



Café & Negócios

05 de agosto
8h horas | Sebrae
Av. Mato Grosso, 1661

Aumente seus resultados com as técnicas de pricing

Determinar o preço dos produtos é um processo estratégico, aproveite a oportunidade para preparar sua equipe com quem entende do assunto

Palestrante: **Stella Beluzzi**



logus
SOLUÇÕES

SEBRAE
MARQUESAN



SEBRAE
SEBRAE
SEBRAE



SEBRAE
AMAS



Café & Negócios

AUMENTE SEUS RESULTADOS COM AS
TÉCNICAS DE PRICING

2023-2024-2025

Psicóloga, Pós Graduada em
Administração Financeira

- Criadora do curso de Pós Graduação em Pricing
- Inicialmente em parceria com a Editora Foco e depois com a Editora Foco e a Editora Foco
- Possui experiência em áreas de Gestão, Marketing e Administração Financeira

- Conselheira do Conselho FAPC de Gestão e Administração Financeira

Membro do Conselho Foco e do Conselho de Administração da Editora Foco

Participante do ANAC desde 2015
Conselheira do Conselho FAPC desde 2019
Conselheira do Conselho FAPC desde 2021





Café & Negócios

Conceitos básicos de
Precificação

4 CONCEITOS IMPORTANTES:

Markup

Margem de Lucro

Lucro Líquido

Giro



Café & Negócios

Markup: Fator multiplicador sobre o custo de compra

Mark up:
PC: R\$ 1,00
Mark up: 50%
PV: R\$ 1,00*1,50 = R\$ 1,50

Margem de Lucro: percentual da venda antes das despesas

Margem Lucro Bruto:
PV: R\$ 1,50
PV - PC : R\$ 1,50- R\$1,00
Margem: R\$ 0,50/ R\$ 1,50
Margem: 33,33%

Lucro: é o que sobra no final após as despesas

Lucro Bruto: Preço menos custo do produto

Lucro Operacional: Lucro Bruto menos despesas

Lucro Líquido: Lucro Operacional menos impostos

Giro: velocidade com que o produto gira

Giro de Mercadoria
CMV: R\$ 90.000,00
Estoque Médio: R\$ 30.000,00
Giro: R\$ 90.000,00/R\$ 30.000,00



Café & Negócios

Fatores que influenciam o preço de vendas:

Custo - baseado nos impostos e na negociação

Concorrência - parâmetro de como o mercado trabalha

Fatores que influenciam o preço de vendas:

Valor percebido

É subjetivo

É o valor que cliente acredita que o produto vale, considera benefícios emocionais, funcionais e simbólicos

Ex: Vinho por R\$100,00 numa embalagem sofisticada, de vinícola conhecida, bem exposto, e outro por R\$ 40,00 com mesma qualidade porém desconhecido, embalagem pouco sofisticada e mal exposto



Café & Negócios

Fatores que influenciam o preço de vendas:

Valor agregado

É objetivo

São os benefícios reais incorporados ao produto, qualidade, tecnologia, funcionalidades adicionais

Mostra o que a empresa faz para aumentar o valor do produto

Aqui contam pontos:

Ambiente de loja, atendimento, exposição, iluminação, limpeza

Modelos de Precificação



Café & Negócios

| Método de precificação | Como define preço | Quando usar |
|----------------------------|---|--|
| Baseado no custo | Define o preço com base no custo e margem desejada | Produtos com poucas alternativas, produtos sem substitutos |
| Baseado no mercado | Define o preço analisando a concorrência | Produtos "Newbies", A ou C de varejo |
| Baseado no valor percebido | Define o preço considerando o valor percebido pelo cliente | Produtos premium, orgânicos, gourmet, produtos próprios |
| Baseado nos concorrentes | Define preços de acordo com o preço e qualidade da concorrência | Categorias de preço baixo, novos produtos e promoções |

Precificação Dinâmica & Promoções



Café & Negócios

Ajuste de preços automática ou manual:

- por dia da semana - Dia do Pão Francês
- por categoria - Segunda da Limpeza
- horário - após as 18h00 desconto
- sazonalidade - ofertas em produtos de época
- comportamento do consumidor/ clima
- mudanças nos custos
- validade
- gestão de encalhe

Promoções devem ter tempo determinado e objetivo claro

Políticas de Preço



Café & Negócios

O preço comunica a **identidade da marca**:

- ✓ Supermercado popular? Preço baixo e competitivo
- ✓ Loja premium? Margem maior, foco em valor percebido, experiência e sortimento exclusivo

✓ Política de Preços

Define quando, como e por que os preços dos produtos são revistos e alterados

Garante preços competitivos nos produtos chave

- Tolerância nos preços pesquisados da concorrência, 5%, 10%
- Tolerância nas promoções anunciadas da concorrência
- Quedas na demanda
- Perdas por validade
- Ajustes por sazonalidade



Café & Negócios

✓ Política de Preços

Evita que:

- Produtos fiquem com preço defasado
- Perda de margem por aumento de custo não repassado
- Perda de margem por inércia
- O cliente perceba reajustes abruptos ou incoerentes

✓ Segmentação do Mix com Estratégias de Preço Categoria

Nem todo produto precisa ter a mesma margem

| Tipo de Produto | Estratégia de Pricing | Objetivo |
|-------------------------|------------------------|----------------------------------|
| Produto de tráfego | Preço agressivo | Atrair clientes |
| Produto de imagem | Alinhado ao mercado | Construir percepção de preço |
| Produto de margem | Margem alta | Maximizar lucro |
| Produto de consistência | Preço livre ou premium | Aproveitar oportunidade de lucro |



Café & Negócios

✓ Determinação da margem alvo por categoria

Definir:

- Margem alvo por categoria
- Faixas de mark-up recomendadas por tipo de produto / categoria
- Política de reajuste: quando e como aumentar preços
- Política de promoção: % de produtos promocionais por semana
- Limite de desconto permitido por setor

Ex. Tabela de Margens

| Categoria | Mg Min | Mg Alvo | Mg Max |
|------------|--------|---------|--------|
| Mercearia | 18% | 25% | 30% |
| Bebidas | 15% | 22% | 28% |
| Perecíveis | 25% | 35% | 45% |
| Limpeza | 25% | 30% | 35% |
| Perfumaria | 20% | 30% | 40% |

Pesquisa de Preços



Café & Negócios

TIPOS DE PESQUISA DE PREÇOS:

Pesquisa de alinhamento de preços
Pesquisa de combate a concorrência
Pesquisa para tabloide
Pesquisa de tabloide da concorrência



Pesquisa de alinhamento de preços

- Pesquise as principais categorias da loja em todos os setores
- Coloque o maior número possível de produtos, principalmente os C e D da curva ABC, pode existir oportunidade de aumento de preço
- Faça pelo menos 1 vez a cada 6 meses, ou faça um setor por mês

Na sua cidade ou região quem determina os preços?



Café & Negócios

Pesquisa de combate a concorrência

Escolha os produtos A da Curva ABC e pesquise:

- Item A na sua curva
- O mais barato da categoria
- O mais caro da categoria

- Faça pelo menos 1 vez a cada 15 dias

Garanta que a categoria esta na faixa de preço que a concorrência trabalha

Pesquisa para tabloide

- Pesquise todos os itens que vão para o tabloide ou para a mídia social para não prejudicar sua imagem
- Rotineiramente, sempre que for montar um tabloide

Pesquisa de tabloide da concorrência

Pesquise no sites dos concorrentes os preços que estão praticando nas promoções para não anunciar um preço mais alto.



Café & Negócios

Como evitar a guerra de preços?

Destaque-se pelo valor, não pelo preço

- ✓ Diferenciação de valor em vez de concorrência direta no preço
- Investir na experiência de compra do cliente: atendimento, organização da loja, serviços adicionais, entrega
- Combata categoria não produto
- Oferecer produtos exclusivos ou diferenciados
- Criar marca própria com preços competitivos e melhores margens
- Invista em controladoria de loja
- Revise custos e gestão de perdas
- Melhore a negociação



Café & Negócios

- ✓ Programas de fidelidade e benefícios
- Implementar programas de pontos, cashback ou descontos personalizados
- Clube de descontos com benefícios para clientes frequentes

**Ser competitivo não significa
ser o mais barato ...
Significa oferecer qualidade e
serviços a preço justo**



Café & Negócios



OBRIGADA !!!



Dúvidas:

11 9 9689-7543

stellabeluzzi@uol.com.br

@stellabeluzzi