

O passo-a-passo detalhado para o cálculo do preço ideal de venda dos produtos, mercadorias e serviços de sua empresa.

## Formação de Preço de Venda – O Guia Completo



## FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA – O GUIA COMPLETO!

O que esperar deste guia.....	2
Mas como saber qual é o preço ideal? .....	2
1 - Projeção da Margem de Contribuição .....	3
1.1 - Valor das Vendas .....	3
1.2 - Deduções.....	3
1.3 – Custos Variáveis .....	3
1.4 - Analisando a Margem de Contribuição obtida .....	4
2 - Projeção do Ponto de Equilíbrio .....	4
3 - Análise da Concorrência e do Mercado .....	5
O mais importante .....	6
Sobre o Treasy.....	7



## O QUE ESPERAR DESTE GUIA

Toda empresa, seja uma indústria, um comércio ou uma prestadora de serviços, precisa saber como determinar com precisão o **Preço de Venda** de dos itens que comercializa.

**O Preço de Venda é um fator que influencia diretamente o cliente em suas decisões de compra**, principalmente em mercados com um grande número de concorrentes. Com preços muito altos, sua empresa pode afugentar os clientes e perder mercado. Com preços muito baixos, a organização pode estar sofrendo prejuízos pela venda de seus produtos, mercadorias e serviços abaixo do valor mínimo para cobrir seus custos e despesas.

**As empresas precisam ter certeza de que estão oferecendo a melhor oferta sem perder a lucratividade.**

Este guia está dividido da seguinte forma:

- Composição do Preço de Venda
  - Projeção da Margem de Contribuição
  - Projeção do Ponto de Equilíbrio
  - Análise da Concorrência e do Mercado

O simples fato de realizar o cálculo do Preço Ideal de Vendas de seus produtos ou serviços auxiliará sua empresa a obter insights importantes para **reduzir custos, eliminar despesas desnecessárias e enxergar novas formas de elevar seu faturamento**, levando claro, ao **aumento do lucro líquido**.

Mãos a obra!

## MAS COMO SABER QUAL É O PREÇO IDEAL?

Ao realizar a precificação de seus produtos e serviços, é necessário levar em consideração vários fatores. Alguns deles mais objetivos (como custo de produção e necessidade de investimentos) e alguns outros mais subjetivos (como concorrência e situação do mercado).

Portanto, além do cálculo do custo unitário, sua empresa precisa criar projeções também para saber se será viável amortizar grandes investimentos, como no caso de empresas muito inovadoras. Além disso, alguns mercados muitas vezes são dominados pelo custo, ou seja, o preço do produto é tão baixo quanto o custo permitir e não há outros fatores que façam o cliente optar por um produto mais caro (como atendimento ou marca).

De maneira bem didática, podemos dividir o processo formação de preço em 03 macro etapas:

- Projeção da Margem de Contribuição
- Projeção do Ponto de Equilíbrio
- Análise da Concorrência e Mercado

Vamos ver cada um destes pontos na sequência.

## 1 - PROJEÇÃO DA MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

O primeiro passo na formação de custos é obter uma **projeção realista** da [Margem de Contribuição](#) de cada um de seus produtos ou serviços. A margem de contribuição tem um calculo muito simples:

$$\text{Margem de contribuição} = \text{Valor das Vendas} - \text{Custos e Deduções}$$

**Planilha para download:** disponibilizamos [NESTE LINK](#) uma [planilha com as regras e exemplo para os cálculos da Margem de Contribuição e Ponto de Equilíbrio](#). Você pode baixa-la gratuitamente para simular os cálculos enquanto acompanha aqui no guia como realiza-los e qual sua importância.

### 1.1 - VALOR DAS VENDAS

Para obter uma Projeção de Vendas, você pode começar realizando uma **estimativa do volume de vendas** mensal de sua empresa e partindo de um **preço estimado inicialmente** para cada produto ou serviço. Ao realizar sua projeção de vendas, não deixe de considerar:

- Todos os Produtos e Serviços oferecidos pela empresa;
- Todos os Canais de Distribuição utilizados (revendedores, distribuidores, internet, etc.).

Você pode estimar este preço baseado na concorrência ou colocar um número arbitrado. Ele servirá apenas como uma base inicial e ao final saberemos se deverá ser maior ou se poderá ser menor. Porém o volume estimado de vendas deve ser o mais preciso possível, baseado em sua capacidade produtiva e potencial de seus canais de vendas.

Para saber mais sobre projeção de vendas, confira o artigo: [Como realizar a Previsão de Vendas e Projeção de Faturamento de sua empresa](#)

### 1.2 - DEDUÇÕES

O próximo passo é calcular todas as deduções que abatem a receita gerada por seus produtos ou serviços vendidos. Alguns exemplos de deduções são:

- Impostos (PIS, COFINS, ICMS, ISS, Simples Nacional);
- Devoluções;
- Descontos;
- Abatimentos;
- Etc.

Para aprender mais sobre deduções, confira o artigo: [Projetando as Deduções sobre Vendas de sua empresa](#)

### 1.3 – CUSTOS VARIÁVEIS

Por fim, para completar o cálculo da Margem de Contribuição é necessário saber **custo unitário** de cada item comercializado pela empresa.

Os **Custos Variáveis**, como o próprio nome sugere, são aqueles que variam proporcionalmente **com o volume de produção ou atividades produtivas da empresa**. Ou seja, seus valores dependem diretamente do volume produzido, que por sua vez vai variar conforme volume de vendas efetivadas num determinado período. Veja alguns exemplos de itens classificados Custos Variáveis:

- Matérias-primas;
- Insumos produtivos (água, energia elétrica, combustíveis, etc.);
- Embalagens;
- Mão de obra produtiva (própria ou terceirizada);
- Materiais e suprimentos para produção.

Para mais detalhes de como calcular os custos variáveis para sua empresa, confira este artigo: [Como projetar os Custos Variáveis e as necessidades de Matéria-Prima, Insumos e Mão-de-Obra de sua empresa](#)

## 1.4 - ANALISANDO A MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO OBTIDA

Ao final deste processo, sua empresa terá em mãos a Margem de Contribuição de cada um de seus produtos ou serviços vendidos e também o valor de **Margem de Contribuição Total** da empresa (soma da margem gerada por todas as vendas).

Caso este valor tenha ficado negativo ou muito baixo, será necessário revisar seu preço de venda estimado inicialmente ou o volume de vendas projetado.

Você deve realizar simulações de preço e volume de vendas até chegar a uma margem de contribuição razoável. **Não avance para o próximo passo (cálculo do Ponto de Equilíbrio) até que chegue a uma combinação satisfatória de preço, custo e volume de vendas.**

Em alguns casos, se o valor da Margem de Contribuição for baixo (mas positivo), é possível (porém arriscado) obter um resultado final para a empresa trabalhando com um alto volume de vendas. Porém, se o valor da margem for negativo, não tem escapatória. Ou a empresa aumenta o preço ou reduz custos de produção.

## 2 - PROJEÇÃO DO PONTO DE EQUILÍBRIO

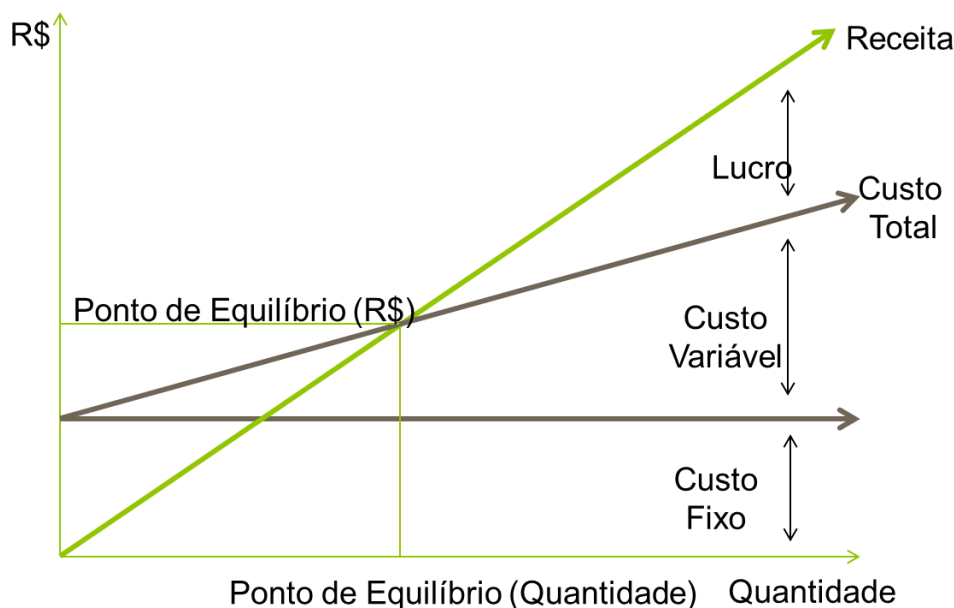
Agora que você já sabe qual a Margem de Contribuição de seus produtos e serviços, o próximo passo é saber o mínimo que precisa para pagar os Gastos Fixos (como aluguel, internet, telefone e o salário do pessoal administrativo).

Para isto o primeiro passo é realizar um Orçamento de Despesas Operacionais detalhando todos os gastos fixos de sua empresa por setor, departamento, unidades de negócio e contas. Para saber mais, confira o post: [Como elaborar o Orçamento de Despesas Operacionais e Gastos Administrativos para sua empresa](#).

Agora ficou fácil! Você já tinha a tinha a Projeção de Faturamento, Projeção de Margem de Contribuição e agora sabe também a Projeção de Despesas Operacionais. Basta fazer o cálculo:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \text{Despesas Operacionais} / (\text{Margem de Contribuição} / \text{Faturamento})$$

Assim você saberá qual o mínimo que sua empresa precisa vender todos os meses para pagar as contas, como mostra a imagem abaixo:



Se este número for significativamente mais baixo que sua Margem de Contribuição Total, significa que a empresa estará com geração de caixa positiva, ou seja, além de honrar suas dívidas com funcionários e fornecedores, ainda estará acumulando caixa para realizar investimentos, expandir e claro, remunerar os sócios e acionistas.

Mas se o Ponto de Equilíbrio estiver mais alto ou muito próximo da Margem de Contribuição, sinal de alerta. Sua empresa pode estar trabalhando o mês todo apenas para pagar a operação, e isto é muito arriscado. Ao menor deslize no volume de vendas, sua empresa pode terminar o mês acumulando prejuízos.

Neste caso, você deve atuar em:

- Aumentar do valor percebido pelo cliente em seus produtos ou serviços (para poder aumentar o preço de venda sem perder mercado);
- Reduzir o Custo Variável (para aumentar a Margem de Contribuição);
- Reduzir as Despesas Operacionais (para diminuir o Ponto de Equilíbrio);
- Aumentar o Volume de Vendas (para compensar a baixa Margem de Contribuição ou o alto índice de Ponto de Equilíbrio).

### 3 - ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA E DO MERCADO

Somados todos os itens discutidos anteriormente, sua empresa poderá determinar um preço que garanta um nível satisfatório de lucratividade. Mas este valor precisa ser avaliado, comparado, analisado, equalizado também com os preços da concorrência.

Se o preço de sua empresa for mais alto, analise se:



- Sua empresa oferece valor (qualidade, atendimento, diferenciais) que justifiquem seus clientes continuarem pagando o preço mais alto praticado por sua empresa?
- Há excesso de custos industriais, mercadológicos ou de outras ordens, que estão sobrecarregando o preço?
- A formação do preço de venda está correta?
- Os impostos e outras deduções estão aplicados de forma correta?
- A margem de lucro é compatível com a linha de produtos e o risco empresarial?

Já se a apuração de preços estiver muito abaixo da concorrência, questione se:

- A concorrência oferece mais valor agregado que sua empresa? Neste caso sua empresa talvez possa aumentar seus preços também ou aproveitar para ganhar mais mercado com o preço menor;
- Foram somados todos os custos reais, efetivos, dos processos, matérias primas, embalagens e outros itens na formação do preço? Algo foi esquecido?
- A margem de lucro remunera adequadamente o capital empregado?
- Foram incluídos os custos financeiros para financiamento ao cliente na venda a prazo?
- Todos os impostos, comissões e outras despesas variáveis foram incluídos nos cálculos?

Além disto, o preço de vendas está diretamente associado ao mercado em que a empresa está inserida.

Em alguns mercados, o preço pode ser ditado por órgãos reguladores, como nos mercados de fornecimento de Energia ou Água. Em mercados que trabalham com commodities, como grãos ou minérios, os produtos e serviços são negociados em bolsas de valores, portanto seus preços são definidos em nível global, pelo mercado internacional.

Já outros mercados como o de tecnologia ou moda, o valor percebido pelo cliente está muito mais relacionado a fatores subjetivos, como grau de inovação e design. Neste caso, o preço de venda a ser praticado não depende apenas do custo de fabricação e fica muito mais a critério do posicionamento estratégico da marca.

## O MAIS IMPORTANTE

Como vimos no decorrer do artigo, para calcular corretamente o Preço de Venda, é fundamental que sua empresa tenha um bom Planejamento Financeiro. Para isto, um simples e poderoso instrumento que pode ser utilizado é o [Orçamento Empresarial](#).

Este orçamento pode ser criado para um ano, seis meses ou até mesmo três meses à frente. O importante é **planejar e acompanhar regularmente os resultados**.

Se a sua empresa ainda não realiza seu Orçamento Anual, confira o material completo ([e-book](#) + [webinar](#)) que preparamos para auxiliar sua empresa a dar os primeiros passos!

Basta clicar nos links abaixo para fazer o [download do e-book](#) e [assistir ao webinar](#) gratuitamente:



### Webinar - Orçamento Empresarial na prática



**ASSISTIR WEBINAR!**

### Guia prático do Orçamento Empresarial



**BAIXAR E-BOOK!**

## SOBRE O TREASY

O Treasy é uma solução completa de **Planejamento e Controladoria online**, onde sua empresa pode aplicar de forma fácil e rápida todos os conceitos e metodologias abordados neste guia.

Confira alguns dos recursos que temos disponíveis para auxiliar sua empresa a melhorar continuamente seus resultados financeiros:

- Orçamento Empresarial Descentralizado
- Projeções, Simulações e Cenários
- Acompanhamento Planejado x Realizado
- Análises Gerenciais
- Relatórios e Indicadores
- Integração com seu ERP e contabilidade



Além do software especializado, podemos auxiliar sua empresa também com a adoção da metodologia de gestão orçamentária e implantação das melhores praticas de gestão que estão contribuindo com a melhoria contínua dos resultados financeiros de nossos clientes.

Acesse [www.treasy.com.br](http://www.treasy.com.br) e **experimente o Treasy** ou nos envie um e-mail ([contato@treasy.com.br](mailto:contato@treasy.com.br)) solicitando uma consultoria com um de nossos especialistas para **avaliação gratuita** dos atuais processos de gestão de sua empresa e receber dicas do que pode ser melhorado!