

# CÁLCULO DO PREÇO DE VENDAS

O cálculo do preço final de vendas de produtos e serviços é extremamente importante para o êxito comercial de qualquer empreendimento. Este preço final opera sobre uma balança muito tênue entre lucratividade e competitividade no mercado, e neste infográfico você entenderá melhor como estimar o cálculo do valor final de maneira mais assertiva.



## Como o preço final de vendas é calculado?

Todo empreendimento comercial tem finalidade lucrativa. Entretanto, não equilibrar os custos em relação à concorrência pode deixar o seu preço final pouco competitivo, bem como fazer com que seus produtos fiquem parados na prateleira ou, no caso de empresa de serviços, sem demandas de clientes.

De forma geral, o preço final é composto pela seguinte equação:

$$\text{Preço de Venda} = \text{custos} + \text{margem de lucro}$$

Entretanto, não equilibrar estes custos quanto à concorrência pode deixar o seu preço final pouco competitivo, deixando produtos parados na prateleiras e serviços de clientes.

## Custos totais

Quando se estabelece valor para um produto, é preciso levar em conta os custos totais, que são compostos pela soma de:

- Custos fixos;
- Custos variáveis;
- Custos diretos;
- Custos indiretos.

A soma de todos estes custos é um valor mais estável, que pode ser alterado quando, por exemplo, a empresa troca de fornecedor, adquire novos equipamentos, contrata/demite funcionários ou toma qualquer outra ação que interfere diretamente nos custos.

## Margem de lucro

A margem de lucro é algo estabelecido pela empresa de acordo com seu posicionamento no mercado. Fatores que influenciam na margem de lucro são, principalmente:

- Força da concorrência;
- Momento da economia;
- Poder aquisitivo dos clientes;
- % de market share da empresa (presença no mercado);
- Momentos de expansão ou retração empresarial;
- Mudança de política corporativa.

Normalmente, as despesas de um empreendimento, como gastos administrativos e todo dinheiro que não seja utilizado para fins operacionais, não são levadas em conta na precificação direta de produtos e serviços, sendo considerados como saídas deduzidas da receita bruta da empresa.

As empresas buscam constantemente aprimorar processos para oferecer um preço final mais acessível ao mercado. Se reduzem custos, podem oferecer uma precificação mais atraente sem que seja necessário sacrificar a margem de lucro.

As promoções são realizadas de maneira extraordinária para que, mediante sacrifício de parte do lucro, a empresa compense as perdas com grande volume de vendas, ou tome ações com a finalidade de queimar estoque e minimizar prejuízos.

### Quer saber mais? Assista aos vídeos

- Como CALCULAR o PREÇO DE VENDA do produto e serviço?  
<https://youtu.be/ECZgh2ShdAo>
- Como formar preço e o que muda com a aceitação de cartões?  
<https://youtu.be/NoN2-LBL6xo>