

Promoções e descontos: como vender mais sem destruir sua margem

Aprenda a medir o custo real de uma promoção antes de baixar o preço.

PREÇO E PROMOÇÕES

11

REGRA DE OURO

Desconto mexe diretamente na margem – e não na mesma proporção

Se um produto custa R\$ 6 e é vendido por R\$ 10, a margem bruta em reais é R\$ 4. Um desconto de 10% reduz o preço para R\$ 9 e o ganho bruto para R\$ 3.

Desconto de 10% no preço → queda de 25% no ganho bruto do exemplo

R\$ 4 vira R\$ 3. O custo do produto não caiu junto com o preço.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A promoção precisa pagar os custos variáveis e ainda contribuir para o negócio

Para analisar promoção, separe os custos que aumentam quando você vende mais: mercadoria, taxa do pagamento, imposto variável e outros custos ligados à venda.

Contribuição unitária = preço – custos variáveis da venda

Quanto menor essa contribuição, mais unidades você precisa vender para gerar o mesmo resultado.

QUANTIDADE

Quanto precisa vender a mais para compensar o desconto?

Exemplo: preço R\$ 10, custo variável R\$ 6. Antes: contribuição R\$ 4. Com preço promocional de R\$ 9: contribuição R\$ 3.

Unidades necessárias = contribuição antiga ÷ contribuição nova

$4 \div 3 = 1,33$. Você precisa vender cerca de 33% mais unidades só para empatar a contribuição anterior.

Isso não garante que a promoção seja ruim. Ela pode trazer tráfego, aumentar cesta ou girar estoque. Mas esses benefícios precisam ser medidos.

LEVE 3, PAGUE 2

A frase é simples; a conta pode ser pesada

Produto a R\$ 9 com custo de R\$ 5. Venda normal de 3 unidades: receita R\$ 27, custo R\$ 15, contribuição R\$ 12. Na promoção: receita R\$ 18, custo R\$ 15, contribuição R\$ 3.

Cenário	Receita	Custo	Contribuição
Normal – 3 un.	R\$ 27	R\$ 15	R\$ 12
Leve 3, pague 2	R\$ 18	R\$ 15	R\$ 3

Neste exemplo, a contribuição cai 75%. Uma promoção dessas exige uma razão estratégica forte.

COMBO

Combo bom usa a cesta para proteger margem

Juntar produtos pode aumentar ticket e girar itens sem dar o mesmo desconto em todos.

1 Âncora

Produto que chama atenção do cliente.

2 Complemento

Item que costuma ser comprado junto.

3 Margem total

Calcule o combo inteiro, não cada etiqueta isolada.

4 Objetivo

Defina se quer tráfego, ticket, giro ou desova de estoque.

PRODUTO CHAMARIZ

Margem baixa em um item pode fazer sentido – desde que a cesta compense

Um preço muito competitivo pode trazer o cliente, mas a estratégia falha se ele comprar apenas o item promocional.

1 Meça cesta

O que mais entra na compra junto?

2 Limite volume

Evite concentração excessiva de compra só no item barato.

3 Prazo

Promoção deve ter começo e fim definidos.

4 Compare margem

Veja contribuição da compra completa, não apenas faturamento.

MEDIÇÃO

Venda maior não prova que a promoção funcionou

Métrica	Antes	Durante	Pergunta
Unidades	100	150	cresceu quanto?
Receita	R\$ 1.000	R\$ 1.350	cresceu ou só mudou preço?
Contribuição	R\$ 400	R\$ 450	valeu o esforço?
Ticket	R\$ 28	R\$ 31	a cesta melhorou?

No exemplo, unidades sobem 50%, mas a contribuição cresce apenas 12,5%. Esse pode ser um bom resultado – ou não – dependendo do objetivo e dos custos extras.

CHECKLIST

Antes de publicar a promoção

1 Objetivo

O que exatamente quero melhorar?

2 Margem

Qual contribuição por unidade depois do desconto?

3 Volume

Quanto preciso vender a mais para compensar?

4 Estoque

Tenho quantidade e validade adequadas?

5 Cesta

A promoção tende a puxar outros itens?

6 Medição

Quais números vou comparar depois?

NA PRÁTICA COM A RPG

Promoção fica mais inteligente quando você conhece margem, estoque e cesta

A RPG ajuda a reunir os dados que respondem à pergunta mais importante depois da promoção: ela aumentou resultado ou apenas aumentou movimento?

- 1 Vendas registradas permitem comparar período normal e promocional sem depender de memória.
- 2 Estoque ajuda a escolher itens com excesso, baixo giro ou risco de ruptura antes de lançar a oferta.
- 3 Com dados de produtos vendidos juntos, a loja pode testar combos com mais lógica e menos chute.



Gestão simples. Dados melhores.
Crédito mais justo.

Conheça a RPG e veja como organizar a operação pelo celular: rpgcapital.com.br/edu

FONTES E LEITURA

Onde este guia foi conferido

Priorizamos legislação, órgãos públicos e materiais oficiais. Regras, tarifas e condições mudam: confira as fontes antes de decisões relevantes.

01 Sebrae – Formação do preço de venda para comércio e serviço

Custos, margem e método para definir preço de venda.

<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/formacao-do-preco-de-venda-para-comercio-e-servico>

02 Sebrae – Precificação de produtos: como definir o preço certo

Margem, custos variáveis e impacto de descontos.

<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/precificacao-de-produtos-como-o-pequeno-empendedor-define-o-preco-certo>

03 RPG Edu

Todos os guias, atualizações e ferramentas para o pequeno negócio.

<https://www.rpgcapital.com.br/edu>

IMPORTANTE

Os exemplos ignoram alguns impostos e custos para facilitar o aprendizado. Faça a análise com seus custos variáveis reais antes de lançar uma promoção.