

Descobrimo o custo do concorrente...

* José Alberto Bonassoli

Você não precisa fazer espionagem industrial para conhecer o custo da concorrência! Nem tampouco precisará “comprar” funcionários deles ou tampouco contratar o “James Bond”!

Mas, então como proceder para descobrir os custos da concorrência, sem ter um “olheiro lá dentro”!

Muito simples, basta uma “pequena” fórmula matemática, que para muitos dos leitores se tornará numa fórmula mágica! Muito bem, se você se interessou leia com atenção o que vou contar para vocês.

Tudo se resume numa fórmula para cálculo de preços, que chamamos de “mark up de venda”.

O mark up de venda terá que ser usado em operação inversa, para que você descubra o custo do concorrente! Complicuei, não?

Talvez para alguns, o que estou falando seja uma rotina em suas empresas, mas para uma grande maioria que nesse momento estão lendo nosso artigo, isto poderá ser a “salvação da lavoura”!

Bem, como muitos dos leitores não conhecem ou não sabem como funciona um mark up de vendas, antes de mostrarmos a “fórmula mágica”, vamos dar uma explicação geral sobre o seu funcionamento.

A maior dificuldade para calcularmos um preço de venda é que no Brasil, os impostos, incidem por dentro do preço e não sobre o preço!

Um dos poucos impostos sobre o preço é o IPI (Imposto sobre produtos Industrializados), e aqui isso é uma forma de se arrecadar mais. Dificilmente haverá em curto prazo uma reforma tributária que deixe de penalizar os contribuintes.

Nos países mais desenvolvidos, os impostos são cobrados sobre o preço, depois se cobra o imposto sobre a renda, cuja base de cálculo é o lucro líquido.

Todavia, como a margem de contribuição está calculada sobre o preço, todos os valores cobrados nos preços de venda acabam ficando em “cascata”.

Então vejamos, vamos listar o que se cobra embutido no preço de venda:

Pis	0,65
Cofins	3,00
ICMS	12,00(1)
CPMF	0,30(2)

T. dos Impostos: 15,95%

(1) Alíquota atual para operações interestaduais entre contribuintes do ICMS.

(2) A CPMF, cobra-se depois do recebimento do valor da venda, quando se efetua o saque na conta bancária, funciona como se estivesse embutida no preço, se houver IPI, calcula-se um percentual sobre o IPI.

O primeiro passo foi dado. Somamos todos os impostos do exemplo que estamos montando. Poderá haver outros, tudo depende do tipo de produto que a sua empresa vende.

O passo seguinte para encontrarmos o mark up de venda, será levantarmos as provisões para despesas que a sua empresa normalmente cobra embutida no preço de venda.

Como exemplo citamos algumas:

Despesa financeira para venda 30 dias	4,00
Garantia	...1,00
Overhead	.10,00
Comissões	5,00
T.Despesas	20,00

As despesas poderão variar de acordo com a atividade, produto ou determinações e vontades dos dirigentes da empresa.

Resta apenas determinarmos a margem de contribuição ou margem bruta de lucros, para o nosso exemplo usaremos 10%. Poderemos parar por aqui com os percentuais, mas você pode eventualmente querer provisionar o Imposto de Renda e a Contribuição Social sobre o "lucro".

Nesse caso teremos que recorrer a uma fórmula matemática, para descobrirmos qual terá que ser a nossa margem antes do Imposto de renda.

No nosso exemplo vamos utilizar 15% de Imposto de Renda e 9% de Contribuição Social.

Como acharmos a margem antes do imposto de renda:

$$\text{MAIR} = 1 - \text{SIRCS}$$

MAIR = Margem antes do Imposto de Renda e Contribuição Social.

SIRCS = Somatório do Imposto de Renda e da Contribuição Social.

Calculando teremos:

$$\text{MAIR} = 1 - 0,24$$

$$\text{MAIR} = 0,76$$

Encontrado o MAIR basta dividirmos o percentual do imposto pelo MAIR, cujo resultado é 13,16%. Nesse caso a nossa margem antes do imposto é que deverá ser somada aos demais percentuais.

Somando os percentuais:

Impostos	15,95
Despesas	20,00
MAIR	13,16
Total	49,11

Aqui eu chamo a atenção do leitor, não multiplique o total percentual encontrado pelo custo para encontrar o preço de venda! Esse somatório ainda não é o mark up de venda.

É comum encontrarmos pessoas que por falta esclarecimentos e de conhecimentos aritméticos, na hora de calcularem o preço de venda simplesmente, multiplicam o custo por 1,4911 (número do nosso modelo).

Essa prática é totalmente errada, pois tudo o que somamos incidirá sobre o preço de venda, e aí temos um grande paradoxo.

Como calcularmos um percentual sobre o custo, que incide sobre um preço de venda que eu não sei?

Novamente para encontrarmos o mark up de vendas teremos que recorrer para uma fórmula matemática:

$$\text{Mark up} = 1(y) / [1(x) - \text{STP}]$$

Muito complicado?

Vamos esclarecer!

O primeiro “1” que chamamos de “y” é a incógnita do custo de produção ou aquisição que eu no momento não sei. No exemplo estamos criando um mark up multiplicador genérico.

O segundo “1” da fórmula que chamamos de “x”, é a incógnita do preço de venda que também eu não sei ainda, pois teremos que descobrir.

E, finalmente STP que é apenas as letras de soma do total dos percentuais, 49,11.

Substituindo tudo isso na fórmula terá:

$$\text{Mark up} = 1 / (1 - 0,4911)$$

$$\text{Mark up} = 1,96502$$

Recomenda-se de quatro a cinco casas depois da vírgula. Bem temos o nosso mark up de venda. Para encontrarmos o preço de venda será necessário multiplicarmos o custo por esse fator.

Caro leitor analise com vagar pois é muito fácil calcular o preço de vendas.

Após toda essa explicação, que achamos necessária para encontrarmos o custo do concorrente, podemos finalmente chegar na “fórmula mágica”.

Nesse momento que passa nossa economia, cada vez mais os preços serão ditados pelo mercado. Será uma guerra onde vencerá quem tiver o menor preço, a melhor qualidade e o menor prazo de entrega!

Por esse motivo que a fórmula se tornará prática e rápida para calcularmos em qual o custo a minha empresa deverá produzir ou comprar para ganharmos da concorrência.

Apenas um item vocês terão que saber a respeito do concorrente: o preço de venda.

Bem se você tem o preço de venda, basta fazermos a operação inversa do mark up multiplicador. Vamos supor que o concorrente tenha um preço de R\$ 150 a unidade.

Divida R\$ 150 pelo seu mark up. ($150 / 1,96502$), o custo que você terá que praticar para no mínimo empatar com a concorrência será de R\$ 76,34.

Ainda duvidam? Pois bem, o custo encontrado não significa exatamente o do concorrente, mas sem muitos investimentos em “pirataria industrial” (isso é crime), vocês poderão tranquilamente descobrir ao custo provável que estão praticando.

Mais, para a estrutura que você montou de mark up terá que ser o seu custo para continuar na “parada”!.

Se você não consegue praticar esse custo, com certeza o seu problema estará nos processos de fabricação!.

Então, mexam-se!

* Contador, pós-graduado em Finanças, mestrando em Dirección y Administración de empresas pela ESADE de Barcelona Espanha, professor na FAO Faculdade Opet, Presidente da Bonassoli & Cia. Ltda Auditores, Consultores e Contadores.

E-mail: bonassoli@onda.com.br