**Conheça os 4 principais métodos de formação de preço**

21/09/2018



**A formação de preço é uma das tarefas mais importantes para a gestão financeira. Ela garante que seu empreendimento seja lucrativo, cubra os custos e, ao mesmo tempo, seja**[**competitivo**](http://conteudo.precocerto.co/comercio-varejista-7-dicas-para-tornar-o-varejo-mais-competitivo/?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost)**e atrativo para os clientes.**

Da mesma forma que um preço muito baixo poderia prejudicar o negócio, um valor muito elevado a anunciar afasta os compradores. A definição certeira sobre o que será cobrado não poderá acontecer por meio de tentativa e erro.

Em vez disso, é necessário empregar os **métodos já consagrados para formar o melhor preço** de acordo com cada necessidade ou preferência.

A seguir, veja quais são os 4 principais métodos para essa composição do valor de venda e entenda como usar cada um deles!

**1. Margem de contribuição**

A margem de contribuição é a mais recomendada técnica para formação de preço. Ela determina o quanto “sobra”, dentro do custo de venda, após serem descontados custos e despesas variáveis.

Ela é importante porque permite que a empresa estabeleça o quanto deseja ganhar a cada item vendido. De quebra, é indispensável para a tomada de decisão. Mais do que conhecer o montante de lucro, é necessário compreender **quanto o empreendimento vem ganhando a cada processo finalizado**.

Com essa técnica, torna-se possível entender se uma margem está grande ou pequena para determinado produto.

Outra vantagem é que ela é bastante flexível. Se o empreendimento quer se tornar mais competitivo, por exemplo, pode diminuir essa margem, ao menos temporariamente. Já se há a possibilidade de lucrar mais, é possível elevar essa margem.

Basicamente, ela é calculada por:

* **Margem de contribuição = Valor de venda – Custos e Despesas variáveis**

No caso de buscar a porcentagem, a fórmula é dada por:

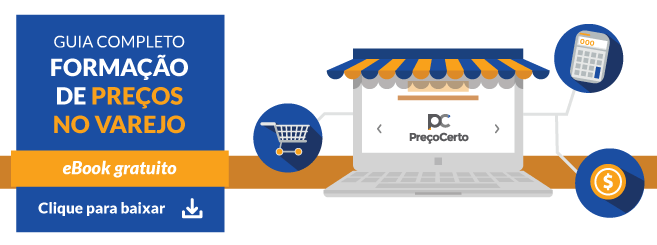
* **Margem de contribuição = (Valor de vendas – Custos e Despesas variáveis) / Valor de venda**

Imagine, por exemplo, que as despesas fixas e variáveis de um produto correspondem a R$ 70,00, entre custos de produção, impostos e de infraestrutura. Caso o empreendimento deseje uma margem de contribuição de R$ 30,00 a cada venda, o número final será dado por:

30 = Valor de venda – 70

Valor de venda = R$ 100,00

Essa abordagem permite não apenas que o negócio cubra as suas despesas em geral, como, ainda, obtenha uma margem líquida em cima de cada item que é vendido. Utilizado corretamente, este método ajuda o empreendimento a conquistar melhores resultados.

[](http://materiais.precocerto.co/guia-completo-sobre-a-formacao-de-precos-no-varejo)

**2. Markup**

O [markup](https://fia.com.br/blog/markup/" \t "_blank) corresponde a um método que se baseia nos custos envolvidos em cada produto. O objetivo principal é **encontrar um preço que acoberte essas despesas** e também ofereça o lucro desejado.

Nesse caso, entretanto, não se trata de margem de lucro, mas de uma estimativa que é considerada como sendo a mais adequada para o negócio. A partir do cômputo, encontra-se um índice multiplicador a respeito do custo base.

Seu cálculo é dado pela seguinte fórmula::

* **Markup = 100 / [100 – (DV + DF + LP)]**

As siglas correspondem a:

DV = percentual das despesas variáveis;

DF = percentual das despesas fixas;

LP = percentual do lucro desejado.

Imagine, por exemplo, que dentro de um produto as despesas variáveis correspondem a 15%, enquanto as [despesas fixas](http://conteudo.precocerto.co/6-dicas-para-reduzir-custos-fixos-na-sua-empresa/?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost) ficam em torno de 20%. O lucro pretendido, por sua vez, é de 25%. Nesse caso, a fórmula é dada por:

Markup = 100 / [100 – (15 + 20 + 25)]

Markup = 100 / [100 – 60]

Markup = 100 / 40

Markup = 2,5

Se o seu produto tem um custo unitário de R$ 70,00, então o preço formado deverá ser de R$ 175,00, segundo esse método.

**3. Pesquisa de preços**

A pesquisa de preços corresponde ao **levantamento dos preços que são praticados pela concorrência** para a venda direta. Esse método de precificação serve para quando a empresa quer se manter com destaque no mercado e *o quanto* o item custa, é o maior diferencial do negócio.

Para isso, é necessário começar definindo quais concorrentes serão acompanhados. Alguns deles podem cobrar valores muito elevados e não representarem uma ameaça para o empreendimento.

Feito isso, é necessário levantar os preços em diferentes momentos dos produtos desejados. A intenção é adquirir a máxima quantidade de dados possível, já que, assim, a análise se torna mais precisa.

Na sequência, devem-se encontrar as **médias do que é cobrado** e, também, quais são os mais altos e mais baixos praticados. Organize todos os dados, identifique quais são as maiores ameaças e analise quais mudanças devem ser feitas.

Porém, é importante ter cuidado. **Não adianta apenas escolher o preço mais barato para precificar**, já que isso pode [prejudicar a saúde financeira da empresa](https://conteudo.precocerto.co/precificacao-de-produtos-voce-esta-fazendo-isso-errado/).

Esse método de formação de preço, portanto, não deve ser o único a ser levado em consideração e deve servir apenas como um apoio!

**ENTENDA TUDO SOBRE PRECIFICAÇÃO**

* [Como saber margem ideal dos produtos que vendo?](https://conteudo.precocerto.co/margem-ideal-dos-produtos/)
* [Preço de venda não deve nascer do seu custo!](https://conteudo.precocerto.co/preco-de-venda-nao-nasce-de-custo/)
* [Diminuição de capital de giro: melhores práticas de mercado](https://conteudo.precocerto.co/diminuicao-de-capital-de-giro/)

**4. Fórmula baseada no lucro**

Outra forma de chegar ao [preço de venda](http://conteudo.precocerto.co/preco-de-venda-como-calcula-lo-corretamente/?utm_source=blog&utm_campaign=rc_blogpost) é se baseando no lucro desejado, levando-se em consideração os custos. Para esse caso, será acrescido um determinado valor ao custo do produto para encontrar um montante mínimo para o número final.

A fórmula é dada por:

* **100% Preço de venda = Custo inicial + Percentual das despesas fixas + Percentual de lucro desejado**

Imagine, por exemplo, que o custo inicial do produto é de R$ 50,00 e que suas despesas fixas correspondem a 15%. Já o lucro desejado é de outro 15% do preço de venda. Nesse caso, o valor de vendas será:

100% PV = 50 + 15% PV + 15% PV

100% PV – 30% PV = 50

70% PV = 50

PV = 50 / 0,7

PV = 71,43

De certa forma, é uma abordagem um pouco diferenciada em relação ao markup, mas em que se chega ao mesmo resultado obtido por aquele método. Novamente, nesse caso não é possível estabelecer uma margem de lucro muito grande, o que pode comprometer os resultados pretendidos pela empresa.

Realizar a correta formação de preço é indispensável e, para tanto, alguns métodos estão disponíveis. Apesar de todas as fórmulas serem matematicamente corretas, é preciso ter contexto, já que há questões como alta da inflação, concorrência ou novas necessidades do empreendimento.

REFERENCIANDO O SITE : https://conteudo.precocerto.co/conheca-os-4-principais-metodos-de-formacao-de-preco/