

## GESTÃO DE PREÇOS

### APRESENTAÇÃO

As empresas, de modo geral, aprimoraram suas capacidades de redução de custos como principal alternativa para a melhoria dos resultados, sem observar, mais atentamente, as possibilidades que a gestão mais elaborada de suas políticas de preços pode potencializar.

O presente curso pretende preparar os participantes a identificar oportunidades de precificação, seja através de estratégias e táticas não utilizadas, atualmente, em suas organizações, seja por ferramentas de controle e métricas não triviais.

Ao final do módulo, os participantes estarão aptos a identificar oportunidades de crescimento nos resultados das empresas, derivadas de estratégias e controles de suas políticas de preços e de metodologias de custeamento.

### RESULTADOS PARA A ORGANIZAÇÃO

Para as empresas que necessitam gerir melhor seus resultados por produtos/serviços, clientes, canais de vendas, etc., algumas ferramentas apresentadas neste curso podem ser de extrema valia, pois permitem a identificação de oportunidades de precificação, nem sempre aproveitadas ou maximizadas.

### RESULTADOS PARA OS PARTICIPANTES

- Identificação dos principais componentes do processo de precificação.
- Abordagem bastante prática do conteúdo conceitual.
- Utilização de software aplicativo ("Preço Certo"), totalmente aplicável ao dia a dia da atividade de precificação.
- Conteúdo com as mais modernas de precificação (Preços a partir do valor percebido e "Revenue Management").

### CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

#### A) Aspectos Mercadológicos

1. Indicadores de resultado básicos das empresas e suas correlações com os tipos de mercado e setor de atividade: EBITDA, Rentabilidade, margem de contribuição.
2. Fatores Externos à empresa: tipos de mercado, elasticidade preço-demanda.
3. Fatores Internos: posicionamentos e estratégias de preços; como medir o valor percebido pela marca e os preços por esta metodologia; precificação de novos produtos.
4. Preços de Serviços: principais características, ganhos na aplicação da discriminação de preços ("Revenue Management").

#### B) Aspectos tributários.

5. Tributos incidentes sobre os preços e resultados das empresas; regimes tributários, Substituição tributária; consequências para a competitividade das empresas.

#### C) Aspectos Financeiros.

6. Conceituação dos custos e como alocá-los aos preços de venda de produtos e serviços; métodos de custeio Absorção e Variável.
7. Metodologias para identificação de oportunidades e riscos nos resultados, derivadas dos preços praticados.
8. Efeito dos prazos de pagamento nas margens e no capital de giro dos produtos.

### **METODOLOGIA**

O curso será desenvolvido através de exposições dos conceitos mercadológicos, tributários e financeiros essenciais para a correta precificação. Em paralelo, serão realizadas sessões práticas, utilizando planilhas eletrônicas e o software “Preço Certo”.

### **MATERIAIS DIDÁTICOS**

Além dos materiais para acompanhamento do curso, os participantes receberão o livro *Gerência de Preços*, de autoria de Roberto Assef, professor deste curso.

### **CARGA HORÁRIA**

O curso terá a duração de 16 (dezesesseis) horas, em dois dias.

### **PROFESSOR – Roberto Assef**

Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal Fluminense (UFF). MBA Executivo em Finanças pelo IBMEC e Pós-Graduado em Marketing pela PUC-RJ. Formado em Administração Pública pela Fundação Getúlio Vargas (SP), é diretor da Lucre Consultoria de Lucratividade. Autor do livro “*Gerência de Preços*”, além de ter desenvolvido o *software* “Preço Certo”. É professor dos cursos de Pós-Graduação em Marketing, Gestão e Varejo, na Fundação Getúlio Vargas. Mentor do Instituto Endeavor de Empreendedorismo.

*Professor do IDEMP – Instituto de Desenvolvimento Empresarial.*