



Como definir preço de venda?



Como definir preço de venda?

© 2018. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Todos os direitos reservados
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Unidade de Desenvolvimento de Produtos e Cultura Empreendedora
SGAS 605 – Conjunto A – CEP: 70200-904 – Brasília/DF
Telefone: 0800 570 0800 www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Robson Braga de Andrade

Diretor-Presidente

Guilherme Afif Domingos

Diretora Técnica

Heloisa Regina Guimarães de Menezes

Diretor de Administração e Finanças

Vinicius Lages

Unidade de Desenvolvimento de Produtos e Cultura Empreendedora

Gerente

Mirela Malvestiti

Gerente Adjunta

Olívia Mara Ribeiro Castro

Equipe Técnica

Roseley Silva de Oliveira

Autor

Adalberto de Sousa Luiz

Metodologia Educacional

Thelmy Arruda de Rezende

Editoração

Lourdes Hungria

Luciana Rodrigues

Jéssica Martins

Revisão Ortográfica

Discovery – Formação Profissional Ltda. – ME

Projeto Gráfico

iComunicação

Adaptação de Projeto Gráfico e Diagramação

Editorar Multimídia

L952c

Luiz, Adalberto de Sousa.

Como definir preço de venda? / Adalberto de Sousa Luiz; Thelmy Arruda de Rezende (colaboradora). – Brasília : Sebrae, 2018.
43 p. il., color.

Bibliografia.

ISBN

1. Definição de preço. 2. Estratégia de preço. 3. Gestão empresarial. I. SEBRAE II. Rezende, Thelmy Arruda de (col.) III. Título

CDU – 658.8

Sumário

1	Como definir preço de venda?.....	7
2	Saber formar preço	9
3	Conhecendo os gastos do seu negócio.....	11
4	Administrar de forma sustentável	12
5	Cinmercado - Parte 1	16
6	Cinmercado - Parte 2	20
7	Margem de contribuição.....	23
8	Cinmercado - Parte 3	25
9	Preço de venda	27
10	Ponto de equilíbrio operacional.....	31
11	Glossário	42
12	Referências.....	43

O grande sábio e filósofo grego Sócrates, dizia “Só sei que nada sei”.

Essa é uma forma para lembrar que o saber não tem limites. Que sempre é possível aprender algo, saber um pouco mais.

Por isso, as informações que aqui trazemos vêm somar ao conhecimento que você já possui, ao saber que você vem assimilando ao longo da vida.

O empreendedorismo não é uma ciência exata, mas tem a sua ciência, a sua arte, o seu saber.

E não existe uma receita pronta para alcançar o sucesso, mas você pode aprimorar as suas habilidades, comportamentos e atitudes para chegar aos seus objetivos.

Assim, você poderá transformar o seu aprendizado na arte de empreender!

1 Como definir preço de venda?

Alcançar sucesso é o objetivo de todas as pessoas que empreendem. Mas transformar em realidade o sonho de ter um negócio próprio requer dedicação, informação, planejamento, organização, recursos e uma boa administração

A série de **Cartilhas MEI** traz para o dia a dia do empreendedor conceitos gerenciais e ferramentas de gestão, com o objetivo de orientar desde os primeiros passos.

A cartilha Como definir preço de venda? reúne informações que podem contribuir para a condução empresarial de forma planejada e estratégica, apresentando orientações e instrumentos para uma gestão empreendedora.

Como o saber não tem limites, buscar formas de aprimorar os conhecimentos é sempre uma boa decisão. Isso possibilita ampliar a visão, alcançar novas percepções e impulsionar mudanças significativas na própria realidade.

Por isso, além desse tema sobre *como definir preço de venda?*, conheça toda as outras temáticas da série:

1. Como planejar o meu negócio?
2. Como administrar um pequeno negócio?
3. Como aumentar suas vendas?
4. Como encontrar bons fornecedores?
5. Como controlar o fluxo de caixa?
6. Como expandir os seus negócios?

7. Como agir de maneira empreendedora?
8. Como unir forças para crescer?
9. Como vender pela internet?
10. Como selecionar e contratar pessoas?

A intenção é contribuir para que você aprimore as suas habilidades empreendedoras, faça uma boa administração e simplifique a gestão para fortalecer a sua atividade e crescer.

Por isso, aproveite bem as informações que estão agora ao seu alcance e conte sempre com o Sebrae para empreender confiante e bem informado.

2

Saber formar preço

Desejamos sucesso nos seus negócios!

A prática do comércio é tão antiga que no período entre 8000 e 3000 anos antes de Cristo (a.C.) já se faziam registros contábeis de transações de compra e venda.

Desde aquela época, a característica principal dos comerciantes era saber comprar bem seus produtos ou insumos para vender e obter lucro.

Para vender bem produtos ou serviços com o lucro desejado, não basta oferecer qualidade, bom atendimento e pontualidade na entrega.

É preciso saber comprar bem e conhecer detalhadamente os gastos exatos com cada produto.



Você também precisa estimar o quanto quer ganhar na negociação de venda e, principalmente, por quanto é que terá que vender para poder obter o lucro desejado.

Não é novidade para ninguém que quem dita o preço dos produtos é o mercado. Deste modo, é importante saber exatamente o quanto se ganha em cada venda, de preferência antes que ela seja realizada.

Nesta cartilha você vai encontrar informações e indicações de ferramentas que podem ajudá-lo a formar seus preços de venda, entender a estrutura dos gastos do seu negócio e obter dicas para tornar o seu negócio rentável.

3

Conhecendo os gastos do seu negócio



Muitos empreendedores iniciam uma atividade empresarial fazendo alguma coisa que gosta e que conhece bem. Às vezes procuram atuar em ramos que fazia no emprego que tinha, como cozinhar, construir casas, costurar etc., ou algo que tenha criado.

Se por um lado, a qualidade o produto ou do serviço é importante para o sucesso do negócio, por outro lado controlar o dinheiro é igualmente imprescindível.

Apesar disso, é comum o dono do negócio misturar contas pessoais (da casa e da família) com as da empresa.

Nem precisa dizer que o resultado dessa prática é muito ruim e pode comprometer o equilíbrio do negócio. Se a confusão de contas persiste ao longo do tempo, em algum momento você percebe que o dinheiro vai faltar e será obrigado a desistir do seu projeto.

Administrar de forma sustentável

É preciso saber administrar o seu empreendimento de forma responsável e sustentável.

O primeiro passo é organizar as contas, separando o que é gasto particular daquilo que é gasto do negócio.

Contudo, às vezes isso não é tão simples porque em algumas situações as coisas se confundem de tal maneira que realmente fica difícil fazer a separação, até porque, em certos casos isso requer mudança de atitude do empresário e de membros da sua família.

Isso fica mais claro quando você nota, por exemplo, a rotina de um empresário que usa o carro da empresa para levar os filhos na escola. Nesse caso, a despesa é familiar (particular), mas o gasto com o combustível geralmente entra na conta da empresa.

Outro exemplo de atitude corriqueira que evidencia essa mistura de contas é quando o proprietário repõe estoque de mantimentos de casa com parte das compras de suprimentos do restaurante.

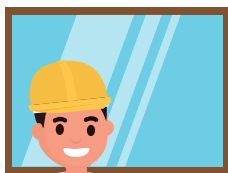
É importante que o empresário perceba que o dinheiro da empresa é da empresa. A sua remuneração é o pró-labore, cujo valor é limitado ao salário que seria pago a alguém contratado para fazer o que ele faz. Fora isso, o dono do negócio é remunerado por uma parte do lucro, a partir do momento em que a empresa já esteja em condições de repartir o lucro.

Até que a empresa esteja forte o suficiente, o negócio precisa receber o aporte de recursos para ganhar força e se consolidar.



Dica!

Participe da oficina Controlar Meu Dinheiro. Lá você aprenderá sobre como separar os seus gastos com os da empresa e também a dedicar-se ao fluxo de caixa.



A minha oficina funciona na garagem da minha casa. Como separo o valor do aluguel?

Nesse caso, o gasto com o pagamento do aluguel deve ser considerado:

() Gasto pessoal () Gasto do empreendimento



Fique atento!

Se o dinheiro do aluguel sair inteiramente da sua empresa, poderá ser entendido como um gasto efetuado com o negócio, pois é de lá que sairá o dinheiro para seu pagamento.

Se o dinheiro para o aluguel sair parcialmente da empresa, então a parte que sair do negócio pode ser entendida como gasto do negócio.

Para exercitar, anote na tabela a seguir os seus gastos pessoais e os gastos com o seu negócio.

Assim, você poderá identificar com mais facilidade os tipos de gastos e a sua finalidade.

Meus gastos pessoais	Valor (R\$)	Gastos da minha empresa	Valor (R\$)

Você percebeu que alguns gastos são feitos o tempo todo e que outros acontecem com menor frequência?

Afinal, o que são gastos?



Cinemarkado - Parte 1

João e Aline



João e Aline trabalham juntos.

Aline é Microempresendedora Individual, uma costureira de “mão cheia”, e João, seu empregado, vende as roupas que Aline produz em uma pequena loja que ela aluga. Todo mês ela precisa guardar dinheiro para comprar linha, botão, zíper e outros aviamentos para produzir as roupas. Esses produtos têm um custo.

Todo mês ela também precisa guardar dinheiro para pagar o aluguel e as obrigações de MEI, assim como os encargos e o pagamento de seu empregado. Além disso, ela se preocupa em ter uma reserva para

custear o conserto dos equipamentos que usa para a produção das roupas. Aline tem, portanto, algumas despesas para fazer a gestão do seu negócio.

Os gastos são considerados custos quando os recursos são utilizados para a produção de um bem ou um serviço. Por exemplo, confeccionar um vestido.

Os gastos são considerados despesas quando os recursos são utilizados para a gestão do empreendimento. Por exemplo, pagar a conta de luz da loja.

Os gastos são, portanto, os recursos consumidos no empreendimento para comprar algum produto ou serviço para a produção e a gestão do negócio.



Gastos

Ao fazer o levantamento dos gastos do seu negócio, Aline constatou que alguns gastos repetem-se todos os meses, como o aluguel, a conta de luz, o condomínio etc. Outros só acontecem quando ela precisa repor o estoque ou para comercialização, como, por exemplo, comprar papel de presente para embrulhar as roupas, comprar cabides, tecidos etc.

Esses gastos têm nomes diferentes:

- Gastos fixos: são os gastos que existem mesmo que nenhum produto ou serviço seja comercializado em um determinado período. Ex.: aluguel, água, luz, telefone;
- Gastos variáveis: são gastos que só existirão caso ocorra produção e/ou comercialização de algum produto ou serviço. Ex.: embalagens, tecidos, aviamentos.

Você percebeu que os gastos fixos são do empreendimento, e não dos produtos e serviços?

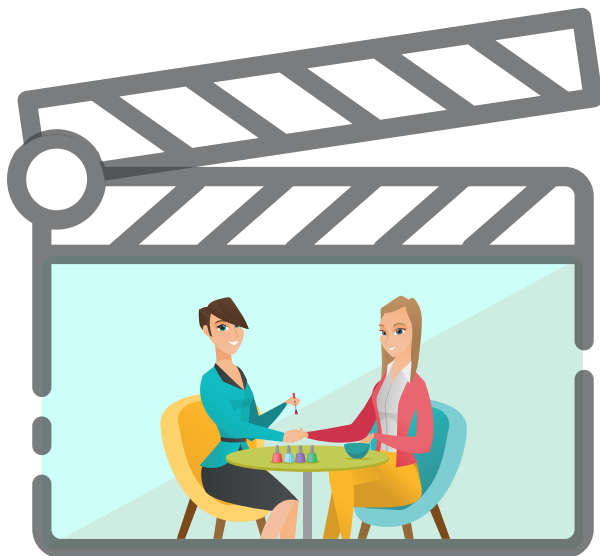
Por isso você precisa ter um cuidado especial com a gestão do seu empreendimento, para que os gastos fixos não fiquem tão altos a ponto de inviabilizar o seu negócio.



É necessário fazer a previsão dos gastos, ou seja, é preciso planejar.

Mas, como fazer isso?

O dia a dia de uma manicure MEI



Imagine o dia a dia de uma manicure.

Todas as vezes que ela fizer as unhas de um(a) cliente, terá que usar os produtos necessários para realizar esse trabalho: palito, lixa, esmalte, óleo secante, acetona etc. Esses produtos têm um custo. Mas como medir o quanto é gasto de esmalte, de óleo secante, de acetona, por exemplo?

Fácil! A partir de anotações e da experiência, ela saberá “quantas unhas” conseguirá fazer com um vidro de esmalte. Claro que sempre será uma média, podendo variar um pouquinho para cima, um

pouquinho para baixo, pois nem todo mundo tem as unhas do mesmo tamanho.

Tendo esse cuidado de anotar e observar, durante um mês, quantos dias duram um vidro de acetona, um pacote de algodão ou um vidro de esmalte é possível saber quais produtos e quais quantidades devem ser comprados a cada 30 dias.

Fazendo essa estimativa de custo fica mais fácil definir o quanto precisará reservar todo mês para repor os produtos que utilizará para fazer o seu trabalho.

Essa estimativa deve ser feita, também, em relação aos seus gastos pessoais.



Dica!

Para você se organizar melhor, é importante planejar uma retirada fixa mensal para ser o seu salário. Ou seja, seu pró-labore. É com esse dinheiro que você deve custear as suas despesas pessoais. Mas não se esqueça de considerar o seu salário, seu pró-labore, como um custo fixo do seu negócio!



Na prática!

Para exercitar

Na primeira tabela você separou os seus gastos pessoais dos gastos com o seu empreendimento.

Agora você vai relacionar os gastos que são fixos e os que são variáveis do seu negócio.

Gastos do negócio	Valor fixo (R\$)	Valor variável (R\$)

Margem de contribuição

Margem de contribuição?



A maior preocupação dos empresários é fechar o mês sem dever ninguém. Para isso, eles precisam ter dinheiro para cobrir os seus custos fixos e variáveis.

Esse dinheiro não aparece como resultado de uma mágica, mas de como o empresário administra o seu negócio, de modo que a cada mês você tenha uma margem de contribuição, que é obtida com a venda do seu produto ou serviço.

Mas, por que esse nome “margem de contribuição”?

Isso tem um sentido:

- Margem – porque é a diferença entre o valor da venda (preço de venda) e os valores das despesas e dos custos específicos destas vendas, ou seja, valores também conhecidos por custos variáveis e despesas variáveis da venda;
- Contribuição – porque representa em quanto o valor das vendas contribui para o pagamento das despesas fixas e também para gerar lucro.

O termo margem de contribuição tem um significado igual ao termo ganho bruto sobre as vendas. Isso indica o quanto sobra das vendas para que a sua empresa possa pagar suas despesas fixas e gerar lucro.

Para encontrar a margem de contribuição, é preciso realizar a seguinte conta:

Margem de contribuição = valor das vendas – (custos variáveis + despesas variáveis)

Para isso, você precisa saber por quanto comprou a matéria-prima para fazer o seu produto ou oferecer o seu serviço. Também precisa saber por quanto seus concorrentes estão vendendo este mesmo produto ou serviço.

Cinemercaado - Parte 3

Custos e Preço de Venda

Como Microempreendedora Individual, a costureira Aline precisa adquirir tecidos e acessórios para executar o seu trabalho.



Para fazer um vestido, ela comprou alguns produtos (matéria-prima) – tecido, botões, zíper, carretel de linha – e gastou R\$ 30,00. Esse é o gasto unitário do seu produto. Aline pesquisou nas lojas próximas à sua quanto estava sendo cobrado em um vestido bem parecido com o que ela produziu e constatou que o valor era R\$ 150,00.

Para calcular a margem de contribuição aplicada neste caso, teremos:

$$\text{Margem de contribuição} = 150,00 - 30,00 = \text{R\$ } 120,00$$

Se ela vender o seu vestido pelo mesmo valor, depois de retirar o que gastou com a compra da matéria-prima, terá de sobra R\$ 120,00, que correspondem à margem de contribuição. Esta margem corresponde a 80% do valor da venda.

Isso significa que a cada vestido vendido ela poderá contar com R\$ 120,00 para cobrir os seus gastos fixos.

Entretanto, talvez os clientes da loja de Aline não achem o preço de R\$ 150,00 atrativo. Neste caso, ela terá que calcular o preço do vestido com uma margem de contribuição menor, por exemplo, 60%. Então, como calcular o preço de venda do produto?

É o que você verá a seguir.

Preço de venda

Formação do preço de venda

$$\text{PREÇO DE VENDA} \left[= \frac{\text{Gastos variáveis unitários (em R\$)}}{(100\% - \text{Margem desejada}^*) \text{ (em\%)}} \right] \times 100$$

Aplicando essa fórmula e substituindo os valores, considerando a margem de 60%, teremos:

$$\begin{aligned} \text{Preço de venda: } & 30 : (100 - 60) \times 100 \\ \text{Preço de venda} & = 30 : 40 \times 100 \\ \text{Preço de venda} & = 0,75 \times 100 \\ \text{Preço de venda} & = 75 \end{aligned}$$

Veja esse outro exemplo:

José vende doces.

Ele pagou R\$ 2,00 por cada doce.

A embalagem custa R\$ 0,20.

Ele gastou por cada doce embalado R\$ 2,20.

Se ele quiser uma margem de 30% sobre a venda, quanto deverá cobrar por cada doce?

$$\text{Preço de venda} = \text{R\$ } 2,20 : 100 - 30 \times 100$$

$$\text{Preço de venda} = \text{R\$ } 2,20 : 70 \times 100$$

$$\text{Preço de venda} = 0,031429 \times 100$$

$$\text{Preço de venda} = \text{R\$ } 3,14$$

Cada doce deverá ser vendido por R\$ 3,14.

Tirando a prova para verificar:

Preço da venda R\$ 3,14

Menos:

Gasto com o doce.....R\$ 2,00

Gasto com a embalagem..... R\$ 0,20

Sobram R\$ 0,94

A margem é de R\$ 0,94, que corresponde a 30% do preço da venda.

Para formar o preço de venda, utilizamos somente os gastos variáveis para cada produto ou serviço e uma margem desejada sobre essa mesma venda. Para isso, é preciso “determinar” a margem a ser aplicada na formação do preço de venda que você deseja.



Fique atento!

Nem sempre a margem que você quer é a que se pode praticar, pois dependendo do quanto de margem você definir, o seu produto pode encarecer demais, afugentando os clientes.

Existe uma outra ferramenta que você pode usar para calcular o preço de venda de produtos que têm seus preços uniformes, ou seja, iguais. É o conceito de markup.

Trata-se de um método de precificação com base no custo, que acaba sendo muito utilizado pela praticidade do cálculo na hora da venda. Desta forma, você pode trabalhar com mais de um markup por produto, dependendo do lucro a ser estimado.

Para calcular o markup você pode usar a seguinte fórmula:

$$\frac{\text{Preço de venda}}{\text{Valor do produto}} = \text{markup}$$

Então, se o preço de venda do doce comercializado pelo José é R\$ 3,14 e o valor de aquisição com produto foi R\$ 2,20, teremos:

$$\text{Markup} = \frac{3,14}{2,20} = 1,43$$

De uma forma simplificada, se você multiplicar o quanto gastou para comprar ou produzir por 1,43, chegará no preço de venda: R\$ 2,20 x 1,43 = R\$ 3,14.

Pronto!

Agora que você já aprendeu a calcular o preço de venda, pode refletir se ele está adequado ou não à realidade de mercado, se ele está acima, igual ou abaixo de seus concorrentes.



Fique atento!

Se o seu preço de venda estiver muito diferente do preço dos concorrentes existem algumas explicações:

- a) Os valores pagos aos fornecedores (maiores ou menores);
- b) A margem que estabeleceu para o produto pode estar muito alta ou muito baixa;
- c) A qualidade do produto ou serviço (um produto com qualidade maior geralmente custa mais caro porque os gastos com a sua produção são maiores);
- d) A quantidade vendida a determinados clientes em negociações específicas;
- e) Os valores das embalagens;
- f) A percepção que o cliente tem pelos seus produtos ou serviços. Se são diferenciados, a margem sempre poderá ser maior que a da concorrência, e os clientes pagarão.

Você já sabe como se calcula a margem de contribuição e markup.

Que tal agora se concentrar para entender o ponto de equilíbrio operacional?

Mãos à obra!

10

Ponto de equilíbrio operacional

Calculando o ponto de equilíbrio operacional



A partir do momento em que você calcula o preço de venda do seu produto, conhece a sua margem média praticada e tem total consciência de seus gastos fixos, poderá, então, estimar, aproximadamente, quanto tem que vender no período para não ficar no prejuízo.

Você tem que gerar em suas vendas a margem de contribuição suficiente para cobrir os gastos fixos do seu negócio.

Essa margem de contribuição deve permitir a cobertura de suas despesas, de modo que haja um empate. Quando isso acontece, você encontrou o ponto de equilíbrio operacional para operar o seu negócio sem prejuízos.

Calcular o ponto de equilíbrio operacional é muito importante e vai lhe ajudar a ser vigilante sobre qual margem praticar e também para que você possa rever seus gastos fixos.



Fique atento!

- Quanto maior os gastos fixos, maior o volume de vendas necessário para que o negócio empate.
- Quanto maior a margem, menos volume de vendas para que se chegue ao equilíbrio.

CALCULANDO:

$$\text{PONTO DE EQUILÍBRIO} \left[= \frac{\text{Gastos fixos (em R\$)}}{\text{Margem média (em \%)}} \right] \times 100$$

Voltando ao exemplo do negócio de doces do José:

Supondo que José tenha R\$ 1.000,00 de gastos fixos no mês, quanto ele precisaria vender dos seus produtos se a sua margem média é de 30%?

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \text{R\$ } 1.000,00 : 30\% \times 100$$

Calculando o ponto de equilíbrio operacional, teremos:

$$\text{Ponto de equilíbrio} = 33,33 \times 100$$

O ponto de equilíbrio do negócio do José é de R\$ 3.333,00!

E você? Já consegue calcular o ponto de equilíbrio operacional do seu negócio?

Preencha o quadro a seguir com as informações do seu negócio:

Gastos fixos do empreendimento (R\$)	R\$ _____
Divida o valor dos gastos fixos pela margem de contribuição média do empreendimento (%)	_____ %
Qual foi o resultado?	_____
Agora multiplique o valor encontrado por 100	_____
O resultado é igual ao ponto de equilíbrio operacional	R\$ _____



Dica!

Conhecendo seus gastos fixos e variáveis e estipulando a margem que deseja, você conseguirá formar o preço de venda e poderá:

- Buscar a negociação com seus fornecedores para comprar por menos (baixarem o preço);
- Procurar outros fornecedores com preços mais atrativos;
- Diminuir sua margem quando o cliente quiser comprar uma quantidade maior (sem ter prejuízo);
- Calcular quanto irá precisar faturar por mês para “empatar”, sabendo sua margem média.

A partir daí, toda margem gerada será seu lucro!

Para conhecer o seu lucro, é só fazer o seguinte cálculo: vendas totais (VT) menos gastos variáveis totais (GVT) é igual à margem (sobra) total (MT) menos gastos fixos (GF), que é igual ao seu lucro.

Resumindo:

$$\begin{aligned}VT - GVT &= MT \\ MT - GF &= \text{LUCRO}\end{aligned}$$



Saibamais!

Participe da oficina Planejar. Lá você aprenderá como planejar seu negócio.



Lembre-se!

Nesta cartilha, você aprendeu:

- Que o sucesso do seu negócio depende de um bom planejamento dos custos, começando pela identificação e pela separação entre gastos pessoais e gastos do seu empreendimento;
- Que é importante classificar os gastos fixos e os gastos variáveis do seu negócio;
- Que é necessário definir a margem de contribuição para a formação do preço de venda;

- Como se forma o preço de venda de um produto e conheceu como os gastos variáveis e a margem de contribuição são usados para a formação do preço de venda;
- Que o ponto de equilíbrio operacional indica se o seu negócio pode ser lucrativo ou não;
- Que sem saber qual o seu ponto de equilíbrio não conseguirá saber a partir de qual faturamento a sua empresa passará a ter lucro.



Horadojogo!

O quanto você aprendeu?

Preencha as lacunas conforme as perguntas a seguir.

1						S													
2						E													
3						I													
4						F													
5						O													
6						R													
7						M													
8						A													
9						R													
10						P													
11						R													
12						E													
13						Ç													
14						O													

- 1 – Recursos consumidos em um empreendimento.
- 2 – Recurso utilizado para fazer a gestão do empreendimento.
- 3 – Uma boa gestão começa com a separação dos gastos pessoais e dos gastos do _____.
- 4 – Gastos que existem mesmo que nenhum produto seja comercializado.
- 5 – Recursos utilizados para a produção de um bem ou de um serviço.
- 6 – Fazer a previsão dos gastos evita _____.
- 7 – Nome dado à taxa ou ao valor que indica o quanto o preço de venda do produto está acima do seu custo de produção.
- 8 – Gastos para adquirir matéria-prima para a produção são classificados como custo _____.
- 9 – Índice (margem) definido pelo empresário para cobrir os seus custos fixos e variáveis.
- 10 – Gastos feitos para custear as despesas do proprietário do negócio.
- 11 – Gasto que é gerado quando há produção e/ou comercialização de algum produto ou serviço.
- 12 – A margem de contribuição deve _____ com os gastos fixos, para que ocorra o ponto de equilíbrio operacional.
- 13 – Valor atribuído ao produto para ser comercializado.
- 14 – Despesas com impostos são classificadas como custos _____.



Avalie!

Após a leitura desta cartilha, você considera que recebeu informações relevantes que ajudam a compreender mais como definir o preço de venda dos seus produtos ou serviços?

() Sim () Não



Saibamais!

Conheça outros temas importantes para o Empreendedor:

SEI
Público-alvo: Microempreendedores Individuais.
Objetivo: capacitar os Microempreendedores Individuais por meio de um conjunto de produtos e serviços específicos para melhorar a gestão de seus negócios e promover sua consolidação no mercado.

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Comprar	Para quem quer comprar bem, adquirir o que necessita com qualidade, preços e prazos de pagamento favoráveis às necessidades de seus clientes e aumentar a lucratividade. Tudo isso mantendo uma boa relação com seus fornecedores.	<ul style="list-style-type: none">• Oficina presencial: 4 horas;• Capacitação a distância via internet: 15 dias;• Capacitação via celular (SMS): 30 dias;• Audiolivro;• Cartilha impressa.

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Controlar Meu Dinheiro	Aprenda sobre finanças e como controlar o dinheiro da empresa e o fluxo de caixa. Entenda a diferença entre o seu dinheiro e o da empresa e saiba elaborar o controle diário de entradas e saídas do seu negócio.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 6 horas: 1º encontro – 4 horas; 2º encontro – 2 horas. • Capacitação a distância via internet: 15 dias; • Capacitação via celular (SMS): 30 dias; • Audiolivro; • Cartilha impressa.
Empreender	Descubra mais sobre o seu potencial empreendedor e aprenda a agir de forma consciente e responsável na tomada de decisões do seu próprio negócio.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas; • Capacitação a distância via internet: 15 dias; • Capacitação via celular (SMS): 30 dias; • Audiolivro; • Cartilha impressa.
Planejar	Aprenda a planejar o seu negócio. Saiba quando fazer mudanças para se adaptar às necessidades do mercado, dispor de produtos e serviços com qualidade e ampliar as possibilidades de crescimento sustentável.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas; • Capacitação a distância via internet: 15 dias; • Capacitação via celular (SMS): 30 dias; • Audiolivro; • Cartilha impressa.
Unir Forças para Competir	Quando você trabalha com outras pessoas que exercem as mesmas atividades que a sua, fica mais fácil superar problemas, desafios e necessidades comuns. Descubra as vantagens de empreender coletivamente no seu setor.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas; • Capacitação a distância via internet: 15 dias; • Capacitação via celular (SMS): 30 dias; • Audiolivro; • Cartilha impressa.

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Vender	Para você pensar o seu negócio, entender o mercado, se adequar às necessidades de seus clientes e, com isso, ampliar as possibilidades de crescimento.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas; • Capacitação a distância via internet: 15 dias; • Capacitação via celular (SMS): 30 dias; • Audiolivro; • Cartilha impressa; • Kit educativo (telessala): 24 horas; • Boas Vendas! Como Vender Mais e Melhor no Varejo.
Administrar	Aprenda a gerir o seu negócio, ter total controle e visão para alcançar bons resultados. Trabalhar de forma integrada a gestão, as finanças, o mercado e tudo o que envolve a sua empresa. Saiba como traçar o caminho em direção ao sucesso.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 8 horas; • Kit educativo (telessala): 24 horas; • Aprender a Empreender; • Aprender a Empreender – Serviços.
Crescer	Auxilia o Microempreendedor Individual em tomadas de decisões acerca de permanecer no patamar do negócio em que está ou passar para um patamar de Microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas.
Formar Preço	Possibilita uma visão clara dos efeitos de uma correta formulação do preço de venda, bem como sua influência direta na obtenção do equilíbrio do negócio e, posteriormente, na geração do lucro.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas.
Clicar	Capaz de subsidiar o Microempreendedor Individual que tem necessidade de utilizar informações em gestão de negócios constantes na web.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas.
Inovar	Sensibilizar e estimular o Microempreendedor Individual para inovar em seu negócio.	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina presencial: 4 horas.

Produto/serviço	Objetivo	Modalidade/formato
Ser Sustentável	Identificar as dimensões da sustentabilidade possíveis de serem aplicadas na empresa, acreditar na importância de aplicar na empresa práticas sustentáveis e elaborar as práticas sustentáveis possíveis de serem aplicadas em cada empresa, visando aos ganhos financeiros e à melhoria do desempenho socioambiental. Esse texto não deve ser alterado, trata-se de referência descrita por outro autor.	• Oficina presencial: 4 horas.
Produzir Alimento Seguro	Orientar Microempreendedores Individuais do setor de alimentação que desejam implantar procedimentos que garantam a qualidade higiênico-sanitária e a conformidade dos alimentos e das embalagens para alimentos, de acordo com a legislação existente para o setor, com destaque para a RDC nº 49 da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).	A SEI Produzir Alimento Seguro tem 13 horas. Carga horária total: 13 horas: a) Oficina presencial 1 (4h) – encontro sala de aula – Boas Práticas (grupo); b) Orientação individual 1 (1h) – Empresa (individual); c) Oficina presencial 2 – (4h) – encontro sala de aula – Boas Práticas (grupo); d) Orientação individual 2 (3h) – Empresa (individual);
Design	Contribuir com informações específicas e necessárias que permitam ao Microempreendedor Individual ter acesso às vantagens competitivas que o design proporciona. Fazendo uso de princípios de eficiência e de produtividade, o design permite melhorar o desempenho de qualquer atividade econômica, de todos os portes. A oficina pretende facilitar o entendimento da ferramenta design, como ter acesso e o que esperar do design.	• Oficina presencial: 4 horas.

Acesse o Portal Sebrae, disponível em: <www.sebrae.com.br>, ou entre em contato por meio do telefone 0800 570 0800.

Gabarito das palavras cruzadas

Aqui as palavras devem ser mantidas em realce por ser gabarito.

1						S									
2						E									
3						I									
4						F									
5						O									
6						R									
7						M									
8						A									
9						R									
10						P									
11						R									
12						E									
13						Ç									
14						O									

Custos: gastos efetuados exclusivamente na produção de um bem ou de um serviço.

Despesas: gastos efetuados nas gestões de vendas administrativas e financeiras de alguma entidade.

Gastos: evento em que há transação de compra de algum bem ou serviço. Pode ser uma aquisição de um bem ou de um serviço.

Lucro: resultado das vendas efetuadas no período obtido após a subtração dos gastos variáveis e dos gastos fixos.

Margem de contribuição: valor resultante da subtração do preço de venda praticado pelos gastos variáveis, compreendendo custos e despesas variáveis.

Margem de lucro: margem de contribuição depois de serem cobertos todos os gastos fixos do empreendimento, compreendendo despesas e custos fixos.

Markup: número-índice utilizado para formar o preço de venda de forma simplificada, bastando que se multiplique, por exemplo, o gasto com a compra de um produto por esse fator.

Ponto de equilíbrio operacional: momento em que as vendas totais resultantes das operações igualam-se aos gastos fixos e variáveis totais, compreendendo custos e despesas. Equação com resultado zero, em que não há lucro nem prejuízo.

Preço de venda: valor pelo qual se transaciona a venda de algum produto ou serviço.

Referências

ASSEF, Roberto. Guia prático de formação de preços: aspectos mercadológicos, tributários e financeiros para Pequenas e Médias Empresas. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PAIVA, Paulo Roberto de. Contabilidade ambiental: evidenciação dos gastos com transparência e focada na prevenção. São Paulo: Atlas, 2003.



0800 570 0800 / sebrae.com.br