

PRECIFICAÇÃO NO VAREJO

Métodos Mais Utilizados no Mercado

Autor(a)¹: Adriel Antonio dos Santos
Orientador(a)²: Me. Antonio Rafael Pepece Junior

INTRODUÇÃO

No varejo, a precificação é fundamental para a rentabilidade e competitividade das empresas. A percepção de preço pelos consumidores afeta vendas e fidelidade. Estratégias eficazes de precificação são essenciais para o sucesso no mercado varejista (Jain, 2004).

OBJETIVO

Este trabalho tem como objetivo analisar como a precificação estratégica pode impactar no contexto varejista, explorando suas implicações na maximização das vendas e na rentabilidade comercial das empresas.

MÉTODOS

A pesquisa bibliográfica é essencial para embasar teoricamente trabalhos acadêmicos ou científicos. Ela abrange toda bibliografia já publicada sobre o tema e coloca o pesquisador em contato direto com o que foi escrito, dito ou filmado sobre o assunto, fornecendo base sólida para análise dos dados coletados. Marconi & Lakatos (2003, p.183).

Discussão

A precificação eficaz é essencial para garantir competitividade e rentabilidade no varejo. Para isso, é necessário considerar diversos fatores, como a jornada do cliente, os custos diretos e indiretos, além das dinâmicas de oferta e demanda. Ao integrar essas variáveis, os varejistas podem ajustar suas estratégias para maximizar o valor percebido pelo cliente e garantir uma margem de lucro saudável.

REFERÊNCIAS

JAIN, S. C. **Marketing Planning & Strategy**. Mason: Thomson Custom, 2004.
MARCONI, Maria. LAKATOS, Eva. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas S.A. 2003. Disponível em: <<https://epidemiologiagestao.files.wordpress.com/2017/05/aula-4-cic3aancia-e-conhecimento-cientc3adfico.pdf>>. Acesso em: 15 de abril. 2024.

Palavras-chave: precificação estratégica, varejo, rentabilidade

Discussão

Preço Margem Zero (PMZ): Calcula o preço necessário para cobrir todos os custos, sem lucro, servindo como base para o preço de venda.

$$PMZ = \left[\frac{\text{Custo Líquido}}{(100 - \%Impostos - \%despesas - \%Comissão)} \right] \times 100$$

Preço de Venda: Define o preço final, incorporando a margem de lucro desejada sobre o custo.

$$PV = \left[\frac{PMZ}{(100 - Margem Lucro)} \right] \times 100$$

Margem Líquida (ML) utilizada para Avaliar a rentabilidade real, considerando todos os custos, impostos e despesas sobre o produto.

$$ML = \left[\frac{\text{Preço Venda} - PMZ}{\text{Preço Venda}} \right] \times 100$$

Essas fórmulas ajudam a garantir que os preços cubram os custos e promovam a rentabilidade, ao mesmo tempo em que se ajustam às mudanças do mercado e às expectativas dos consumidores. A aplicação dessas estratégias, quando combinada com uma análise constante da concorrência e da demanda do mercado, fortalece a posição da empresa, promovendo uma precificação mais dinâmica e alinhada às necessidades dos clientes, sem comprometer a margem de lucro planejada.

CONCLUSÃO

A precificação estratégica no varejo é essencial para que as empresas consigam aumentar suas vendas e manter uma boa rentabilidade em um mercado cada vez mais competitivo. Este estudo mostra que estratégias que consideram custos, concorrência e demanda, junto com um controle eficiente de estoque, são fundamentais para a saúde financeira do negócio. A utilização de ferramentas de precificação dinâmica oferece uma vantagem competitiva, permitindo ajustes de preços mais precisos e lucrativos. Com uma abordagem integrada, que leva em conta custos, preços dos concorrentes e a percepção de valor dos clientes, as empresas conseguem otimizar suas negociações, adaptar-se melhor às mudanças do mercado e garantir uma rentabilidade mais sólida e sustentável.