



Como estabelecer um preço competitivo

Entre os desafios de lançar um produto ou serviço novos no mercado, está o cálculo do valor que chegará ao consumidor. Seja por aversão aos números, seja pelo temor da matemática ou por desconhecimento de técnicas, essa é uma tarefa que tira o sono de muitos empresários. Eles buscam as estratégias e os métodos mais eficientes para formar preço final e garantir lucros e posicionamento no mercado. O tema também entrou na programação do Conic. A estudante do curso de Ciências Contábeis Franciane Aparecida Araújo dos Santos realizou um estudo de caso de formação de preço de vendas no segmento de distribuição de alimentos.

De acordo com a aluna, o produto ou serviço oferecido deve estar de acordo com o que os clientes estejam dispostos a pagar, levando

em consideração as necessidades desses consumidores, tendo em vista que num mercado competitivo os preços são formados pela lei da oferta e da procura. Segundo o estudo, para se obter o preço de venda de um produto, é necessário saber os fatores que influenciam na formação desse preço de venda, entre os inúmeros existentes.

“As empresas têm buscado alternativas para tratar esses fatores de forma que o preço não fique acima do valor de mercado e não deixe de ser atrativo para os consumidores, ou que as empresas tenham como solução reduzir sua margem de lucro para que o produto possa ser comercializado”, relata a estudante.

O ramo da Distribuição tem um papel fundamental no mercado, pois é responsável por repassar os produtos comercializados pelas



indústrias ao comércio varejista, que, por sua vez, repassa para o consumidor final. As distribuidoras de Alimentos têm encontrado dificuldades para chegar a um preço que seja acessível e competitivo para o seu mercado consumidor. De acordo com o estudo, para que o preço calculado tenha resultado positivo a curto, médio e longo prazo é necessário atentar aos erros que os fatores externos e internos possam causar, uma vez que podem trazer consequências imprevisíveis no futuro. ■

FORMATAÇÃO DE PREÇO EM TRÊS PASSOS

1º passo (Custos e Despesas)

Os Custos Variáveis (custo direto do produto + as despesas comerciais) podem e devem ser apurados para cada produto e para cada serviço. Mas as Despesas Fixas só podem ser apuradas ou estimadas para toda a empresa e em um período de tempo, por exemplo, em um mês. Assim, é possível definir quanto de Despesa Fixa pode ser colocado em cada produto ou serviço. Divida o valor das Despesas Fixas mensais (melhor se for média mensal de 12 meses), pelo total mensal das vendas (estimativa ou valor real). Multiplique o resultado por 100. Assim, é possível saber quanto cada real das vendas contribui ou precisa contribuir para cobrir as Despesas Fixas.

2º passo (Margem de Lucro)

Toda empresa deve definir quanto de margem deseja ou precisa ter na venda de cada produto ou serviço para valer a pena manter o negócio. É necessário definir a margem mínima com a qual valha a pena manter o negócio. Suponhamos 10%.

3º passo (O cálculo)

Para exemplificar, vamos supor que a unidade de determinado produto custe R\$ 10,00 para ser adquirida. Somando as despesas comerciais (8,28% do Simples Nacional), o rateio das despesas fixas (20%) e a margem de lucro desejada (10%), chega-se ao Preço de Venda Mínimo aceitável. Nesse exemplo fictício, o menor Preço de Venda seria a o resultado da junção de 10 acrescido de 8,28%, 20% e 10%, ou seja, R\$ 16,20.

Fonte: Consultor Antonio Carlos de Matos (Blog Visão Empreendedora)



Os cinco alunos analisaram o sistema de lavagem de dinheiro

AS ETAPAS DA LAVAGEM DE DINHEIRO

As práticas econômico-financeiras que têm por finalidade dissimular ou esconder a origem ilícita de determinados ativos financeiros ou bens patrimoniais, de forma que tais ativos aparentem uma origem lícita também integraram as discussões do Conic. Um grupo de alunos de Ciências Contábeis - Whelborny Daijiro Inoue, Pictor da Silva Inoue, Alan Bulhões Bezerra da Silva, Renato Gonçalves da Trindade e Jonas Jenniffer Jácome Souza – apresentou um trabalho sobre a lavagem de dinheiro.

Orientados pelo professor Cásio Carlos Pereira Barreto, os acadêmicos afirmam que esse processo ilícito tem duas ou três fases. No processo de colocação, o dinheiro é introduzido no Sistema Financeiro através de depósitos ou pequenas compras de ativos. Na segunda etapa, a ocultação, os valores são transferidos sistematicamente entre contas ou entre as aplicações em ativos de maneira a despistar o tráfego e, ao mesmo tempo, concentrar os valores, aglutinando-os progressivamente. Finalmente, na integração, os valores são introduzidos na economia formal, sob a forma de investimentos.

Entre os que recorrem ao crime, estão traficantes de drogas, estelionatários, políticos corruptos, funcionários públicos, membros de quadrilhas, terroristas e golpistas. O grupo sugere como forma de combate à lavagem de dinheiro a adoção por parte do sistema bancário nacional de softwares de análise de movimentações financeiras, cruzamentos dos dados bancários de empresas e pessoas físicas. Segundo os estudantes, uma das dificuldades no controle desse crime é o uso de “laranjas”, além do aumento do repatriamento de valores antes “perdidos”. ■



Um dos destaques da sessão pôster do Conic foi o trabalho de Irandir Dantas Bezerra. Ela abordou a história da contabilidade, contextualizando a situação atual e as novas perspectivas. Foi um dos estudos premiados de Ciências Contábeis, ficando em terceiro lugar na modalidade poster.