



Profª Maria Cristina Alves Cassaro
Produto: Contabilidade e Fiscal



erpo

Formação de Preços

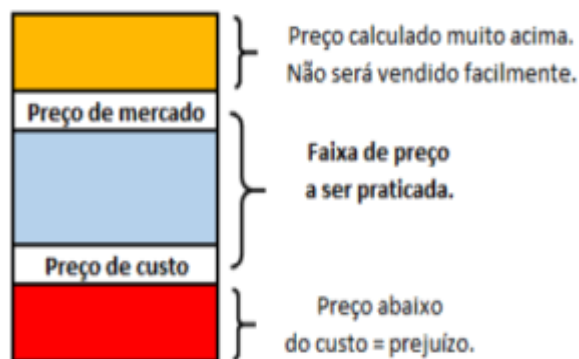
- A formação do preço de venda sempre é um desafio. Afinal, existe uma série de fatores que influenciam nesse processo, tais como custos de produção, despesas e até mesmo os preços praticados pelo mercado.
- Tudo isso precisa ser muito bem gerenciado e calculado para que seu preço de venda seja capaz de suprir todo o gasto necessário na produção, gerar lucros para o negócio e, além disso, ser atrativo para o cliente.

Formação de Preços

- O preço de um produto precisa considerar todo o investimento realizado em sua produção, ou seja, até o momento em que foi colocado à disposição de seus clientes.
- Além disso, devem ser consideradas questões tributárias e até mesmo mercadológicas.
- Uma empresa que não se preocupa em definir seus preços, corre sérios riscos de vender produtos por um preço inferior ao que seria necessário para cobrir todos os custos.

Formação de Preços

- Alguns empreendedores tomam como base o valor de mercado e esquecem de apurar seus custos de produção. Como consequência, definem preços abaixo do esperado e geram prejuízos para seus respectivos negócios.
- Outros tomam como base seus controles de custos e montam os preços com base nisso, porém esquecem de conferir se o valor encontrado está compatível com o que é cobrado pelos concorrentes. Caso seja maior, simplesmente não conseguirá ser vendido.

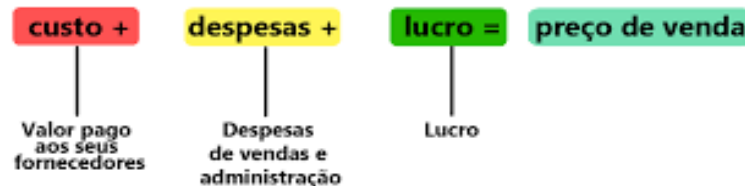


Formação de Preços

Então.....

O que considerar na hora de precificar os produtos?

- O preço de venda ideal tem que cobrir todos os custos e despesas, deve ser competitivo e melhor que o preço da concorrência.



Formação de Preços

Na Política de Preço de Venda, considerar:

- Preço de venda mínimo: custos + despesas + impostos + margem de lucro;
- Estratégias competitivas a enfrentar a concorrência;
- Diferenciais oferecidos e mix de produtos;
- Público-alvo;
- Recuperação do capital investido..

Formação de Preços

- Chegar ao preço de venda ideal depende de conhecimento sobre as próprias finanças. Antes de partir para uma estratégia agressiva junto à concorrência, a sugestão é que identifique os seus custos e despesas, diferenciando cada grupo da seguinte forma:
- **Custos:** estão relacionados à operação, como a compra de matéria-prima, o pagamento de fornecedores e outros gastos essenciais para que a atividade principal da empresa seja executada.
- **Despesas:** estão vinculadas à administração, correspondendo aos investimentos realizados para que a empresa alcance seus objetivos e mantenha a estrutura ativa, como o pagamento de salários.

Conceitos

Classificação dos custos

Facilitar a aplicação das ferramentas gerenciais da análise de custos

Classificação	Categorias	
Quanto a facilidade de identificação no produto	Diretos	Indiretos
Quanto ao volume produzido no período	Variáveis	Fixos

Conceitos

Classificações: *Diretos*

São aqueles diretamente identificados e associados aos produtos e serviços.

Devido suas características próprias e objetividade de identificação no produto, esses gastos são atribuídos ao produto por medições ou controles individuais (como ficha técnica, requisições etc)

Exemplo:

Matéria-prima, na indústria de confecções o tecido

Mão-de-obra direta, na indústria de confecções, a costureira

Conceitos

Classificações: *Indiretos*

São aqueles cuja associação direta e objetiva aos produtos e serviços não é possível, por:

Não foram apurados isoladamente;

Foram compartilhados com outros produtos ou serviços.

Eles são atribuídos aos custos através de rateio.

Rateio: é a divisão dos valores efetuada através de estudos de consumo, direcionadores e medidas aritméticas.

Conceitos

Classificações: *Fixos*

São aqueles cujo valor não sofre nenhuma influência devido ao nível de atividade da empresa, ou seja, dentro da capacidade instalada, qualquer alteração dos volumes de produção não modificará em nada o valor.

Exemplo:

Gastos com aluguel – se a empresa produzir 1.000 ou 20.000 unidades o valor do galpão será o mesmo, por ex R\$ 30.000,00.

Conceitos

Classificações: *Variáveis*

São os gastos cujo total do período está proporcionalmente relacionado com o volume de produção:

Quanto maior o volume de produção, maiores serão os custos variáveis do período; e contrário

Os valores estão diretamente vinculados ao volume produzido

Conceitos

Classificações: *Variáveis*

Exemplo:

Matéria-prima: R\$ 12,25 de custo unitário

Se produzir 10 peças = R\$ 122,50

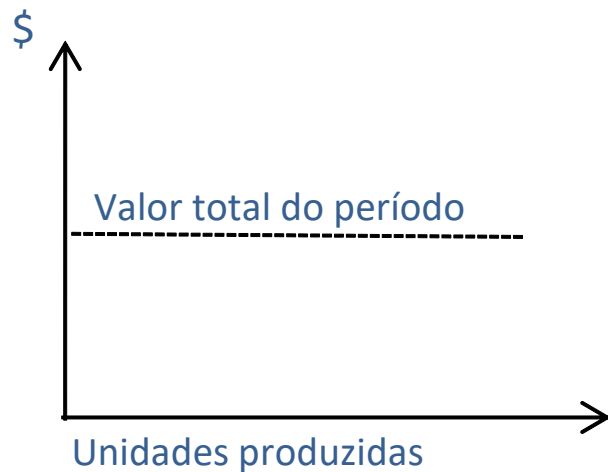
Se produzir 100 peças = R\$ 1.225,00

Conceitos

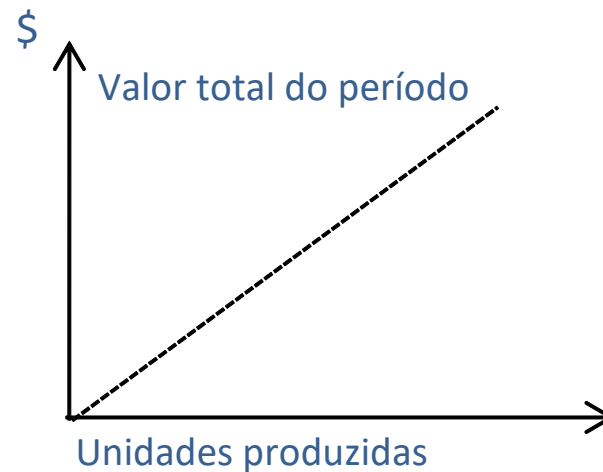
Classificações

Comportamento dos custos em relação ao volume de produção

Custos Fixos



Custos Variáveis



Conceitos

Componentes básicos dos custos

Matéria-Prima (MP)

Elemento que sofrerá alteração ou agregação

Geralmente adquirida de outras empresas

Mão-de-Obra (MO)

Elemento que atua na transformação da matéria-prima

CIFs – Custos Indiretos de Fabricação

Todos os demais elementos não classificados como MP ou MO, mas que fazem parte do processo produtivo

Conceitos

Apuração (Fórmula) dos Custos

$$\text{Custo} = \text{MP} + \text{MO} + \text{GGF(ou CIFs)}$$

Valor da matéria-prima somado a todos os valores agregados a ele necessários à obtenção de novos bens.

$$\text{Custo} = \text{Custos Variáveis e Diretos} + \text{Custos Fixos}$$

Conceitos

Esquema Básico de Custos

1. Separação de Custos e Despesas
2. Apropriação dos Custos Diretos aos produtos
3. Apropriação dos Custos Indiretos
4. Resultado da Empresa

Precificação baseada no Mercado

- A precificação baseada no mercado ou pesquisa de preços corresponde ao levantamento dos preços que são praticados pelos concorrentes diante daquele produto.



CAMISA
Concorrente A: R\$ 25,00



CAMISA
Concorrente B: R\$ 22,00



CAMISA
Meu Preço de Venda: R\$ 20,00

- A formação de preço com base em mercado tem como objetivo manter produtos que são idênticos em um mesmo patamar de preço e, de maneira dinâmica, aumentar a competitividade do negócio.

Precificação baseada no Mercado

- Exemplo: Vamos supor que você relacione todas as despesas e chegue a um preço de venda 10% acima do que a média atualmente praticada no mercado. Qual a chance de isso dar certo e gerar bom faturamento?
- Competitividade alta => quando seu preço é mais alto que os concorrentes deve integrar uma estratégia que ofereça diferenciais, como maior qualidade e confiabilidade, algo que agregue valor e que seja percebido pelo cliente como uma vantagem.

Precificação baseada no Mercado

- A pesquisa de preços serve quando a empresa quer se manter com destaque no mercado e o seu maior diferencial, é o preço do item.
- Para isso, é necessário começar definindo quais concorrentes serão acompanhados.
- Alguns deles podem cobrar valores muito elevados e não representarem uma ameaça para o empreendimento.
- Após deve-se fazer levantamento dos preços em diferentes momentos dos produtos desejados.
- Encontrar as médias do que é cobrado e, também, quais são os mais altos e mais baixos praticados.

Precificação baseada no Mercado

- Para valores inferiores à média, não há outro jeito a não ser reduzir custos, de forma que a sua operação se torne mais barata do que a dos concorrentes.

Encontre o equilíbrio nos preços

- O ponto do equilíbrio não deve ser a meta de uma empresa eficiente, pois ela precisa operar acima dele para ter lucro, realizar investimentos e possibilitar o crescimento. O desafio, é alcançar rentabilidade em atendimento ao que o mercado e o seu cliente exigem.

Precificação baseada no Mercado

Encontre o equilíbrio nos preços

- Ponto de equilíbrio é o ponto em que o total das receitas auferidas por uma empresa é igual ao total dos custos e despesas fixas e variáveis.
- Para sabermos como se acha o ponto de equilíbrio basta dividir os custos e despesas fixas da empresa pelo percentual da Margem de Contribuição.
- $PE = (CF + DF) / MC$

Precificação baseada no Mercado

Preço de venda

O preço ideal de venda é aquele que cobre todos os custos e despesa do produto e venda e ainda proporciona um retorno desejado pela empresa.

Exemplo de cálculo do preço de venda:

Custo Variável: R\$ 30,00

Despesas Variáveis: 7%

Despesas Fixas: 30%

Lucro Líquido: 8%

➤ **Preço de Venda = R\$ 30,00/ (100% – 7 % – 30% – 8%) =
R\$ 30,00/55% = R\$ 54,54**

Bibliografia

Material Consultado:

- POLONIO, Wilson Alves. Manual das Sociedades Cooperativas. 4. Ed. – São Paulo: Atlas, 2004.
- SANTOS, Ariovaldo dos. GOUVEA, F.H.C. VIEIRA, P.S. Contabilidade das sociedades cooperativas: aspectos gerais e prestação de contas. 2. Ed. – 3ª Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2018.
- <http://www.portaltributario.com.br>
- http://www.crcrs.org.br/arquivos/palestras/271118_cooperativas.pdf