

Preços e Pagamentos

4 guias práticos reunidos em um só material, com exemplos, checklists e fontes oficiais para o pequeno negócio.

COMPILADO POR CATEGORIA

02

 NESTA COLEÇÃO

Preços e Pagamentos



-
- 02** **Preço, margem e lucro na prática** p. 3
Aprenda a formar preço, calcular margem, medir contribuição e saber até onde um desconto ainda faz sentido.
-
- 03** **Como funcionam as taxas da maquininha** p. 15
Entenda a taxa de desconto, prazos, parcelamento, antecipação, "taxa zero" e como comparar propostas sem cair em pegadinha.
-
- 08** **Pix, dinheiro, débito ou crédito: qual vale mais a pena?** p. 27
Compare custo, prazo, risco e conveniência para escolher a melhor forma de receber em cada situação.
-
- 11** **Promoções e descontos: como vender mais sem destruir sua margem** p. 39
Aprenda a medir o custo real de uma promoção antes de baixar o preço.
-

Preço, margem e lucro na prática

Aprenda a formar preço, calcular margem, medir contribuição e saber até onde um desconto ainda faz sentido.

PRECIFICAÇÃO

02

COMECE PELO CUSTO

Preço não é “custo mais um percentual que parece bom”

Um preço precisa cobrir o que varia com a venda, ajudar a pagar a estrutura e ainda deixar retorno. Se você ignora taxas, perdas ou impostos aplicáveis, a margem some sem aparecer.

Custo de compra é só o começo

Para cada item, pense no custo colocado na prateleira: compra, frete, perdas previsíveis e outros custos diretamente atribuíveis. Depois, trate taxas de pagamento e tributos conforme o regime do negócio.

Não use uma alíquota “padrão de internet” para imposto. O efeito tributário depende do regime, da atividade, do produto e de regras específicas. Use a informação do seu contador no cálculo.

R\$ 10,00

custo colocado na loja

R\$ 15,00

preço de venda

R\$ 5,00margem bruta em reais
antes de outros custos
variáveis

CONCEITO CENTRAL

Markup e margem parecem iguais, mas respondem perguntas diferentes

O erro clássico é dizer que “ganhou 50%” porque comprou por R\$ 10 e vendeu por R\$ 15. Isso é markup de 50% sobre o custo; a margem sobre a venda é 33,3%.

MARGEM SOBRE A VENDA

$$\text{Margem} = (\text{Preço} - \text{Custo}) / \text{Preço}$$

Exemplo: $(15 - 10) / 15 = 33,3\%$.

MARKUP SOBRE O CUSTO

$$\text{Markup \%} = (\text{Preço} - \text{Custo}) / \text{Custo}$$

Exemplo: $(15 - 10) / 10 = 50\%$.

Para comparar rentabilidade de vendas, a margem sobre a receita costuma ser mais intuitiva. Para formar preço a partir do custo, o markup pode ser uma ferramenta prática.

EXEMPLO

Um produto pode ter “margem boa” e ainda contribuir pouco para o negócio

Vamos montar um exemplo didático com um pacote de café vendido por R\$ 24,90.

Item	Valor por unidade
Custo colocado na loja	R\$ 16,20
Taxa do pagamento (exemplo)	R\$ 0,75
Perda média rateada	R\$ 0,20
Contribuição antes de despesas fixas	R\$ 7,75

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

$$\text{R\$ 24,90} - \text{R\$ 16,20} - \text{R\$ 0,75} - \text{R\$ 0,20} = \text{R\$ 7,75}$$

Esse valor ajuda a pagar aluguel, equipe, sistemas e demais despesas fixas. O que sobra depois de toda a estrutura é outra etapa da análise.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A pergunta mais útil é: quanto cada venda deixa para pagar a estrutura?

A margem de contribuição desconta da venda os custos e despesas que variam com ela. É uma ferramenta gerencial para entender produtos, canais e promoções.

EM REAIS

$$MC = \text{Preço} - \text{custos variáveis} - \text{despesas variáveis}$$

Inclua o que realmente muda quando você vende uma unidade a mais.

EM PERCENTUAL

$$MC\% = \text{Margem de contribuição} / \text{Preço}$$

Se um produto deixa R\$ 7,75 em uma venda de R\$ 24,90, a MC é aproximadamente 31,1%.

Custos fixos não desaparecem. Eles são pagos pelo conjunto das margens de contribuição geradas no mês.

PONTO DE EQUILÍBRIO

Quanto você precisa vender para pagar a estrutura do mês?

O ponto de equilíbrio estima o faturamento em que a margem de contribuição cobre as despesas fixas. Acima dele, a operação começa a gerar resultado; abaixo, ainda falta contribuição.

FÓRMULA GERENCIAL

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \text{Despesas fixas} / \text{MC\%}$$

Se a loja tem R\$ 18 mil de despesas fixas e MC média de 30%, o ponto de equilíbrio é R\$ 60 mil de vendas.

VENDAS DO MÊS × DESPESAS FIXAS DE R\$ 18 MIL (MC MÉDIA DE 30%)

R\$ 40 mil		R\$ 12 mil de contribuição: faltam R\$ 6 mil
R\$ 60 mil		R\$ 18 mil de contribuição: cobre a estrutura
R\$ 80 mil		R\$ 24 mil de contribuição: sobram R\$ 6 mil

O cálculo é uma aproximação. Mix de produtos, sazonalidade e custos que mudam por faixa podem alterar o resultado. Use como instrumento de decisão, não como número mágico.

DESCONTO

Desconto sai da sua margem, não do seu faturamento

Um desconto pequeno no preço pode representar uma queda grande no que sobra por unidade.

Preço	R\$ 100,00
Custos variáveis	R\$ 70,00
Contribuição original	R\$ 30,00
Preço com 10% de desconto	R\$ 90,00
Nova contribuição	R\$ 20,00

Nesse exemplo, 10% de desconto no preço reduziu a contribuição de R\$ 30 para R\$ 20: queda de 33,3% no valor que ajudava a pagar a estrutura.

PROMOÇÕES

“Leve mais” só funciona se o volume compensar a margem menor

Antes de fazer uma promoção, calcule a contribuição antes e depois. Depois pergunte quanto o volume precisa subir para manter o mesmo resultado bruto de contribuição.

EXEMPLO

Antes: R\$ 10 por unidade | Depois: R\$ 7

Se você ganhava R\$ 1.000 de contribuição vendendo 100 unidades a R\$ 10, precisa vender cerca de 143 unidades a R\$ 7 para gerar contribuição parecida.

Promoção boa tem objetivo

Pode servir para girar estoque, atrair fluxo, aumentar cesta ou liberar capital. Mas “vender mais” sozinho não é um objetivo financeiro. Defina o que quer ganhar com a redução de margem.

Use promoção com data, meta e medição. Depois compare venda, contribuição, ticket e efeito sobre estoque.

PAGAMENTO

A forma de pagamento também entra na conta

Cartão, Pix e dinheiro podem ter custos e prazos diferentes. O preço precisa sobreviver ao mix real de pagamentos da loja.

R\$ 100

venda

2,5%

taxa ilustrativa

R\$ 97,50

líquido antes de outros custos

Preço diferente por forma de pagamento é permitido

A Lei 13.455/2017 autoriza diferenciação de preços conforme prazo ou instrumento de pagamento. Eventuais descontos precisam ser informados de forma visível ao consumidor.

Taxas de maquininha variam por contrato, modalidade, prazo, volume e fornecedor. Nunca copie uma taxa de exemplo para sua precificação: use a sua proposta real.

CHECKLIST

Antes de mudar qualquer preço, responda estas 8 perguntas

Se você não sabe uma delas, o preço ainda está sendo definido no escuro.

-
- ☒ Qual é o custo atual de reposição do item?
 -
 - ☒ Há frete, perdas ou custo direto que precisa ser incorporado?
 -
 - ☒ Quais custos e taxas variam com a venda?
 -
 - ☒ Qual é a margem de contribuição em reais e em %?
 -
 - ☒ Qual é o preço praticado pelo mercado e a percepção de valor do cliente?
 -
 - ☒ Quanto o item gira e quanto dinheiro fica parado nele?
 -
 - ☒ Qual é o efeito de cartão, parcelamento e desconto no líquido?
 -
 - ☒ O novo preço continua fazendo sentido para o mix da loja?
 -

NA PRÁTICA COM A RPG

Preço melhor começa com dados melhores

Quando custo, estoque e venda ficam em lugares diferentes, o preço vira uma decisão de memória. A RPG ajuda a organizar a operação para que o lojista enxergue o que vende, o que custa e o que está parado.

1

Estoque organizado ajuda a acompanhar custo, quantidade e reposição dos produtos.

2

Vendas registradas permitem enxergar giro, produtos fortes e impacto do mix.

3

Financeiro e operação conectados reduzem a distância entre “acho que dá margem” e “sei quanto sobra”.



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 RN – Markup: o que é, para que serve e como calcular

Diferença entre markup e margem e aplicação na formação de preços.

<https://blog.rn.sebrae.com.br/markup/>

02 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>

03 Planalto – Lei 13.455/2017

Autoriza diferenciação de preços conforme prazo ou instrumento de pagamento, com informação visível ao consumidor.

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13455.htm

04 Banco Central – Cartões de pagamento: credenciadores

Define, entre outros conceitos, a taxa de desconto cobrada do estabelecimento em transações com cartão.

<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/cartoes>

IMPORTANTE

Exemplos de custos, taxas e margens neste guia são didáticos. Impostos e regras fiscais variam por empresa e produto. Valide a estrutura tributária com seu contador e use as taxas reais do seu contrato de pagamentos. RPG Edu é educação prática para quem toca um pequeno negócio. Conteúdo claro, exemplos reais e ferramentas para

Como funcionam as taxas da maquininha

Entenda a taxa de desconto, prazos, parcelamento, antecipação, “taxa zero” e como comparar propostas sem cair em pegadinha.

PAGAMENTOS

03

LEITURA
25 min

PÁGINAS
12

ATUALIZADO
Outubro de 2026

VISÃO GERAL

Uma venda de R\$ 100 não significa R\$ 100 na conta

No cartão, o estabelecimento contrata um serviço de credenciamento. A taxa cobrada sobre a transação é geralmente chamada de taxa de desconto ou MDR no mercado.

R\$ 100,00

cliente paga

2,00%

taxa ilustrativa

R\$ 98,00

líquido ilustrativo

O Banco Central define a “taxa de desconto” como a taxa cobrada do estabelecimento credenciado sobre o valor de cada transação com cartão. A taxa real depende do contrato.

QUEM PARTICIPA

O caminho do cartão tem vários participantes – mas o lojista precisa entender só o que afeta a decisão

A arquitetura é complexa. Para gestão, foque em taxa, prazo, regras de antecipação, aluguel/mensalidade, serviços adicionais e condições comerciais.



A taxa paga pelo lojista não é simplesmente “o lucro da maquininha”. Existem repasses e custos entre participantes. Para a sua decisão, o relevante é o custo total do contrato e o líquido que chega à empresa.

MDR / TAXA DE DESCONTO

A taxa pode mudar conforme débito, crédito, parcelas e condições comerciais

Não existe uma única “taxa da maquininha”. Uma mesma empresa pode ter preços diferentes por modalidade, segmento, volume e prazo de recebimento.

Modalidade	O que observar
Débito	Taxa + prazo de liquidação
Crédito à vista	Taxa + prazo + eventual antecipação
Parcelado lojista	Taxa por modalidade + cronograma de recebíveis
Parcelado com juros ao cliente	Quem cobra os juros e qual líquido do lojista

Peça sempre a tabela completa de taxas e prazos. Uma proposta “a partir de 0,99%” não diz quanto você pagará no seu mix real.

PRAZO

Taxa menor com dinheiro mais lento pode sair caro para o caixa

O prazo de recebimento importa porque a loja precisa pagar estoque, equipe e despesas antes de o dinheiro entrar. Liquidez tem valor.

D0

Venda

R\$ 5.000

D7

Fornecedor

R\$ 3.000

D14

Despesas

R\$ 1.000

D30

Cartão

recebe líquido

Pergunta correta

“Qual é a menor taxa?” é incompleta. Pergunte: “Qual é o custo total para receber no prazo que meu caixa precisa?”

ANTECIPAÇÃO

Antecipar é trocar um recebível futuro por dinheiro hoje – pagando por isso

A antecipação pode ser útil para cobrir um descasamento real de caixa. O erro é antecipar automaticamente sem comparar custo e necessidade.

COMPARE LÍQUIDO, NÃO SÓ TAXA

Recebível futuro – desconto da antecipação = dinheiro hoje

As fórmulas e bases de cálculo variam entre provedores. Para comparar propostas, peça o valor líquido que você recebe hoje e o cronograma sem antecipação.

Opção	Recebe hoje	Recebe depois
Sem antecipar	R\$ 0	R\$ 10.000 no calendário contratado
Antecipar (exemplo)	R\$ 9.620	R\$ 0 do recebível antecipado

No exemplo, o “preço” da liquidez imediata é R\$ 380. A decisão só faz sentido comparando esse custo com a alternativa: prazo do fornecedor, caixa próprio, outro crédito ou perda de oportunidade.

 "TAXA ZERO"

Taxa zero pode existir na oferta – mas você precisa descobrir quem está pagando a conta

Uma promoção pode subsidiar a taxa por tempo limitado. Um plano pode cobrar mensalidade. A taxa pode ser zero em uma modalidade e maior em outra. Ou o preço do equipamento pode carregar parte do custo.

Checklist da taxa zero

Pergunte: por quanto tempo? Para qual modalidade? Até qual volume? Exige conta ou plano? Existe mensalidade? Há prazo específico de recebimento? O que acontece depois da promoção?

"Zero" só deve ser entendido depois de ler as condições. Não presuma custo escondido, mas também não presuma gratuidade total.

PREÇO POR PAGAMENTO

Você pode oferecer desconto no Pix ou cobrar preços diferentes conforme a forma de pagamento

A Lei 13.455/2017 autoriza diferenciar preços por prazo ou instrumento de pagamento. A condição deve ser comunicada de forma visível ao consumidor.

R\$ 100

cartão

R\$ 97

Pix à vista

3%

desconto informado

Use a diferença com lógica econômica

Se o Pix reduz custo e antecipa caixa, parte dessa economia pode ser compartilhada com o cliente. Mas o desconto precisa caber na margem e não deve ser criado “no chute”.

Sempre confira regras de defesa do consumidor, comunicação de preços e particularidades do seu setor antes de implementar políticas comerciais.

PIX X CARTÃO

Pix não é automaticamente gratuito para toda empresa

Pessoas jurídicas podem ser tarifadas pelo Pix em situações previstas pelo Banco Central. MEIs e empresários individuais, no Pix, seguem as regras aplicáveis a pessoas físicas.

Meio	Custo	Prazo	Outros pontos
Pix	depende da instituição/perfil	imediato	QR, conciliação, fraude operacional
Débito	contratual	conforme contrato	aceitação ampla
Crédito	contratual	conforme contrato	parcelamento e recebíveis

Compare meios de pagamento pelo custo total, velocidade do caixa e conveniência para o cliente – não por uma regra genérica de “mais barato”.

CASO PRÁTICO

O melhor contrato depende do seu mix real

Uma loja vende R\$ 60 mil por mês: 20% débito, 50% crédito à vista e 30% parcelado. Duas propostas podem inverter a ordem quando você calcula o custo ponderado.

Modalidade	Mix	Proposta A*	Proposta B*
Débito	20%	1,1%	0,8%
Crédito à vista	50%	2,4%	2,6%
Parcelado	30%	4,2%	3,8%

CUSTO PONDERADO ILUSTRATIVO

A $\approx$ 2,68% | B $\approx$ 2,60%

*Taxas totalmente hipotéticas para ensinar o método. Some mensalidades, aluguel e antecipação quando existirem.

Mesmo a proposta B sendo pior no crédito à vista, ela fica levemente melhor no mix completo. É por isso que comparar só a taxa “de vitrine” pode levar à escolha errada.

— NA PRÁTICA COM A RPG

Pagamento não deveria ser uma caixa-preta para o lojista

A RPG busca colocar operação, pagamentos e financeiro na mesma visão. Quando os dados estão organizados, o lojista consegue entender melhor quanto vendeu, como recebeu e o que efetivamente ficou.

- 1 Acompanhar o mix de pagamentos ajuda a medir o custo real das vendas.
- 2 Conectar venda e financeiro facilita conciliação e leitura do caixa.
- 3 Mais clareza operacional ajuda a comparar propostas e evitar decisões baseadas apenas em taxa anunciada.



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 Banco Central – Cartões de pagamento

Conceitos do arranjo de cartões, incluindo a taxa de desconto (MDR) cobrada do estabelecimento.

<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/cartoes>

02 Planalto – Lei 13.455/2017

Autoriza diferenciação de preços conforme prazo ou instrumento de pagamento, com informação visível ao consumidor.

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13455.htm

03 Banco Central – Quanto a pessoa jurídica paga para usar o Pix

Regras de tarifação do Pix para pessoas jurídicas.

<https://www.bcb.gov.br/meubc/faqs/p/quanto-a-pessoa-juridica-paga-para-usar-o-pix>

04 Banco Central – Quanto o cidadão paga para usar o Pix

MEI e empresário individual seguem as mesmas regras do Pix aplicáveis a pessoas físicas.

<https://www.bcb.gov.br/meubc/faqs/p/quanto-o-cidadao-paga-para-usar-o-pix>

IMPORTANTE

Taxas, prazos, fórmulas de antecipação e preços de equipamentos dependem do contrato de cada adquirente ou instituição. Os números de exemplo não representam oferta comercial nem taxa de mercado. RPG Edu é educação prática para quem toca um pequeno negócio. Conteúdo claro, exemplos reais e ferramentas para

Pix, dinheiro, débito ou crédito: qual vale mais a pena?

Compare custo, prazo, risco e conveniência para escolher a melhor forma de receber em cada situação.

MEIOS DE PAGAMENTO

08

A PERGUNTA CERTA

Não existe um meio de pagamento melhor em todas as situações

Compare quatro dimensões: custo, prazo de recebimento, risco operacional e experiência do cliente.

1 Custo

Tarifa, MDR, antecipação e custos indiretos.

2 Prazo

Quando o dinheiro realmente fica disponível.

3 Risco

Fraude, chargeback, erro de troco e segurança.

4 Venda

Conveniência para o cliente e possível impacto na conversão.

COMPARAÇÃO

O preço da venda não é necessariamente o valor que cai no caixa

Meio	Custo direto típico	Prazo	Ponto de atenção
Dinheiro	Pode parecer zero	Imediato	Troco, segurança e depósito
Pix	Pode haver tarifa conforme perfil/instituição	Instantâneo	Conferir recebimento real
Débito	Taxa contratada	Conforme contrato	MDR e prazo
Crédito	MDR + possível antecipação	Conforme contrato	Parcelamento e chargeback

“Sem taxa” não significa “sem custo”. Dinheiro físico também exige tempo, conferência, troco, transporte e controle.

PIX

Pix é rápido, mas a tarifa depende do perfil e do contrato

O Banco Central permite tarifação de pessoas jurídicas em situações de envio e recebimento. MEIs e empresários individuais seguem, no Pix, regras equivalentes às de pessoas físicas.

1 Recebimento

Confirme no extrato ou sistema.
Comprovante enviado pelo cliente não substitui confirmação.

2 QR Code

Pix Cobrança pode usar QR Code e Cópia e Cola para pagamentos imediatos ou com vencimento.

3 Tarifa

Consulte a tabela e o contrato do seu banco ou instituição.

4 Conciliação

Associe pagamento à venda para evitar diferença entre caixa e operação.

CARTÃO

Separe taxa da venda de custo de antecipação

No cartão, duas perguntas são diferentes: quanto a adquirente desconta da venda e quanto custa receber antes do prazo contratado.

Valor líquido = venda – MDR – antecipação – outros custos

Use as taxas reais do seu contrato. Taxas anunciadas podem depender de bandeira, prazo, faturamento e campanha.

Uma taxa de 2% e uma antecipação de 1,5% não viram automaticamente 3,5% em qualquer cenário. A base, prazo e forma de cobrança precisam ser lidos no contrato.

DINHEIRO

Dinheiro físico tem vantagens – e custos escondidos

Para vendas pequenas, o custo financeiro direto pode ser baixo, mas a operação exige controles específicos.

1 Troco

Falta de troco pode gerar perda ou arredondamento.

2 Segurança

Mais numerário em caixa aumenta exposição a perda e roubo.

3 Conferência

Fechamento exige contagem e apuração de diferenças.

4 Depósito

Pode haver deslocamento, tempo e tarifa bancária.

EXEMPLO

Compare pelo valor líquido e pelo dia em que recebe

Venda de R\$ 1.000. Exemplo didático com taxas hipotéticas – substitua pelas suas.

Opção	Hipótese	Líquido	Disponível
Pix	0,6%	R\$ 994	na hora
Débito	1,5%	R\$ 985	D+1
Crédito	3,0%	R\$ 970	D+30
Crédito antecipado	3,0% + R\$ 12 de antecipação	R\$ 958	D+1

A melhor opção depende do que o cliente aceita e de quanto vale receber antes. Não copie estas taxas: são apenas um exemplo de método.

PREÇO POR MEIO DE PAGAMENTO

É possível diferenciar preços por prazo ou instrumento de pagamento

A Lei 13.455/2017 autoriza diferenciação de preços conforme prazo ou instrumento utilizado. A informação precisa ser clara ao consumidor.

1 Transparência

Mostre preço e condições antes do pagamento.

2 Coerência

Calcule quanto cada opção realmente custa ao negócio.

3 Estratégia

Desconto no Pix pode fazer sentido se for menor que o custo evitado.

4 Cuidado

Evite comunicação que confunda desconto, acréscimo, parcelamento e preço base.

DECISÃO

Use uma matriz simples por tipo de venda

Situação	Pode pesar mais
Ticket baixo e fila grande	velocidade e simplicidade
Margem muito apertada	custo líquido do meio
Caixa apertado	prazo de recebimento
Venda parcelada de maior valor	custo total + risco de chargeback
Cliente recorrente	experiência + conciliação automática

CHECKLIST

Antes de escolher ou negociar um meio de pagamento

1 Taxa real

Qual MDR por modalidade e bandeira?

2 Prazo

Em quantos dias cada venda entra?

3 Antecipação

É automática ou opcional? Qual custo?

4 Outros custos

Aluguel, mensalidade, Pix, chargeback, integração.

5 Conciliação

Consigo ligar recebimento à venda sem trabalho manual?

6 Volume

A proposta melhora conforme faturamento?

NA PRÁTICA COM A RPG

Pagamento bom é pagamento conciliado com a venda

Receber é apenas metade do trabalho. Saber qual venda foi paga, quanto ficou líquido e quando o dinheiro entrou transforma pagamento em gestão.

- 1 A RPG conecta o registro da venda à visão financeira para reduzir o trabalho de juntar informações depois.
- 2 Com Pix integrado, o objetivo é confirmar o pagamento dentro do fluxo da venda – não confiar apenas em comprovante.
- 3 Ao enxergar vendas e recebimentos no mesmo lugar, fica mais fácil comparar custo e prazo por meio de pagamento.



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 Banco Central – Pix: perguntas frequentes e tarifas

Regras gerais do Pix, incluindo tarificação.

<https://www.bcb.gov.br/meubc/faqs/s/pix>

02 Banco Central – Quanto a pessoa jurídica paga para usar o Pix

Situações em que PJ pode ser tarifada.

<https://www.bcb.gov.br/meubc/faqs/p/quanto-a-pessoa-juridica-paga-para-usar-o-pix>

03 Planalto – Lei 13.455/2017

Autoriza diferenciação de preços conforme prazo ou instrumento de pagamento, com informação visível ao consumidor.

https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13455.htm

IMPORTANTE

Taxas e prazos variam por instituição e contrato. Use sempre os valores efetivamente contratados para comparar.

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.