixos ou variáveis, envolvidos na produção de um produto ou entrega de um serviço. Sua estrutura é composta pelas despesas fixas, variáveis e margem de lucro e ele pode ser calculado por um coeficiente multiplicador ou divisor.

O que é coeficientes markup?

É um termo usado para indicar quanto, do preço, do produto ou serviço está acima do seu custo de produção e distribuição.

É a diferença entre o custo de um bem ou serviço e seu preço de venda. Pode ser obtido pelo método multiplicador ou divisor.



Coeficiente multiplicador

É um índice que deve ser multiplicado pelos custos, ou seja, mede quantas vezes o preço de venda de um produto ou serviço é maior que seus custos;

Coeficiente divisor

É um índice pelo qual o custo do produto ou serviço possa ser dividido para se chegar ao preço de venda.



Formando o preço de venda na prática

Podemos dizer que markup multiplicador e divisor diferem entre si pela metodologia de cálculo. No entanto, ambos têm por finalidade trazer segurança ao empreendedor, garantindo que o preço encontrado está de acordo com a estrutura de custos e gastos de seu negócio.

É chegado o momento, então, de saber como calcular o preço de venda.

Fórmula para calcular o markup multiplicador

$$\text{Markup (M)} = 100 / [100 - (DV + DF + ML)]$$

Onde:

- **DV = Despesas variáveis:** % de despesas de impostos, comissões, ou seja, relacionadas as vendas;
- **DF = Despesas fixas:** % de despesas fixas como despesas administrativas, aluguel, salários e despesas financeiras;
- **ML = Margem de lucro:** % da margem de lucro definida.

Exemplo prático:

Natanael, dono da loja de equipamentos de pesca Pesque bem, está revisando seus custos para fazer uma nova tabela de preços. Como exemplo, vamos calcular o índice markup e o preço sugerido para o Kit Carretilha 18 rolamentos, que acompanha um rolo de linha de 100 metros.

- **Custo do kit:** R\$ 100,00
- **DV** = impostos - 10,70% Simples Nacional; 7% de comissões, o que totaliza 17,70%;
- **DF** = 20% de despesas fixas e 4% de despesas financeiras, totalizando 24%;
- **ML** = Sabendo que a margem de lucro é um componente que pode sofrer alterações diante da necessidade de adequação de preço ao mercado, Natanael estimou a margem em 15%.

$$\text{Markup} = 100/[100-(DV+DF+ML)]$$

$$\text{Markup} = 100/[100- (17,70\% + 24\% + 15\%)]$$

$$\text{Markup} = 100/[100- (56,70\%)]$$

$$\text{Markup} = 100/[43,30\%]$$

Markup = 2,3095 - Portanto o índice markup multiplicador, que inclui a margem de lucro definida, é de **2,3095**. Aplicando esse índice ao custo do kit teremos: R\$ 100,00 x 2,3095 = R\$ 230,95. Este é, portanto, o preço de venda sugerido para o kit.

Fórmula para calcular o markup divisor

$$\text{Markup (D)} = (\text{PV}-\text{CTV}) / 100$$

Onde:

- **PV = Preço de venda:** A ser encontrado. Portanto, sempre será 100%;
- **CTV = É o custo total das vendas:** Inclui todos os gastos gerados para que o produto ou serviço seja vendido. Portanto, é a somatória em % de despesas fixas – como despesas administrativas, aluguel, salários –, e despesas financeiras: % de despesas de impostos, comissões, ou seja, relacionadas às vendas, e a % da margem de lucro definida



Exemplo prático:

Vamos seguir o mesmo exemplo anterior, só mudando a metodologia de cálculo.

- **Custo do kit:** R\$ 100,00
- **DV** = impostos: 10,70% Simples Nacional, 7% de comissões, o que totaliza 17,70%;
- **DF** = 20% despesas fixas e 4% de despesas financeiras, totalizando 24%;
- **ML** = Sabendo que a margem de lucro é um componente que pode sofrer alterações em uma necessidade de adequação de preços ao mercado, Natanael estimou a margem em 15%.

Lembrando que o total do CTV é a somatória de DV (17,70%) + DF (24%) + ML (15%) = 56,70%.

Markup (D) = (PV-CTV) / 100

Markup (D) = (100%-56,70%) / 100

Markup (D) = 43,30% / 100

Markup (D) = 0,4330 – Portanto, o índice markup divisor encontrado foi de 0,4330. Dividindo-se o custo do kit por esse índice teremos: R\$ 100,00 / 0,4330 = R\$ 230,95.

Note que o resultado foi o mesmo nos dois exemplos. Afinal, são apenas caminhos diferentes para se chegar a um mesmo lugar. No mundo dos negócios, é mais comum que se use o markup multiplicador.

Considerações finais

Lembre-se, um preço de venda, seja de produto ou serviço, deve ser planejado. Portanto, apure com precisão os custos e despesas de sua empresa e produtos, e reveja sua tabela com mais segurança.

Fontes:

<https://www.infovarejo.com.br/como-calcular-preco-venda-produtos/#:~:text=Para%20calcular%20pre%-C3%A7o%20de%20venda%20de%20um%20produto%20a%20l%C3%B3gica,da%20mercadoria%20para%20o%20consumidor>

<https://blog.pagseguro.uol.com.br/como-calcular-o-preco-de-venda-de-um-produto/>

<https://www.cobrefacil.com.br/blog/calcular-preco-venda-produto>

<https://www.infovarejo.com.br/como-calcular-preco-venda-produtos/>

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline/como-definir-preco-de-venda,04a0b8a6a28bb610VgnVCM-1000004c00210aRCRD>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebrae-az/aprenda-a-formar-preco-de-venda,c08424e63452e710VgnVCM100000d701210aRCRD>

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/entenda-como-calcular-precos,3f2ec7860a31e610VgnVCM-1000004c00210aRCRD>

<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/preco-de-venda-como-calcular>

