

FATORES QUE INFLUENCIAM A TAREFA DE DETERMINAR PREÇOS:

- A CAPACIDADE E A DISPONIBILIDADE DE PAGAR DO CONSUMIDOR
- A QUALIDADE /TECNOLOGIA DO PRODUTO EM RELAÇÃO AS NECESSIDADES DO MERCADO CONSUMIDOR
- A EXISTÊNCIA DE PRODUTOS SUBSTITUTOS A PREÇOS MAIS VANTAJOSOS
- A DEMANDA ESPERADA DO PRODUTO
- O MERCADO DE ATUAÇÃO DO PRODUTO
- O CONTROLE DE PREÇOS IMPOSTOS PELOS ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS
- OS NÍVEIS DE PRODUÇÃO E/OU VENDAS QUE SE PRETENDE OU QUE SE PODE OPERAR
- OS CUSTOS E DESPESAS DE FABRICAR, ADMINISTRAR E COMERCIALIZAR O PRODUTO
- OS GANHOS E PERDAS DE GERIR O PRODUTO.

CRITÉRIOS PARA CRÉDITO DO ICMS

NA FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA DA EMPRESA LEVA-SE EM CONTA O ICMS COM A ALÍQUOTA DE 17%. CONSIDERANDO O ESTADO DE ORIGEM (SANTA CATARINA). NOS DEMAIS ESTADOS DESCONTOS EM NOTA FISCAL , OBJETIVANDO UNIFORMIZAR

OS DESCONTOS A SEREM CONSIDERADOS SÃO OS SEGUINTE:

- 1. NORTE/NORDESTE:** Alíquota de 7% com desconto de 10,8%.
($100,0\% - 10,8\% = 89,2\% - 7,0\% = 83,0\%$)
- 2. OUTROS ESTADOS:** Alíquota de 12% concedes desconto de 5,6%
($100,0\% - 5,6\% = 94,4\% - 12,0\% = 83,0\%$)
- 3. ESTADO DE SANTA CATARINA:** Alíquota de 17%, não haverá desconto.
($100\% - 17,0\% = 83,0\%$)
- 4. ZONA FRANCA, COMÉRCIO EXTERIOR:** Alíquota isenta, desconto de 17%
($100,0\% - 17,0\% = 83,0\%$)

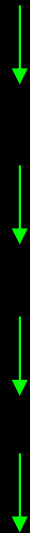
OBS: Nos quatros modelos acima, o custo do material na Compra, serão iguais em R\$ 83,00.

Análise da Cadeia de Valor e Gerenciamento para Vantagem Competitiva

- Construindo uma estrutura de clientes
 1. Processo e posição
 2. Estrutura de custo
 3. Níveis de investimentos
 4. Valor percebido pelos clientes

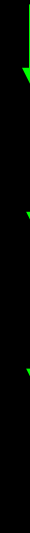
Seqüência da Determinação de Preço e de Custo

Custeio-Meta



Design do projeto

Custeio Tradicional



Preço-
meta

Fonte: Fessler & Fisher in Brinker (2000)

Os custos podem ser reduzidos mais na fase de desenvolvimento do projeto. Quando está na fase de operação, um projeto pode ser melhorado com resultados não tão expressivos

DO PONTO DE VISTA LOGÍSTICO?

(AO INVÉS DE LUCRATIVIDADE FALAMOS EM GANHO)

CLIENTE	PREÇO DE VENDA	CUSTO 100 % VARIÁVEL	GANHO POR CLIENTE	MIX DE MAIOR GANHO INDIVIDUAL
A	100	80	20	2º
B	50	25	25	1º
C	30	15	15	3º
D	45	35	10	4º

CLIENTE	GANHO POR CLIENTE	VENDA REAL EM QUANTIDADE	GANHO TOTAL	MIX DE MAIOR GANHO TOTAL
A	20	500	10.000	2°
B	25	200	5.000	3°
C	15	300	4.500	4°
D	10	1.200	12.000	1°

- Resumindo, o quadro indica que o cliente “D” apresenta maior ganho.

VALOR X CUSTO

- **Valor percebido** – é a avaliação total do consumidor sobre a utilidade de um produto ou serviço, baseada em percepções do que é recebido e do que é dado
- **Preço percebido** – é a percepção do cliente sobre o preço, é formado baseado no preço objetivo e no preço de referência para o consumidor, o qual é considerado subjetivo, posto que depende do cliente e das informações de mercado que este tem, entre outros
- **Custo** – recurso consumido ou de que se abre mão para alcançar um objetivo
- **Valor X Custo** – características percebidas pelo cliente que está disposto a pagar um preço também percebido; é formado pelo mercado, enquanto o custo é a realização da transação, ou seja, o valor que se tornou custo

Tendências e Estratégias de Gerenciamento

Como deverá ser construída e administrada a empresa

- **Ágeis:** entregar no momento certo.

- **Flexíveis:** produzir velozmente.

- **Focadas:** concentrar no seu negócio

2a Edição – EXPO Management World

sucesso e a continuidade das empresas dependerá

- **Da Concorrência**

- **Dos Produtos**

- **Dos Custos**

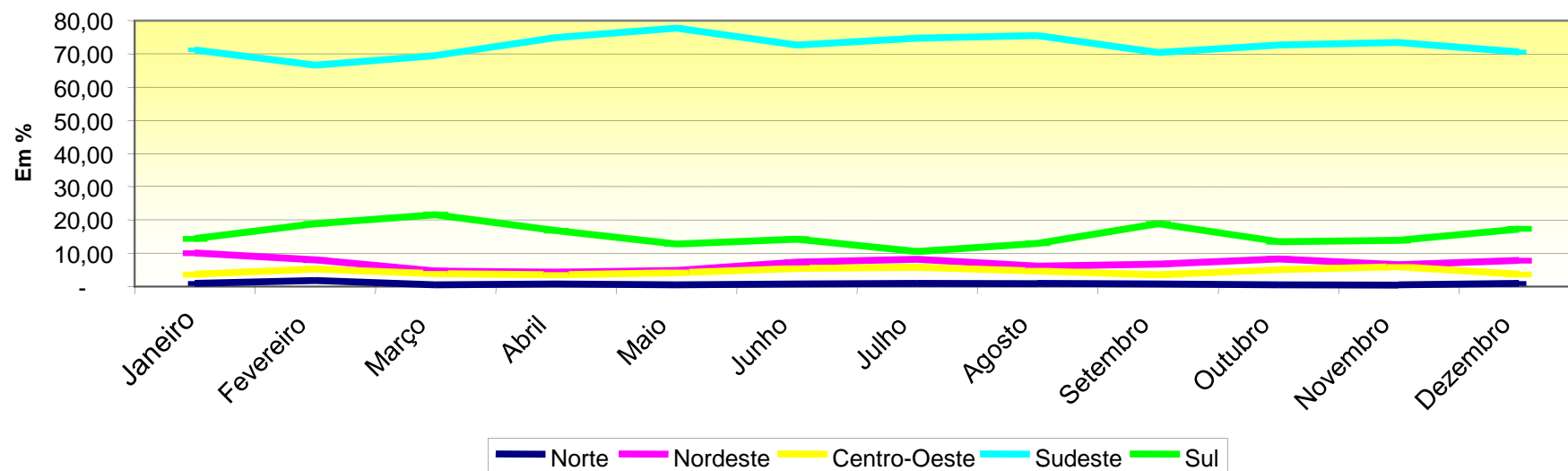
3a Edição – EXPO Management World

Reune os mais renomados experts para discutir e apresentar novas tendências e estratégias de management. (Os Guros em ADM.)

PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DAS VENDAS POR REGIÃO

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Norte	0,93	1,66	0,56	0,65	0,44	0,65	0,78	0,82	0,66	0,59	0,45	0,88
Nordeste	9,98	8,01	4,72	4,34	4,89	7,19	8,19	6,09	6,72	8,29	6,49	7,69
Centro-Oeste	3,58	5,11	3,74	3,42	4,09	5,42	5,77	4,66	3,50	5,08	5,80	3,65
Sudeste	71,19	66,44	69,39	74,87	77,79	72,56	74,64	75,45	70,35	72,62	73,39	70,45
Sul	14,31	18,78	21,59	16,72	12,78	14,18	10,62	12,98	18,76	13,43	13,87	17,31

PARTICIPAÇÃO PERCENTUAL DAS VENDAS POR REGIÃO



CUSTOS DO COMÉRCIO

LOJAS SHOPPING
Valores em US\$

Balanco Consolidado

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Acum.
1 - VENDAS	20.064	25.075	22.241	39.393	40.238	35.835	33.360	30.458	27.450	37.762	27.970	86.827	426.673
MENOS													
2 - IMPOSTOS	3.932	4.929	4.367	7.741	7.907	7.037	6.552	5.981	5.391	7.416	7.715	17.052	86.020
3 - C.P.V.	4.553	8.020	7.027	11.357	11.325	10.298	9.015	9.587	8.684	10.639	7.778	21.836	120.118
4 - DESPESAS													
SALÁRIOS	3.877	3.294	3.278	3.094	3.163	3.559	5.061	4.643	3.185	3.914	3.028	5.146	45.242
ENCARGOS	2.528	2.136	2.147	2.007	2.063	2.320	2.093	2.402	2.363	2.904	2.247	3.255	28.467
ASSIST.SOCIAL	1.310	1.576	1.469	1.397	1.323	1.644	1.510	1.815	1.576	1.530	1.437	1.414	18.003
INDENIZAÇÕES	-	-	-	-	-	-	-	-	3.522	30	-	889	4.442
TOTAL PESSOAL	7.716	7.007	6.894	6.499	6.549	7.523	8.665	8.859	10.647	8.379	6.712	10.705	96.153
MATERIAIS	-	1.075	210	1.852	-	-	-	(18)	150	295	38	166	3.767
COMISSÃO S/CARTÃO	263	(38)	53	-	222	201	266	199	82	470	535	1.535	3.788
COMUNICAÇÃO	338	107	436	459	641	190	311	542	252	448	251	342	4.317
M.O III	-	280	157	374	154	539	139	29	30	179	10	161	2.052
FUNDO DE PROMOÇÃO	151	50	982	585	565	453	926	139	388	655	1.097	355	6.345
ALUGUEL EQUIPAMENTO	101	101	100	99	-	-	-	-	-	-	-	-	400
ALUGUEL IMÓVEL	8.759	6.636	6.747	6.733	6.736	6.920	6.611	6.501	6.433	6.396	6.447	6.552	81.471
DEPRECIÇÃO	1.715	2.228	2.205	3.604	2.648	2.632	2.616	2.589	2.570	2.555	2.548	1.792	29.702
ASSINATURA MENSALIDADE	198	109	127	43	102	104	267	101	58	187	184	97	1.577
ALVARÁ DE LICENÇA	-	-	-	-	261	-	-	-	-	-	-	-	261
VIAGENS/ESTADAS	-	-	-	-	-	-	-	-	41	-	-	-	41
PROPAGANDA	98	-	-	-	-	-	-	-	-	1.420	-	-	1.518
PROMOÇÕES	1.515	-	-	18	-	-	327	-	-	115	203	839	3.018
TOTAL DESPESAS VENDAS	20.854	17.555	17.910	20.265	17.877	18.561	20.129	18.943	20.651	21.098	18.024	22.542	234.410
DESPESAS TOTAIS (2+3+4)	29.339	30.504	29.303	39.363	37.108	35.897	35.696	34.511	34.726	39.153	33.518	61.431	440.548
RESULTADO	(9.275)	(5.429)	(7.062)	30	3.130	(61)	(2.336)	(4.053)	(7.276)	(1.391)	(5.548)	25.396	(13.875)
PERCENTUAL S/VENDAS	-46,2%	-21,7%	-31,8%	0,1%	7,8%	-0,2%	-7,0%	-13,3%	-26,5%	-3,7%	-19,8%	29,2%	-3,3%