



Técnico em Vendas

Custos e Formação de Preços

Professor: Jorge Augusto Costa

**Conteúdo: Desempenho da
Política de Preços e Formação de
Preço** ■

Data: 01/11/2018

Atividade

5. Classifique os eventos descritos a seguir em: investimento (I), custo (C), despesa (D) ou perda (P).

- () Depreciação de maquinário produção.
- () Deterioração de material por alagamento.
- () Estocagem de embalagem.
- () Estocagem de matéria-prima (m.p.).
- () Honorários da administração.
- () Honorários do gerente industrial.
- () Mão de obra direta.

Atividade

5. Classifique os eventos descritos a seguir em investimento (I), custo (C), despesa (D) ou perda (P).

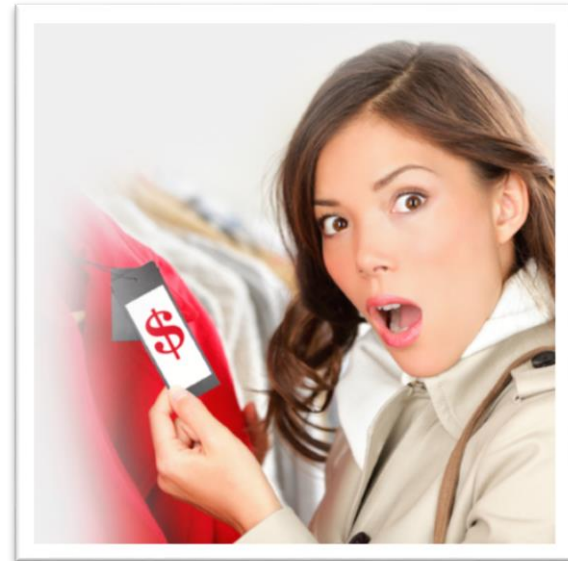
- () Pessoal da contabilidade de custos.
- () Pessoal da contabilidade geral.
- () Pessoal do faturamento.
- () Telefone administrativo.
- () Tempo de pessoal em greve.




Desempenho da Política de Preços

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA


A **correta formação de preço** de vendas de produtos e serviços é importante para toda a empresa, no entanto tem que estar ligada às **condições de mercado financeiro, o público-alvo (consumidor ou cliente), concorrência, fornecedores, custos e capital investido.**








FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

As **decisões relacionadas a preços** são consideradas dentre as **mais importantes** a serem tomadas pelos gerentes das empresas, pois a **sobrevivência da empresa** no mercado será destacada por sua importância tática e estratégica na formação de preço adequado para seus produtos, podendo assim ter uma melhor competitividade. 

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Partindo desse ponto, é necessário uma pesquisa interna e externa para saber: 

- O que os nossos clientes desejam; 
- Qual o nível financeiro da população; 
- Qual será a reação dos nossos concorrentes; 
- Qual o tempo que os fornecedores levaram para fazer a entrega; 
- Quais serão os métodos utilizados para formação de preço. 

FOCO NO CLIENTE

“É o cliente quem paga o nosso salário. O complicado é que ele quer atendimento se as pessoas do SAC não estiverem comprometidas. Hoje, o SAC é o único departamento operacional que eu cuido diretamente. Se tem um e-mail aqui no meu iPhone de uma reclamação, eu respondo. Atendimento e inovação é o que diferencia uma empresa da outra.”

Luiza Helena Trajano, presidente do Magazine Luiza



FORMAÇÃO DE PREÇOS - ESTRUTURAÇÃO

ATRIBUIÇÃO DO PREÇO

Decidir o quanto atribuir de preço aos bens e serviços no mercado envolve uma série de variáveis. 🟡

Entretanto, a decisão da estratégia dos preços, além das considerações e objetivos mercadológicos, deve orientar-se economicamente e do ponto de vista interno, por três caminhos:

- **Maximização dos lucros;**
- **Retorno do investimento;**
- **Preço baseado nos custos.**




MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS

Maximizar o lucro da empresa, dados um conjunto de recursos e sua estrutura.



MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS

Para avaliar essa decisão considera-se os seguintes fatores:

- Estimativa das vendas totais possíveis e elasticidade do preço. 
- Estimativa dos custos e despesas. 
- Localização do preço que maximiza. 



MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS

Suponha-se que para um preço base de R\$ 40,00 de um certo produto, a demanda esperada seja de 1000 unidades. Estimando-se reduções nos preços de venda e, graduações de 5%, possíveis aumentos em volumes gradativamente devem ocorrer:





MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS

PREÇO UNIDADE	UNIDADES	\$ VENDAS TOTAIS	VARIAÇÃO	CUSTO TOTAL	VARIAÇÃO
40	1.000	40.000,00	–	36.000,00	–
38	1.100	41.800,00	1.800,00	36.400,00	400,00
36	1.200	43.200,00	1.400,00	37.000,00	600,00
34	1.300	44.200,00	1.000,00	37.800,00	800,00
32	1.400	44.800,00	600,00	38.800,00	1.000,00
30	1.500	45.000,00	200,00	40.000,00	1.200,00
28	1.600	44.800,00	(200,00)	41.400,00	1.400,00

MAXIMIZAÇÃO DOS LUCROS

UNIDADES	\$ VENDAS TOTAIS	CUSTO TOTAL	LUCRO ESTIMADO
1.000	40.000,00	36.000,00	4.000,00
1.100	41.800,00	36.400,00	5.400,00
1.200	43.200,00	37.000,00	6.200,00
1.300	44.200,00	37.800,00	6.400,00
1.400	44.800,00	38.800,00	6.000,00
1.500	45.000,00	40.000,00	5.000,00
1.600	44.800,00	41.400,00	3.400,00

Não adianta a empresa abaixar muito o preço de venda, porque o lucro vai se tornando cada vez menor, dessa forma é importante encontrar um volume de vendas ótimo.

RETORNO DO INVESTIMENTO

- Nesse método o retorno do investimento é calculado com base no retorno desejado do capital empregado.
- Precisamos das seguintes informações:
 - **Custo e despesas totais planejados para o período, excetuando-se o custo do produto, o custo da mercadoria e o custo dos serviços;**
 - **Dimensionamento do capital médio empregado para o período analisado;**
 - **Estimativa do custo dos produtos, mercadorias e serviços totais para o período.**

RETORNO DO INVESTIMENTO

Multiplicador do método

$$\text{Multiplicador} = 1 + \left(\frac{\text{Despesas} + (\% \text{ retorno} \times \text{Capital Empregado})}{\text{Custo dos bens e serviços}} \right)$$

RETORNO DO INVESTIMENTO - EXEMPLO

Despesas	R\$ 28.600,00
Capital Empregado	R\$ 320.000,00
Retorno Esperado	R\$ 35% ao ano
Custo dos Bens ou Serviços	R\$ 216.300,00

$$\text{Multiplicado} = 1 + \left(\frac{28.600 + (0,35 \times 320.000)}{216.300} \right)$$

$$\text{Multiplicador} = 1 + (0,65) = 1,65$$

RETORNO DO INVESTIMENTO - EXEMPLO

Vendas ($216.300 \times 1,65$)	R\$ 356.900,00
Custo	R\$ 216.300,00
Margem	R\$ 140.600,00
Despesas	R\$ 28.600,00
Lucro	R\$ 112.000,00

Prova do raciocínio:

RETORNO DO INVESTIMENTO - EXEMPLO

Prova do raciocínio:

Isso implica a aplicação linear, a todos os produtos, de 1,65 sobre o custo ou combinado com a utilização de multiplicadores diferenciados, de forma que, na média o multiplicador seja 1,65 sobre o custo, e o lucro, de R\$ 112.000,00, o que remunera em 35% o capital empregado.

PREÇOS BASEADOS NOS CUSTOS

Entre as várias razões de sua larga utilização, além da relativa simplicidade do método observam-se quatro aspectos:

- Preço e sobrevivência;
- Competitividade;
- Rotinização das decisões;
- Estrutura do preço.

PREÇO E SOBREVIVÊNCIA

O preço precisa ser determinado de forma que assegure o retorno, se determinado volume é atingido, oferecendo ampla gama de combinações possíveis.



COMPETITIVIDADE

O conhecimento dos próprios custos e despesas, além do método de formação de preços, auxilia o atendimento dos custos da concorrência e da estratégia competitiva



ROTINIZAÇÃO DAS DECISÕES

Criar uma rotina para as atividades de formação de preços pode ser interessante, para que todos esforços sejam despendidos em criar estratégias para a alteração do preço e criação de valor para a empresa.



RESOLUÇÃO ATIVIDADE – RETORNO DO INVESTIMENTO

$$a) \text{ Multiplicador} = 1 + \left(\frac{38.600 + (0,40 \times 420.000)}{350.000} \right) = 1,5903$$

b) O lucro almejado pelo sócio da empresa é 40% do capital empregado, ou seja, 40% de R\$ 420.000,00 = R\$168.000,00

Vendas (350.000 x 1,5903)	R\$556.605,00
Custo	R\$ 350.000,00
Margem	R\$ 206.605,00
Despesas	R\$ 38.600,00
Lucro	R\$ 168.005,00

ESTRUTURA DO PREÇO

De maneira simples, a formulação de preços baseada nos custos é resultante da aplicação de um índice MARKUP, que já vimos.

$$\text{Preço} = \text{Custo} \times \text{Mark Up (Multiplicador)}$$

$$\text{Preço} = \frac{\text{Custo}}{\text{Markup (Divisor)}}$$

Mark up - Exemplo

Preço de Venda	100	100%	
ICMS da Venda		18%	
Pis/Cofins		9,25%	
Comissões		2,50%	
Despesas Administrativas		6%	
Lucros antes dos impostos		20%	
Total de despesas		55,75%	

$$\text{Mark up divisor} = \frac{100\% - (18\% + 9,25\% + 2,5\% + 6\% + 20\%)}{100} = 0,4425$$

$$\text{Mark up multiplicador} = \frac{1}{0,4425} = 2,2598$$

Receita de venda	225,98 (100%)
Custo	100,00 (44,25%)
ICMS	40,68 (18%)
Pis/Cofins	20,90 (9,25%)
Comissão	5,65 (2,5%)
Despesas Adm	13,56 (6%)
Lucro	45,20 (20%)

Mark up sobre o custo

A *Cia. Help* quer sua ajuda para identificação do preço de venda que deve cobrir seus gastos e ainda gerar um resultado desejado. A empresa apresentou as seguintes informações:

ICMS	18%		Custo da Mercadoria	R\$ 1.000
PIS/COFINS	4,65%		Lucro Desejado*	50%
Comissões	2%		* Sobre o custo da mercadoria	
Despesas	8%			

Com base nessas informações e usando a metodologia do *Mark-up*, calcule:

- Mark-up* divisor.
- Mark-up* multiplicador.
- Preço de venda.

Mark-up - Cálculo

1º Passo: Calcular o *Mark-up* Divisor

$$\text{Mark - up Divisor} = 100\% - (18\% + 4,65\% + 2\% + 8\%) = 67,35\%$$

2º Passo: Calcular o *Mark-up* Multiplicador

$$\text{Mark - up Multiplicador} = \frac{1}{\text{Mark - up Divisor}}$$

$$\text{Mark - up Multiplicador} = \frac{1}{67,35\%} = 1,4847$$

Mark-up - Cálculo

3º Passo: Preço de Venda

$\text{Preço} = (\text{Custo} + \text{Lucro Desejado}) \times \text{Mark-up}$

$\text{Preço} = (1.000 + 500) \times 1,4847 = \text{R\$}2.227,17$

Demonstração:

Venda	2.227,17
(-) Custo	-1.000
(-) ICMS (18% x 2.227)	-400,89
(-) PIS e COFINS (4,65% x 2.227)	-103,56
(-) Comissões (2% x 2.227)	-44,54
(-) Despesa Administrativa (8% x 2.227)	-178,17
(=) Lucro	500

O problema das Despesas Fixas

- *Markup* estruturado é composto basicamente por quatro elementos:
 - Impostos incidentes sobre as vendas;
 - Despesas variáveis da venda;
 - Despesas fixas;
 - Lucro desejado.
- Quanto a alocação dessas despesas no *markup*, de acordo com Bernardi (2010) temos **duas opções mais utilizadas** de estrutura no que diz respeito às despesas fixas:

1ª Opção

- Incluir o total das despesas fixas de forma **unitária**, em valores absolutos, o que possível é e utilizado na prática, em situações específicas, como no caso de um produto básico, da linearidade de processos e produtos entre custos.
- Vamos supor que uma empresa tenha uma despesa fixa total igual a R\$ 748.750,00 e produza 53.000 unidades por período.
- Isso resultaria em uma despesa por unidade igual a:

1ª Opção

- Despesa por unidade produzida:
$$\frac{748750}{53000} = 14,13$$
- Os outros custos variáveis somam R\$ 40,00, assim teríamos os custos totais igual a R\$ 54,13.
- Outros percentuais:

ICMS	18%
PIS/Cofins	9,25%
Comissões	1%
Frete	5%
Lucros	22,50%

1ª Opção

Assim a estruturação do markup seria:

$$\text{Mark up (divisor)} = \frac{100 - (18 + 9,25 + 1 + 1 + 22,5)}{100} = 0,4825$$

$$\text{Mark up (multiplicador)} = \frac{1}{0,4825} = 2,07254$$

Assim o preço ficaria:

$$\text{Preço} = 54,13 \times 2,07254 = 112,19$$