



COMO PRECIFICAR UM PRODUTO OU SERVIÇO?

Sumário

Como precificar corretamente um produto?	03
Por que é importante saber calcular o custo de um produto ou serviço?	04
Diferenças entre produtos e serviços	05
O que é preciso saber para calcular o custo de um produto	06
O que são custos?	07
O que são despesas?	07
O que é lucro?	07
O que são perdas?	07
O que são gastos?	07
Custos e Despesas	08
5 dicas práticas para calcular o preço de venda de forma simples	10
1. Calcule o custo por unidade	10
2. Contabilize as despesas	10
3. Respeite a margem	11
4. Entenda e conheça o markup e a margem de lucro	11
5. Estude o mercado	11
Como definir a margem de lucro	12
Como calcular o preço de venda?	13
Saiba como realizar a precificação de produtos com o Markup	14
Conclusão	15

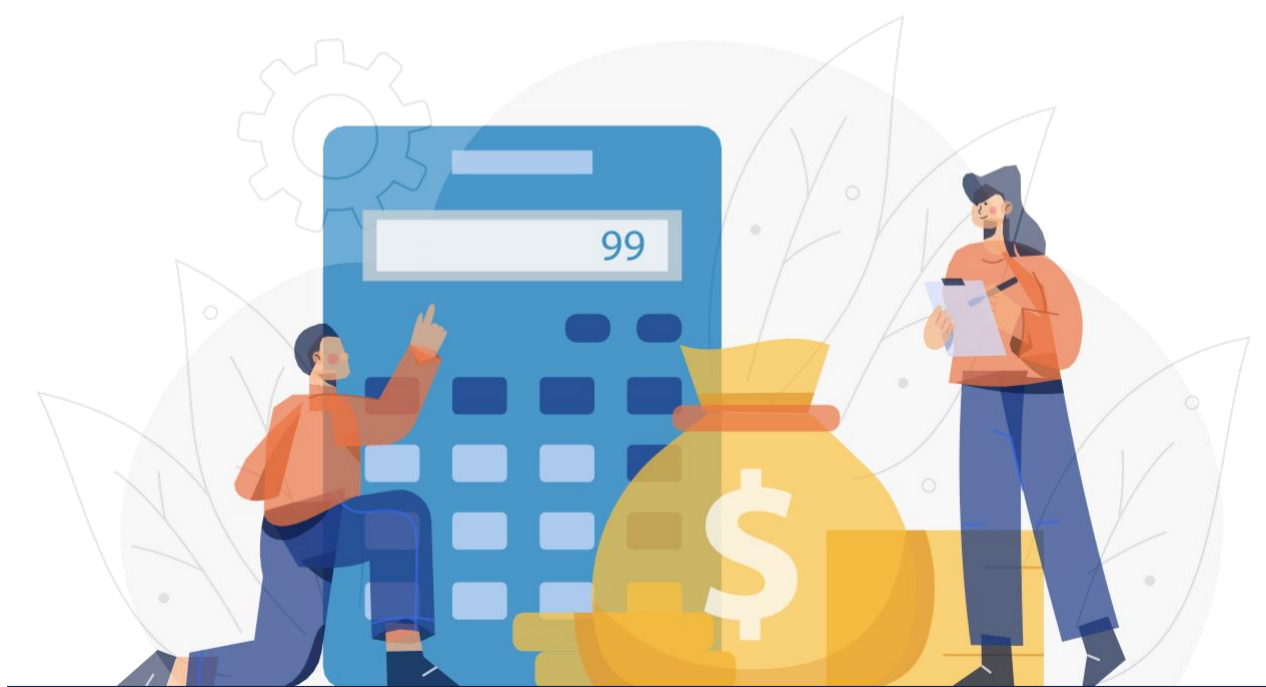
Como precificar corretamente um produto?

A precificação de produtos é uma ação estratégica para assegurar que sua empresa permaneça no mercado. Isso porque ela envolve diretamente a identificação de qual valor gera competitividade, atratividade e lucratividade para o negócio. É importante lembrar que um preço errado pode colocar sua empresa em risco, e por este motivo, precificar deve ser parte do [plano de colocação](#) de um produto no mercado, desde o início.

O preço tem um peso estratégico em qualquer negócio e você pode ajustá-lo para [maximizar vendas e faturamento](#) de imediato, aumentar a participação de mercado da empresa ou reagir às estratégias dos concorrentes.

No entanto, saber como calcular o [preço de venda](#) é quase sempre um desafio para as empresas, seja para aquelas que já estão há um bom tempo no mercado, ou para as que estão em fase de abertura. Afinal, uma série de fatores precisa ser levada em consideração, tanto para uma definição mais eficiente que gere lucro, como para a busca por um posicionamento ideal e competitivo no mercado.

Para auxiliar nesse processo tão importante, preparamos este e-book com **dicas essenciais de como calcular o custo de um produto ou serviço**, sem complicações, independentemente do segmento ou tamanho de seu [negócio](#).



Por que é importante saber calcular o custo de um produto ou serviço?

Calcular o preço dos produtos e serviços é fundamental para garantir a [saúde financeira](#) do seu negócio. A correta precificação é muito importante e deve ser feita com bastante atenção e análise. Afinal, quando o preço é baixo demais pode [afetar a margem](#) de lucro e trazer prejuízo. Já se for muito alto, há perda de vendas.

Por isso, esta etapa é essencial para manter todo o [planejamento da sua empresa](#) em funcionamento e garantir excelentes resultados.

No entanto, muitos empresários ainda acreditam que uma precificação correta é aquela que somente garante [lucro](#), o que é um objetivo esperado pela maioria, mas, que precisa ser muito bem planejado antes de anunciar a venda de um produto ou serviço.

Ou seja, saber como calcular o [preço de venda](#), é uma estratégia que não busca somente a lucratividade. É preciso estudar o mercado, o público-alvo e conhecer a [concorrência](#).

Mas, caso você realize todas essas análises e perceba que o produto ou serviço da sua empresa possui qualidade muito superior aos demais, ou que há uma clientela potencial a ser fidelizada na região, obviamente o preço pode ser calculado um pouco acima da média geral do setor, porém, sem exageros.

Logo, **saber como calcular o [preço de venda](#) de um produto é um processo fundamental para a existência de qualquer empresa.** Da mesma forma, o lucro é parte crucial desse processo, mas não necessariamente está associado a preços altos e sim a um planejamento correto de [precificação](#), mediante uma análise de todo o mercado e de seu público-alvo.

Ao aplicar corretamente a [formação de preços](#) e aplicar as melhores práticas, sua empresa terá uma melhor margem para negociação com consumidores, ficará muito mais fácil criar promoções e oferecer condições especiais de venda, além é claro, de potencializar o lucro líquido do empreendimento.

Antes de nos aprofundarmos no assunto, conheça as diferenças entre produtos e serviços:



PRODUTOS

são os bens duráveis e não duráveis, criados a partir de um processo de produção e que possuem donos com direitos sobre eles. São itens, artigos, mercadorias a serem vendidos e que geralmente possuem validade.



SERVIÇO

é a prestação de atividades que atendam demandas de outras pessoas ou empresas. Não é tangível, tocável, mas são ações oferecidas para suprir demandas sem envolver mercadorias (consultorias, transporte, educação, entre outros).

O que é preciso saber para calcular o custo de um produto

Saber como calcular o preço de venda, é entender o que o seu cliente pode pagar, quanto os seus concorrentes estão cobrando e o que retorna para a sua empresa. É preciso calcular o [custo de um produto](#), para depois avaliar um preço que: seja capaz de cobrir todos os gastos, esteja de acordo com a realidade do mercado e gere lucro. Nossa primeira dica antes de ensinar os passos para calcular o preço de um produto, é que você entenda de fato o significado dos conceitos: custos, despesas, gastos, perda e lucro



Vale ressaltar que cada tipo de negócio tem suas próprias características e especificidades. Por exemplo, uma indústria terá gastos diferentes de uma loja ou de um negócio agrícola. Faremos a seguir uma abordagem ampla e mais superficial sobre os conceitos, que sejam suficientes para explicar sua importância dentro da precificação. Cabe ao gestor saber identificar os principais gastos de sua empresa e incluí-los nesta conta.

O que são custos?

Os custos são os gastos que têm ligação direta com o produto. Ou seja, é todo gasto de material, mão de obra, serviço e consumo que de forma direta ou indireta, está associada à produção e aquisição de um produto. Exemplos: gastos com matéria-prima, aluguel, etc.

O que são despesas?

Despesas são os gastos essenciais para o funcionamento do negócio. Não são diretamente ligadas ao produto ou serviço, mas são necessárias para manutenção da empresa. Podemos citar aqui despesas com contabilidade, publicidade, impostos, entre outros.

O que é lucro?

O lucro é a diferença entre o preço de venda e o valor usados no pagamento de custos e despesas. No caso do restaurante, por exemplo, se um prato custa R\$12 para ser produzido e é vendido por R\$25, o lucro é de R\$13.

O que são perdas?

São valores imprevistos, que não geram nenhum retorno financeiro. É importante estar sempre atento para evitar perdas, que podem acontecer desde um acidente de trabalho, até perda de equipamentos, computadores ou produtos vencidos.

O que são gastos?

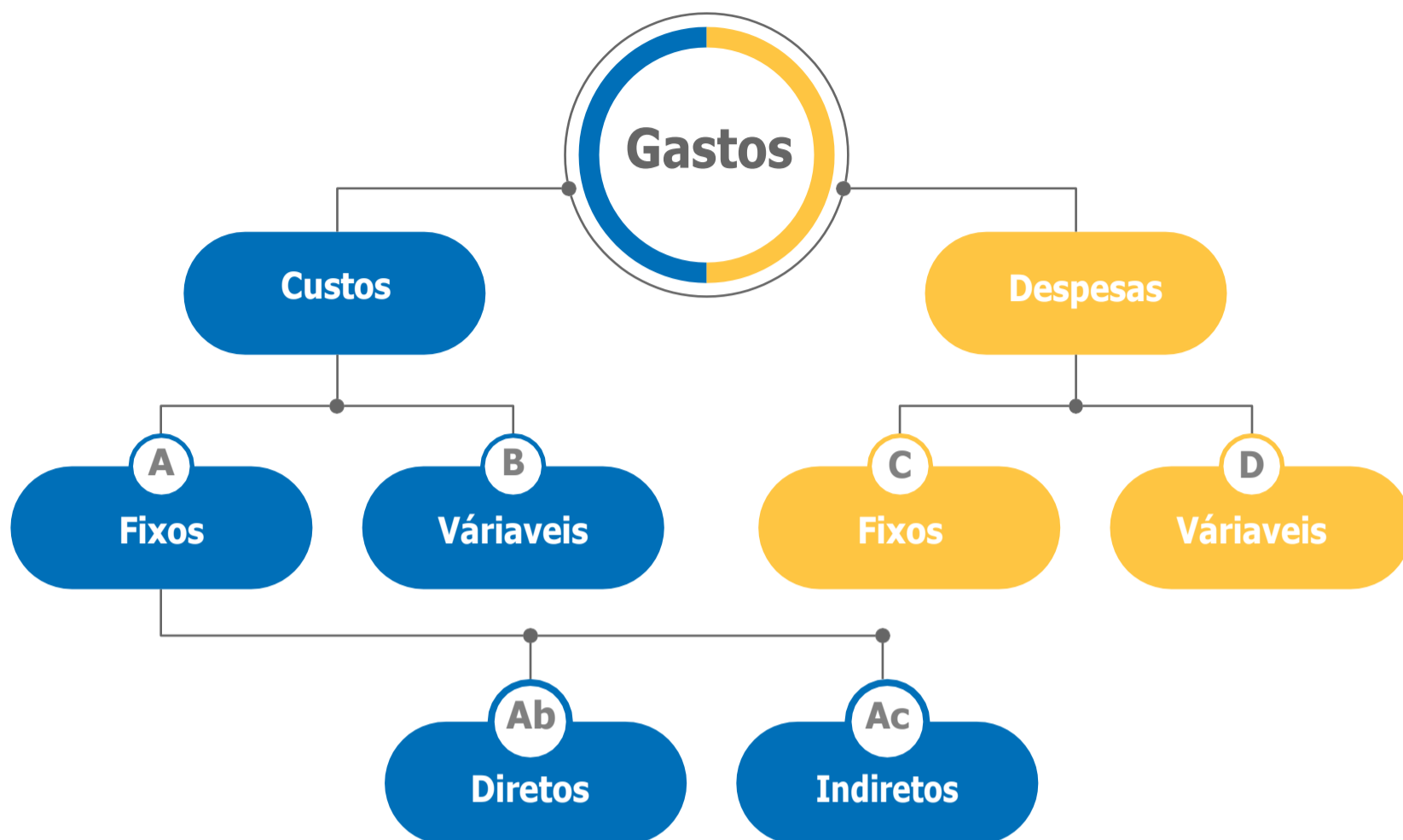
Podem ser utilizados tanto para expressar o custo, quanto despesas.

Com o entendimento do que cada um destes conceitos representa e tendo em vista a busca do equilíbrio entre todos estes fatores, a produção ou a aquisição do produto/serviço deve ser a mais baixa possível, com despesas controladas e perdas evitadas.

Sem dúvidas, este seria um cenário perfeito e é o desejo de todo empreendedor. No entanto, nem sempre é possível.

Por isso, torna-se fundamental conhecer esses conceitos e estudá-los separadamente, pois desta forma será possível buscar alternativas, métodos e estratégias para minimizar os impactos no cálculo de custo de um produto.

Saiba agora, como você pode separar os gastos da sua empresa, através de um diagrama didático, que mostra também os tipos de custos e de despesas:



Custos

A Fixos

São valores fixados e que não variam de acordo com o volume de produção ou aquisição. Ou seja, obtendo lucro ou prejuízo, estes gastos precisam ser mantidos.

Ab Diretos

São ligados à produção ou aquisição do produto, sem necessitar de algum tipo de rateio para ser atribuído ao valor

Ac Indiretos

São gastos que necessitam rateios e divisões para serem atribuídos ao custo final.

B Variáveis

São valores que variam, conforme o volume de produção, aquisição, volume de vendas e fatores como ações promocionais e sazonalidade. *Por exemplo: consumo de matéria-prima, insumos utilizados na produção, embalagens.*

C Variáveis

São relacionadas à comercialização dos produtos ou serviços, como por exemplo, frete sobre produtos, taxas e cartões de crédito.

D Fixas

Não variam conforme a venda e não estão ligadas diretamente ao produto. *Exemplos: publicidade, telefone, água, energia elétrica.*

5

dicas práticas para calcular o preço de venda de forma simples

Agora que você já conhece melhor sobre os conceitos, confira cinco passos para encontrar o equilíbrio na [formação do preço de venda](#) de um produto ou serviço:



01

Calcule o custo por unidade

Quanto você gastou para produzir ou comprar cada unidade do produto? Esse dado é fundamental para todos os outros passos se você quiser precificar corretamente um produto. Você precisa saber o custo da matéria-prima, o tempo de produção de cada unidade, custo de distribuição, mão de obra, entre outros. No caso de serviços, você precisa calcular o tempo médio gasto para cada atividade, e [formar um preço](#) que cubra os minutos ou horas trabalhadas, cobrindo todo custo e gerando uma porcentagem de lucro.



02

Contabilize as despesas

Agora, é preciso visualizar as despesas da empresa, definindo gastos fixos e variáveis.

- Custos variáveis: são esporádicos e dependem do volume de venda. Exemplo: gastos com emissão de um boleto
- Custos fixos: devem ser pagos, não importando o valor do seu faturamento. Exemplo: folha de pagamento.

É claro que as duas [despesas devem ser pagas](#) com as vendas, mas há algumas formas de fazer isso:

- Diluir os custos fixos no mix de produtos: dessa forma, você atribui porcentagens de contribuição diferentes a cada um deles. Isso possibilita o cálculo de uma estimativa de quantos produtos de cada tipo precisam ser vendidos para pagar a operação da sua empresa — o que sobrar é lucro líquido.
- [Estimar um preço](#) que resulte em uma margem de contribuição: retirando o valor das despesas fixas e variáveis, o restante é o lucro líquido.

Em qualquer desses cálculos, não esqueça de incluir os valores de impostos.



03

Respeite a margem

Ao definir uma margem para que seu negócio sobreviva, você deve respeitá-la. Caso você tenha definido um ganho de 20% sobre o custo de cada item, atenha-se ao plano na hora de precificar, a não ser que a estratégia tenha que ser modificada. Se um item dá prejuízo, não adianta mantê-lo no [estoque](#). Compre bem, mas [venda melhor](#).



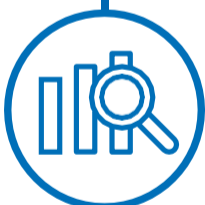
04

Entenda e conheça o markup e a margem de lucro

Há muitos empreendedores que nunca ouviram falar em markup e ainda aqueles que confundem o termo com margem de lucro:

- Margem de lucro: é a porcentagem que volta para o caixa quando todos os custos são pagos. Calcula-se subtraindo os custos do preço final do produto. Deve ser estabelecida com base no mercado, na necessidade e na expectativa de ganho da empresa. A margem de lucro pode ser atribuída a cada produto separadamente, possibilitando um percentual de lucro para cada produto. Entretanto, também pode-se aplicar um percentual de margem de lucro igual para todos os produtos.
- Markup: é um método de precificação com base no custo. O markup diz qual é o lucro total ou lucro bruto obtido em uma venda e oferece segurança nas negociações por estabelecer limites para os descontos. O cálculo acontece levando em consideração o preço de custo e todas as despesas que envolvam a venda. Ou seja, seria a diferença entre o preço de venda e o preço de custo do produto.

Sabendo o que esses termos representam para seu negócio, [precificar um produto](#) se torna uma tarefa mais simples e assertiva.



05

Estude o mercado

Além das tabelas de preço que existem por aí, é preciso fazer uma pesquisa minuciosa dos principais players de mercado antes de precificar: [quanto vendem](#), por quanto e para quem. Imagine que esse estudo seja uma radiografia de tudo o que você precisa saber sobre o ambiente em que pretende entrar. Nessa pesquisa, você pode descobrir que o seu valor de venda está muito acima do mercado. Se isso acontecer, analise com calma a situação, já que você pode ficar com o estoque parado caso não venda o previsto. Por isso, se tiver uma margem alta, considere uma redução do valor.

Agora, se a margem está apertada, talvez o produto não seja o mais adequado para a venda. Mas calma! Ainda há alternativas para ganhar competitividade. É possível diminuir a margem de um produto X e aumentar essa diferença em Y e oferecer os dois juntos.

Como definir a margem de lucro?

Para calcular a margem de lucro, basta **dividir o lucro pela receita total e então multiplicar por 100**. Desta forma, você saberá o quanto de lucratividade sua empresa teve e poderá precificar seus produtos adequadamente.

Por exemplo, se você faturou R\$ 10.000,00 e teve custos totais de R\$ 6.000,00, seu lucro é de R\$ 4.000,00. Ou seja:

Margem de Lucro = Lucro/Custos Totais x 100

Margem de Lucro = $(4.000,00/10.000,00) \times 100$

Margem de Lucro = 40%



Como calcular o preço de venda?

A partir do conhecimento e da identificação de todos esses gastos de sua empresa, já é possível calcular o custo de um produto. A operação é simples, conforme abaixo:

$$\text{CD (Custos Diretos)} + \text{CI (Custos Indiretos)} + \text{CF (Custos Fixos)} + \text{CV (Custos Variáveis)} = \text{CT (Custo Total)}.$$

Falamos brevemente sobre o lucro de uma negociação e fornecemos dicas para calcular o custo de um produto. Basicamente, é da soma dos custos e lucro que é possível calcular o preço de venda de um determinado item ou serviço.

Porém, antes de tudo, é imprescindível saber definir o quanto, de fato, sua empresa ganhará após uma venda, ou seja, qual será o seu lucro. Como dissemos mais acima, isso não deve ser associado, simplesmente, a preços altos. Saber como calcular o custo de um produto de forma correta pode aumentar muito mais a sua margem de ganhos do que um preço elevado, por exemplo.

É importante sempre avaliar o mercado, conhecer o público-alvo, acompanhar tendências e sempre focar em uma gestão eficiente.

Concluindo: definir o preço de venda é uma operação bastante simples
Custos + Lucro = Preço de Venda.

Saiba como realizar a precificação de produtos com o Markup

Para calcular o Markup utiliza-se a seguinte fórmula:

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

Sendo

DF: Despesas Fixas

DV: Despesas Variáveis

ML: Margem de Lucro

Ou seja, seu markup é igual ao preço da venda, menos a despesa total do produto vendido, menos o lucro desejado, e tudo isso dividido por 100.



Conclusão

O valor de um produto não pode ser tão alto ao ponto de desestimular a compra, mas deve ser alto o suficiente para gerar lucro. Ou seja, deve [equilibrar as despesas do negócio](#), estar na média dos preços de mercado, atingir o lucro almejado e ser atrativo para os consumidores.

É importante ressaltar que o princípio básico da lucratividade é gastar menos do que se ganha, já que ao gastar o mesmo, há somente a compensação, e gastar a mais, é operar no prejuízo.

O preço, assim como a margem de contribuição e lucro, deve começar a ser formado pela apuração de custos de produção ou repasse. Isso significa que todos os custos fixos, variáveis e as despesas, devem constar no valor final de um insumo no mercado ($\text{Custo} + \text{Lucro} + \text{Despesas variáveis} = \text{Preço de venda}$).

Para definir o preço, mesure tudo o que você gasta para que seu produto fique pronto, desde viagens para compras, matérias-primas, frete da entrega, aluguel, impostos, equipamentos, mão de obra, entre outros.

Precificar é complexo? No início pode parecer um desafio enorme, mas é a chave do sucesso financeiro de uma empresa. Ter dificuldades para estruturar os cálculos de precificação é normal, mas é preciso recorrer a informações e materiais para aprofundar seus conhecimentos e ter mais segurança.

Como deixamos claro acima, cada tipo de negócio tem as suas características próprias e especificidades, o que torna o processo de precificação, quase que exclusivo para cada caso. Por isso, é essencial sempre buscar capacitação, conhecimento e ajuda de consultores especializados. Em nosso portal oferecemos cursos, webinars, trilhas, ferramentas e diversas outras soluções que podem te ajudar na precificação!

Nós também oferecemos [uma consultoria exclusiva em gestão: custos e formação de preços](#), que lhe dará orientação sobre gastos e despesas, controles de custos e como desenvolver um processo de formação de preços que se aplique à sua empresa. Invista em seu conhecimento e colha os resultados nos negócios!

 /sebraesc
 @Sebrae_SC
 /SebraeSC
 @sebraesc



www.sebrae.com.br

0800 570 0800