

# COMO PRECIFICAR OS SEUS PRODUTOS?



**MAGIS5** + **PC** Preço Certo

# Introdução

A **precificação** é um processo diretamente responsável pela forma como uma empresa é remunerada, portanto ele possui um peso estratégico e deve ser feito com planejamento.

Neste guia, criado pela **Magis5** e a **Preço Certo**, você vai aprender a precificar os seus produtos corretamente para que você consiga vender os seus produtos e ter **lucro nas vendas**.

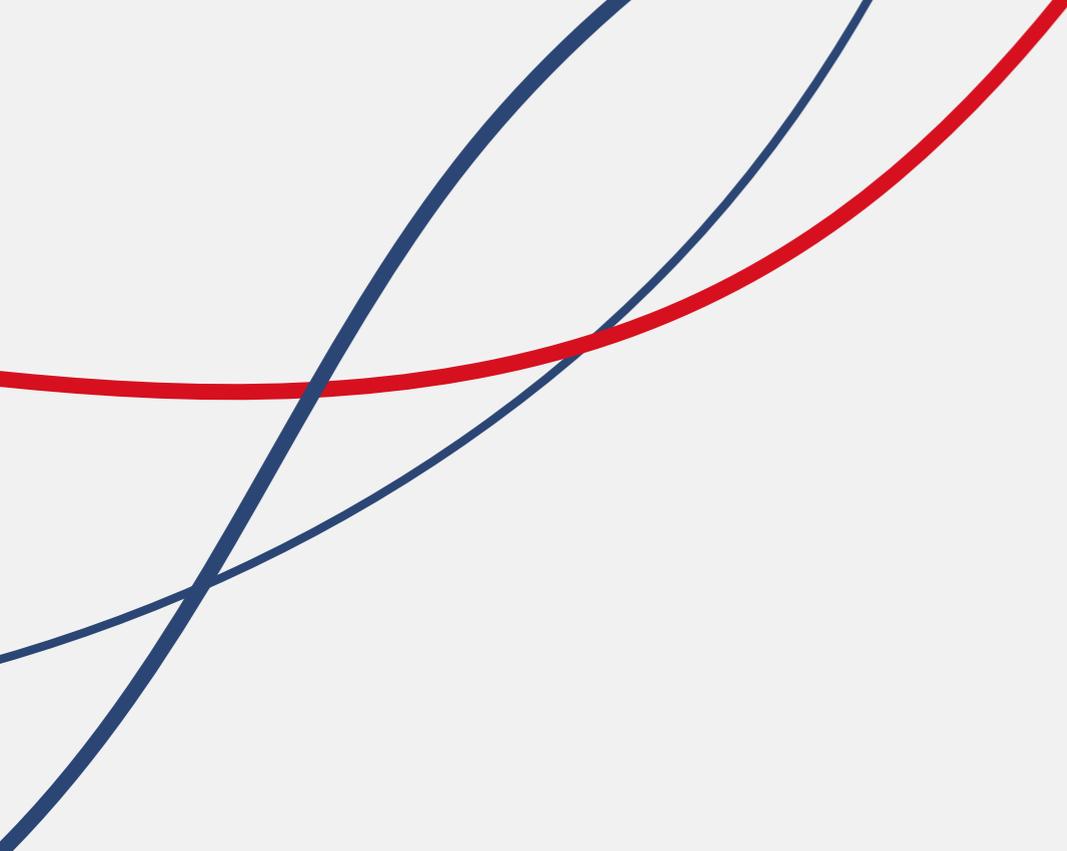


## Por que precificar corretamente?

Cerca de **86% das empresas** possuem dificuldades em precificar ou realizam vendas com uma margem de lucro menor do que o esperado - apontou uma pesquisa realizada pela **Preço Certo** com mais de 10.000 lojistas.

**O fato de copiar o preço de um concorrente ou aplicar um fator multiplicador sobre os custos sem uma estratégia por trás só aumenta as chances da empresa vender no prejuízo ou com uma margem extremamente baixa.**





## Por que precificar corretamente?

Por sua vez, esses problemas **reduzem a vida útil dessas empresas**, o que nos faz voltar novamente ao peso estratégico que a precificação possui na estratégia empresarial.

É através do preço de venda que nós podemos:

1. Ser percebidos pelo mercado;
2. Comunicar a estratégia da empresa;
3. Remunerar o negócio;
4. Retornar todo o investimento realizado.

# Diferença entre custos fixos e despesas variáveis

## Custos fixos

Pela definição tradicional, os custos fixos representam todos os custos que temos para poder manter nossa empresa operacional, de forma que nos viabilize a vender nosso produto.

Ou seja, são todos os custos que você possui para dar suporte a sua atividade principal e que mesmo que você não realize venda alguma, será preciso pagá-los.



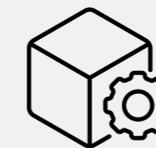
Luz, água, aluguel, IPTU, telefone, internet;



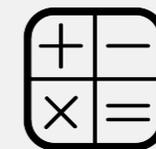
Funcionários e seus benefícios;



Pró-labore;



Mensalidades com softwares e sistemas;



Contador;



Gastos com propaganda.

## **Diferença** entre custos fixos e despesas variáveis

### Custos fixos

Pela definição da **Preço Certo**, os custos fixos representam o **nível de ineficiência do negócio**, pois se algum concorrente conseguir vender o mesmo produto com uma estrutura de custos menor, ele estará sendo mais eficiente naquela venda.

Esse é um dos motivos para não ratear custos indiretos no preço de venda e este e-book irá falar sobre isso mais à frente.



# Diferença entre custos fixos e despesas variáveis

## Despesas variáveis

Pela definição tradicional, os custos variáveis representam todos os custos que temos de acordo com nossa quantidade de vendas e produção.

Ou seja, são todos os custos que a empresa precisa pagar para realizar uma venda - **definição Preço Certo.**

Entender a estrutura de custos variáveis é o primeiro passo que você precisa dar para precificar um produto.



Custo da mercadoria (CMV);



Custo da embalagem;



[Taxa de comissão dos marketplaces;](#)



Frete subsidiado de recebimento e de envio;



Impostos municipais, estaduais e federais;



Taxa do cartão, royalties.

# **Diferença** entre custos fixos e despesas variáveis

## Despesas variáveis

Como eles estão ligados diretamente à venda do produto, jamais devem ser desconsiderados na precificação, pois qualquer 1% a mais ou a menos terá um impacto enorme no seu lucro.

Leia mais: [Como calcular o custo de um produto](#)



# Métodos de precificação

## Mark-up

O Markup é o índice que mede em quantas vezes o preço de venda é maior que os custos da mercadoria vendida.

Ou seja, é um fator divisor ou multiplicador sobre os custos do produto e uma vez realizada essa multiplicação ou divisão, obtemos um preço de venda.

É uma metodologia de precificação muito simples e rápida quando estamos

precificando um produto e é por conta disso que não podemos cair em um erro que muitos(as) empresários(as) cometem que é acreditar que o fator mark-up representa a margem de lucro de um produto.

Quando você comprar à R\$10 um produto e o vende por R\$30, aplicando um multiplicador de 3, você não estará lucrando R\$20 nessa venda. Lembre-se que é em cima do preço que você vendeu que as comissões serão cobradas.



## Métodos de precificação

### Precificação baseada na concorrência

O preço praticado pelo concorrente oferece ao gestor conhecer se seu preço está acima do mercado ou mesmo se os preços estão muito baixos, o que pode causar no consumidor receio e impactar diretamente as margens de lucro.

É uma precificação ingênua se partirmos do princípio de que o mercado dita o preço do produto, sem antes entendermos os diferenciais competitivos e objetivos estratégicos.

Por conta disso, você jamais deve utilizar apenas a precificação baseada na concorrência como única forma de precificar os seus produtos.

#### Lembre-se:

86% das empresas possuem dificuldades em precificar, você realmente vai deixar o seu concorrente comandar a estratégia da sua empresa?

## Métodos de precificação

### Margem de contribuição

A precificação utilizando esse método pode ser feita de duas formas: **obter um determinado percentual de lucro no seu preço de venda ou um valor nominal que representará o lucro da venda.**

Recomendamos que faça a análise dos seus objetivos financeiros com aquele produto e o seu papel dentro do portfólio da empresa.

Exemplo: Há produtos que possuem uma margem menor, mas vendem muito enquanto há produtos com margens altas e volumes de venda menores.

Você encontra a margem de contribuição após subtrair todos os custos variáveis do seu preço de venda, dessa forma:

**Margem de contribuição =**  
preço de venda - custos variáveis

## **Métodos** de precificação

### Margem de contribuição

Entenda o quanto cada produto deverá contribuir para o pagamento dos seus custos e com isso, podemos formar o preço de venda.

Leia mais: [Saiba mais sobre a margem de contribuição dos seus produtos e da sua empresa](#)



## Fórmulas da precificação por margem de contribuição

Dos métodos de precificação que vimos anteriormente, os especialistas em precificação da Preço Certo orientam a precificação por **margem de contribuição**.

Utilizando este método, você conseguirá prever o quanto de lucro terá nas vendas e ganhará **previsibilidade para tomar decisões**.

Há duas fórmulas que você pode utilizar para precificar usando essa metodologia: **margem objetiva ou lucro nominal objetivo**.

Quando você opta pela margem objetiva, você está buscando um determinado percentual de lucro na venda independente do preço praticado, enquanto o lucro nominal trabalha com uma determinada quantia fixa de lucro independente do preço praticado.

Para exemplificar o que ensinamos até o momento, imagine o seguinte produto:

- **Custo total do produto: R\$50,00;**
- **Simples Nacional: 16%;**
- **Comissão do marketplace: 12%.**



# Fórmulas da precificação por margem de contribuição

## Cálculo da margem objetiva

$$\text{Preço de venda} = \frac{\text{custo do produto}}{(1 - \text{impostos} - \text{comissão do marketplace} - \% \text{ de margem objetiva})}$$

Como estamos precificando por margem objetiva, digamos que o seu objetivo é ter uma **margem de contribuição de 30%**, logo realizamos a seguinte conta:

$$\frac{\text{Preço de venda} = \text{R\$ } 50,00}{(1 - 0,16 - 0,12 - 0,30)} = \text{R\$ } 119,05$$

## Fórmulas da precificação por margem de contribuição

### Cálculo da lucro nominal

**Preço de venda** = custo do produto + lucro objetivo

\_\_\_\_\_

(1 - impostos - comissão do marketplace)

Como estamos precificando por lucro nominal, digamos que o seu objetivo é ter um **lucro de R\$30 na venda**, realizamos a seguinte conta:

**Preço de venda** = R\$ 50,00 + R\$ 30,00

\_\_\_\_\_

(1 - 0,16 - 0,12)

= R\$ 111,10

## Por que os custos fixos não entram no preço de venda

Por mais que seja amplamente divulgado por instituições, pelo simples fato de ser intuitivo, o rateio de custos fixos tem como premissa que o pagamento dos custos fixos seja feito pelo seu cliente.

E o principal problema do rateio é que **a nível de competitividade, caso apareçam concorrentes que possuam custos fixos reduzidos, o seu preço de venda perderá competitividade** - para ficar claro, imagine que seu concorrente tivesse metade do seu custo fixo, nessa briga de diluição para ajustar preços de,

produto quem teria o melhor preço?

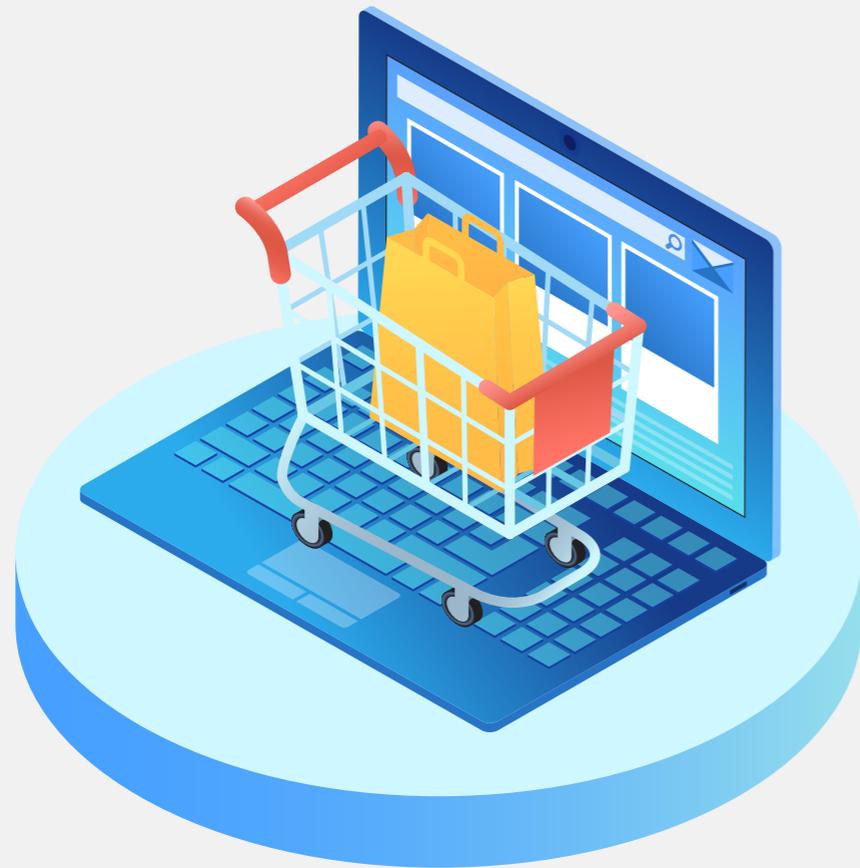
Quem dilui custo fixo no produto está adicionando custos adicionais e desnecessários ao produto, conseqüentemente, estará o encarecendo e tornando-o menos competitivo.

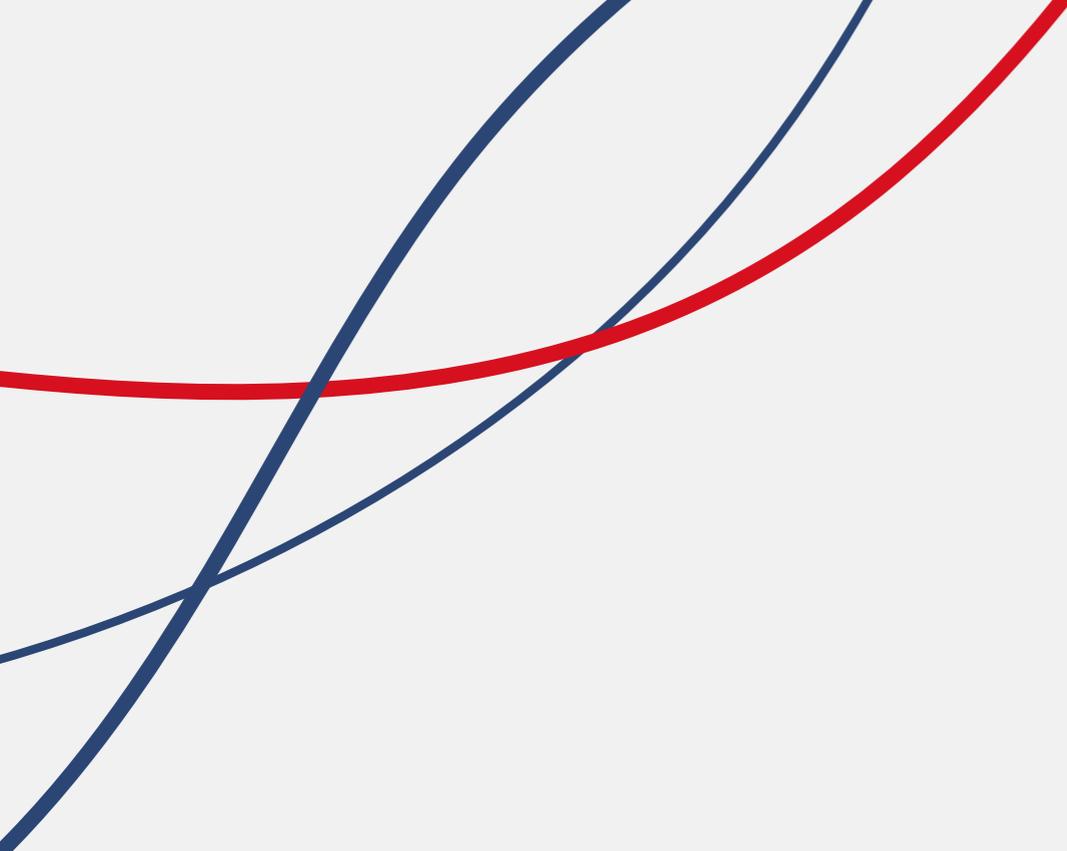
Um segundo ponto importante a ser comentado é que **o rateio de custos é impreciso** e um passo no escuro, pois o rateio de 10% em um produto que custa R\$100,00 possui um peso diferente do rateio de 10% em um produto que custa R\$1.000.



## Por que os custos fixos não entram no preço de venda

O terceiro e último motivo pelo qual você não deve ratear custos fixos é que **esse “método” é apenas uma ilusão**, pois é a sua margem de contribuição que estará sofrendo alterações com o rateio.





## Conclusão

Novamente, a precificação é o diretamente responsável pela forma como a sua empresa é remunerada, logo você jamais deve negligenciá-la.

Do contrário você estará **reduzindo a vida útil da sua empresa a cada 1% de lucro** que você deixar de ganhar em cada venda.

Comece o seu processo de precificação entendendo quais são os seus objetivos financeiros e como a margem de cada um dos seus produtos pode te ajudar a chegar lá. Dessa forma, ficará muito mais fácil a formação de preços.





**magis5.lab**

O **Magis5** é um hub de integração e automação que auxilia na **automatização dos principais processos de venda no e-commerce** - em marketplaces e lojas virtuais.

Por meio da plataforma do Magis5, o vendedor é capaz de cadastrar múltiplos CNPJs e gerenciar seus estoques de um único lugar, além de criar e postar anúncios de produtos e kits e automatizar a emissão de notas fiscais.

A empresa de decoração Ela Decora, com auxílio do Magis5, conseguiu registrar **crescimento de 1.000% nas vendas on-line.**

Quer saber mais? Entre em contato agora mesmo!

# PC Preço Certo



[precocerto.co](https://precocerto.co)

A **Preço Certo** é a sua **plataforma e método de gestão, formação de preços e controle de indicadores financeiros**, com o objetivo de aumentar o seu lucro e caixa.

Através da plataforma é possível entender o quanto você realmente está lucrando em cada canal de venda e precificar os seus produtos de acordo com as respectivas regras.

Reconhecida pelo Santander como a **melhor plataforma de preços no Brasil**, o time da Preço Certo trabalha todos os dias para evitar que mais empresas fechem as portas por conta de capital de giro alto e processos de formação de preços falhos.

# PLANILHA DE PRECIFICAÇÃO

Baixe Agora



**MAGIS5**

# CURSO DE PRECIFICAÇÃO

**PC** PreçoCerto

**20% DE DESCONTO  
COM O CUPOM MAGIS20**

**USE SEU CUPOM MAGIS20 AQUI**

