

## Preço pode derrubar negócio se não houver planejamento



A conta pode parecer fácil, mas se não houver planejamento adequado a definição do preço pode trazer problemas ao negócio

Antes de estipular o preço final para um produto ou serviço oferecido, o empreendedor deve observar algumas variáveis. A conta pode parecer fácil, mas, se não houver o planejamento adequado, pode trazer problemas ao negócio.

"Realmente é muito difícil formatar preços, é quase uma arte. Mas com algumas premissas é possível chegar a um bom valor", afirma José Eduardo Amato Balian, professor de Economia da ESPM, São Paulo. Ele explica que o cálculo deve ter como base não apenas o lucro desejado, mas também todos os custos da empresa, sejam eles fixos, variáveis ou operacionais.

"Não existe uma tabela. O preço é uma questão de sensibilidade, de percepção da aceitação do cliente. Há um componente de tentativa e erro bem forte", aponta José Eduardo. Mas, se o empreendedor precificar errado, pode comprometer o negócio. "Se cobrar muito barato, tem prejuízo porque não cobre os custos. Se cobrar muito caro, não vende", exemplifica.

### Custo e lucro

"O custo é o primeiro passo. A ideia é que ele consiga no mínimo cobri-lo", orienta o professor. Para calcular o valor de custo, o empreendedor deve estar atento aos gastos que podem parecer invisíveis, como taxas de entrega, armazenamento, impostos e encargos (inclusive os anuais).

Na prática, a margem de lucro é o que sobra do valor de venda, menos o custo da mercadoria, do trabalho e das despesas fixas e variáveis. O lucro deve remunerar o capital investido e o mínimo desejável é de 2% a 4%.

### Preço de mercado

Para conseguir um valor justo e que tenha competitividade, o empreendedor deve fazer uma pesquisa de campo para descobrir o preço de mercado. "Ele precisa analisar quanto os concorrentes cobram para ter uma referência de quanto ele deve cobrar", aconselha José Eduardo.

Feita a pesquisa, o próximo ponto que deve ser observado é o tipo de serviço prestado. O mesmo produto pode ser oferecido de formas diferentes, para públicos diversos. "Um exame médico, por exemplo, tem um valor. Se você vai retirar é um, se você recebe em casa é outro. O serviço adicional deve ser cobrado mais caro", exemplifica José Eduardo.

### **Fatores de venda**

Levar em consideração o tipo de cliente e as condições da venda também ajuda na elaboração do preço final. Para o professor, ele pode variar de acordo com o perfil do cliente, mas para que isso ocorra é necessário oferecer um diferencial que agregue valor.

As condições de venda também são importantes. Se o cliente compra algo com antecedência ou em grande volume, o preço deve ser diferenciado, segundo ele.

### **Produto ou serviço intelectual**

Se o produto ou serviço oferecido é intelectual, o cálculo do preço deve levar em consideração o valor cobrado pela concorrência e o número de horas trabalhadas. "Serviço intelectual é mais complicado. O profissional deve levar em conta as horas dedicadas, e, em função disso, fazer um dimensionamento como se fosse um produto qualquer", orienta José Eduardo.

Para calcular o valor da sua hora de trabalho, o empreendedor deve levar em conta os seus custos fixos, o retorno financeiro que espera e o seu know-how.

**Fonte: Terra [Portal]. Disponível em:**

**<<http://invertia.terra.com.br/empreendedor/noticias/0,,OI6155491-EI19588,00-Preco+pode+derrubar+negocio+se+nao+houver+planejamento.html>>. Acesso em: 17 set. 2012.**