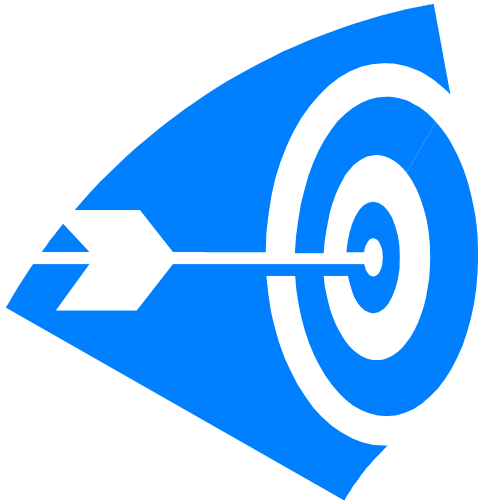


# ANÁLISE ECONÔMICA DE CUSTOS E PREÇOS

## CASOS PRÁTICOS PARA VOCÊ APLICAR JÁ



- ✓ **Baixando preço e compensando com um aumento no volume das vendas**
- ✓ **Considerando apenas 1 (um) produto**
- ✓ **Considerando diversos produtos**

### **Francisco Cavalcante** ([francisco@fcavalcante.com.br](mailto:francisco@fcavalcante.com.br))

- Sócio-Diretor da Cavalcante & Associados, empresa especializada na elaboração de sistemas financeiros nas áreas de projeções financeiras, preços, fluxo de caixa e avaliação de projetos. A Cavalcante & Associados também elabora projetos de capitalização de empresas, assessora na obtenção de recursos estáveis, além de compra e venda de participações acionárias.
- Administrador de Empresas graduado pela EAESP/FGV.
- Desenvolveu mais de 100 projetos de consultoria, principalmente nas áreas de planejamento financeiro, formação do preço de venda, avaliação de empresas e consultoria financeira em geral.

# ÍNDICE

1. APRESENTAÇÃO .....	3
2. ANÁLISE DE CUSTOS E PREÇOS DE 1 (UM) PRODUTO.....	4
3. ANÁLISE DE CUSTOS E PREÇOS CONSIDERANDO DIVERSOS PRODUTOS .....	6

## 1. Apresentação

Na maioria dos mercados há intensa concorrência.

Há um excesso de oferta de produtos em relação à demanda, o que empurra os preços para baixo.

Se uma empresa tem que diminuir o preço de um produto, a saída está em compensar com um aumento no volume de vendas.

Isto é necessário para preservar, ou pelo menos tentar preservar, uma meta de lucro desejada.

Que meta de lucro é essa?

**É a margem de contribuição total.**

Em percentual ou em valor absoluto?

**Em valor absoluto.**

Não nos esqueçamos que o lucro é, na sua essência, um valor absoluto.

Se um investidor aplica \$1.000.000 num negócio na expectativa de um retorno de 30% ao ano, a meta de lucro é de \$300.000 por ano ( $0,30 \times \$1.000.000$ ).

Não importa se estes \$300.000 venham a representar 5%, 10% ou 20% da receita total. O que os investidores desejam é ganhar \$300.000 por ano.

## 2. Análise de Custos e Preços de 1 (um) Produto

Existe um produto dentre os 50 fabricados por uma empresa e que representa 5% do faturamento total.

As principais informações para a tomada de decisão são as seguintes:

Preço de venda unitário (PVU) = \$100  
 Impostos sobre o preço = \$10 (10% do PVU)  
 Custo variável unitário (CVU) = \$60  
 Margem de contribuição unitária (MCU) = \$30  
 Venda média anual: 150.000 unidades

O mercado está impondo uma redução de 5% no preço de venda.

A MCU diminuirá.

O que fazer?

Compensar com um aumento no volume de vendas.

Como proceder?

Primeiro vamos determinar a margem de contribuição total (MCT) com base na média anual de vendas.

PVU	\$100,00
(-) Impostos	(\$10,00)
(-) CVU	(\$60,00)
(=) MCU	\$30,00
Venda média anual	150.000
<b>MCT</b>	<b>\$4.500.000 (150.000 x \$30)</b>

Se a empresa “**já conquistou**” uma MCT de \$4.500.000, ela também desejará preservar esta mesma MCT com o preço de venda 5% menor.

Portanto, qual deverá ser o aumento no volume médio anual de vendas.

O passo seguinte consiste em determinar a nova MCU depois da queda de 5% no PVU.

PVU	\$95,00
(-) Impostos	(\$9,50)
(-) CVU	(\$60,00)
(=) MCU	\$25,50

Para conquistar a MCT de \$4.500.00 com uma MCU de \$30, a empresa necessita vender 150.000 unidades por ano ( $\$4.500.000 / \$30$ ).

Para conseguir a mesma MCT de \$4.500.00 com uma MCU de \$25,50, agora a empresa necessita vender 176.471 unidades por ano ( $\$4.500.000 / \$25,50$ ).

Portanto, o crescimento no volume médio anual em face de uma queda no PVU de 5%, será de 18% ( $176.471 / 150.000$ ).

**Fundamental:** para que a resposta deste problema esteja correta, as MCUs de \$30 e de \$25,50 deverão estar 100% corretas. Para tanto, o CVU de \$60 deverá ser “*verdadeiramente variável*”. Nada de custo fixo rateado por produto, pois, neste caso, a simulação faria que o “*custo fixo variasse*”.

### 3. Análise de Custos e Preços Considerando Diversos Produtos

Uma divisão com 50 produtos apresenta a seguinte média de desempenho ao longo dos últimos 5 anos:

Vendas anuais	<b>\$100.000,00</b>
(-) Impostos	<b>(\$15.000,00)</b>
(-) Custo variável total (CVT)	<b>(\$65.000,00)</b>
(=) Margem de contribuição total (MCT)	<b>\$20.000,00</b>
MCT%	<b>20,00%</b>

Há diversos valores para a MCU de cada produto, variando de \$10 a \$100.

Todavia, as MCUs de todos os produtos tem algo em comum: as MCUs% de todos os produtos são muito parecidas, girando ao redor de 20% conforme o quadro acima.

Vamos assumir que todos os 50 produtos desta divisão deverão sofrer uma redução de 5% no seu preço de venda.

Qual deverá ser o crescimento médio na venda de cada um dos 50 produtos para compensar a queda de 5% no preço de venda?

O quadro abaixo toma um produto hipotético antes e depois da queda de 5% no preço de venda.

PVU	<b>\$100,00 (antes)</b>	<b>\$95,00 (depois)</b>
(-) Impostos	<b>(\$15,00)</b>	<b>(\$14,25)</b>
(-) CVU	<b>(\$65,00)</b>	<b>(\$65,00)</b>
(=) MCU	<b>\$20,00</b>	<b>\$15,75</b>
MCU%	<b>20,00%</b>	<b>16,58%</b>

A queda da MCU% de 20% para 16,58% vale para este e para todos os demais 50 produtos.

Para compensar a queda de 5% no preço de venda, os 50 produtos deverão vender mais para preservar a MCT de \$20.000. Quanto a mais?

O novo ponto de equilíbrio em receita (PER) é determinado da seguinte maneira:

PER	=	\$20.000	=	\$120.635
		0,1658		

O crescimento no volume de vendas pode ser estimado da seguinte maneira:

Vamos tomar os mesmos PVUs do produto hipotético:

PE antes da queda	=	\$100.000	=	1.000 unidades
		\$100		

PE antes da queda	=	\$120.635	=	1.670 unidades
		\$95		

A suposição de um único produto tem pouca importância, pois, na verdade, são 50 produtos.

Todavia, a relação entre os 2 PEs tem utilidade, pois, o que vale para este produto vale para os demais 50 produtos.

O aumento no volume de vendas para compensar a queda no preço de venda de 5% deverá ser de 67% (1.670 / 1.000).