[**A importância de formar o preço de venda no mundo dos negócios**](http://alaxendrodalpiva.blogspot.com/2014/11/continuacao-importancia-de-formar-o.html)

Muito importante para uma empresa, que é a formação do preço de venda. Poucos empresários que se preocupam com a formação dos preços de venda, utilizando como argumento que o mercado os determina que o governo já os define, que seguem a concorrência. Existem casos de empresários que colocam o preço por dedução.

Todas as variáveis são importantes, claro, mas se não avaliar os componentes do preço, calcular os custos e despesas corretamente, mesmo que o mercado defina o preço, não há como saber se está obtendo resultados positivos das vendas efetuadas.

**Então é importante calcular os componentes do preço para:**

1. Manter-se competitivo: ao elaborar os preços, devem ser observados os valores praticados pelo mercado em produtos similares e a capacidade de poder manter a competitividade da empresa.
2. Cobrir custos e despesas: o preço de venda deve ser suficiente para cobrir custos e despesas. Por isso, apurar corretamente todos os elementos que compõem os custos da empresa é fundamental. Muitas empresas apuram alguns custos principalmente os diretamente ligados aos produtos vendidos e não incluem a participação dos custos fixos e as despesas administrativas e depois vendem e não conseguem “enxergar” os resultados.
3. Gerar lucro: o objetivo das empresas é a geração de lucro e toda a sua estrutura é montada para esse fim. Por isso, é importante calcular os componentes do preço e avaliar se esses valores praticados garantem a obtenção de lucro.
4. Possibilitar o crescimento da empresa: se a empresa calcula os preços adequadamente, pode gerar lucro e isso possibilita seu crescimento e desenvolvimento, além de garantir a sustentabilidade do negócio.

Entender os termos que serão utilizados no estudo dos custos de cada negócio. Para formar o preço de venda, torna-se necessário conhecer os preços médios de mercado e alguns conceitos, como diferenciar, gastos, custos, despesas, desembolso e investimentos.

**Gastos:** todo o sacrifício financeiro que a empresa arca para conseguir ter o produto ou serviço. Exemplos: compra de matéria-prima e gastos com salários.

**Custos:** são os gastos relativos a bens e serviços utilizados para produzir/fabricar outros bens e serviços que serão vendidos. Exemplo já citado, a matéria-prima.

**Despesas:** reportam aos gastos que são consumidos direta ou indiretamente para a realização de receitas dos produtos ou serviços comercializados. Exemplos: as comissões sobre as vendas, honorários, aluguel e outros.

**Desembolso**: é o pagamento da aquisição de um bem ou serviço, que normalmente ocorre durante ou após uma compra.

Investimentos: são todos os gastos ativados em função da utilidade futura de bens ou serviços obtidos. Exemplo de circulantes: estoques de matérias-primas e produtos para revenda e de permanentes: máquinas, instalações e equipamentos.

Não se deve apenas calcular o preço de venda dos produtos. É preciso mais. Para se ter lucro na empresa, é preciso gerenciar os custos, calcular corretamente o custo de produção e comparar os preços praticados com a concorrência.

Agora temos que entender composição de custo fixo e custo variável.

Custos fixos: são aqueles que não se alteram, eles existem independentemente se no mês ocorreu ou não vendas/receitas. Exemplos: aluguéis, pró-labore, salários.

Custos variáveis: são aquele que estão diretamente ligadas as vendas/receitas que ocorreu no mês, exemplos: custo da mercadoria vendida, impostos e comissões.

Os custos fixos e variáveis: surgem de a necessidade de uma empresa obter receitas, ou simplesmente pela necessidade de disponibilizar seus serviços.

Desse modo, as despesas são classificadas em função das áreas onde ocorrem variar ou não em função do volume de receitas do período.

Comparar os preços com o mercado significa fazer uma pesquisa detalhada de preços, avaliando o potencial do mercado, a sua posição estratégica, bem como determinar a fatia de mercado que pretende atingir.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | **Benefícios****Extras** |  |  |
|  | **Lucro** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | **Custo** |  | **Preço** |  | **Valor** |

Figura: custo, preço e valor

É necessário saber por que a concorrência está praticando determinada política de preços e se os preços definidos são fruto de uma estrutura de custos menor ou de uma estratégia deliberada frente ao mercado.

A percepção dos consumidores pode ser o fator de maior subjetividade na definição dos preços de venda porque as opiniões de valor dos clientes podem ter pouca ou nenhuma relação com o custo da mercadoria ou com o preço cobrado pela concorrência.