



Formação de Preço para empresas contábeis

Facilitador: Antonio Macário
Sócio Fundador da Adamanto Contabilidade &
Consultoria

Networking:

Qual o seu nome?

Já é empresário?

Se empresário, qual o nome da empresa?

Se não é empresário, deseja empreender?

Qual a sua maior necessidade desse curso?



EMENTA DO CURSO:

Apresentar conceitos, metodologias e ferramentas para quem busca empreender com excelentes resultados, possibilitando criar uma metodologia de formação de preço com ênfase no Markup, com foco na lucratividade.

Resultados esperados: Após o curso, você estará apto a:
Conhecer conceitos, metodologias e a prática de ferramentas que impactam na comercialização dos serviços;

Módulo 1: Introdução

Pesquisa do mercado contábil
Preço x Valor;
Proposta de vida;
A contabilidade já mudou! E você?;

Módulo 2: Mapeamento dos processos de cada setor – 5w2h

Mapeamento do setor contábil
Mapeamento do setor fiscal
Mapeamento do setor pessoal

Módulo 3: Formação de Preços com Lucratividade

Antes do preço, existe o planejamento (BP e DRE);
Margem de Contribuição;
Ponto de Equilíbrio;
Taxa de Marcação ou Markup;

Módulo 4: Praticando a formação de preço com base no Markup e horas trabalhadas



Bibliografia

Planos de Negócios Vencedores: segredos e estratégias para tingir o sucesso / Rhonda Abrams;
Business Model Generation / Alexander Osterwalder & Yves Pigneur;
Desafios de vendas / Raúl Candeloro e Marlus Jungton



Módulo 1: Introdução

Formação de preço para empresas contábeis.

“Meu cliente não quer ter contabilidade. Ele odeia analisar Balanço...”

Será que é só ele?

A pesquisa foi realizada em grupos do Zap no dia 03/08/2017.

Participaram da pesquisa: 102 contadores

Faturamento anual da empresa contábil.		
DESCRIÇÃO	QDE	%
até R\$ 60.000,00	41,00	40,20%
De R\$ 60.000,01 até R\$ 180.000,00	23,00	22,55%
De R\$ 180.000,00 até R\$ 3.600.000,00	36,00	35,29%
Acima de R\$ 3.600.000,00	2,00	1,96%
TOTAL	102,00	100%

Seu escritório, digo empresa tem contabilidade e analisa os próprios resultados? Veja bem, estou falando da sua e não dos seus clientes.

DESCRIÇÃO	QDE	%
Sim	58	57%
<i>Não</i>	<i>44</i>	<i>43%</i>
TOTAL	102	100%

Qual a margem aplicada para os serviços de assessoria fiscal, pessoal e contábil.

DESCRIÇÃO	QDE	%
até 10%	10	9,80%
De 11% até 20%	15	14,71%
De 21% a 35%	24	23,53%
Acima de 35%	21	20,59%
<i>Não sei informar.</i>	<i>32</i>	<i>31,37%</i>
TOTAL	102	100%

**“Tudo o que tocamos com
o nosso conhecimento
transformamos em ouro
para os nossos clientes.”**

Antonio Macário – Contador
(artigo – O toque de ouro do Contador)

Prepare-se
para o
pedido de
desconto!



Reunião
COMERCIAL e o
que FAZER?



Manual do
comprador

Manual do
vendedor



“Compre
batom”

Desejo de
comprar!

Módulo 1: Preço x Valor

Desenvolver a habilidade de negociar
para ganhar.
Ser empreendedor!

PERCO

Quando entro na guerra dos
descontos, onde $1 - 2 = -1$

GANHO

Quando vendo proposta,
onde $2 - 1 = +1$

PREÇO X VALOR



Vestido
R\$ 289,99



Vestido
R\$ 379,99



Berço
R\$ 2.999,99

Preço estará relacionado com o **dinheiro**.

O que nem sempre será (o preço) o valor dado pelo comprador a um produto.

PATERNIDADE e MATERNIDADE

E qual o **pai** de entre vós que, se o **filho** lhe **pedir pão**,
lhe dará uma **pedra**? Lucas 11



PREÇO X VALOR



A Graco nasceu dessa ideia simples ->
“cuidar de quem cuida deles”



Fazer com que o cliente enxergue esse **valor**, o deixará com a sensação de que a aquisição foi um bom negócio, **INDEPENDENTEMENTE** do **preço**.

Valor só existirá se o produto/serviço apresentar **benefício para o cliente**.

Sempre será o valor dado pelo comprador a um produto/serviço.

— ? Qual a sua —

Proposta de vida



O que é essa tal de proposta de valor?

Já falo isso desde ...

Em 384 a.C – 322 a.C



“na intersecção de **SEUS**
talentos únicos com as
necessidades do mundo
encontra-se a **SUA**
vocaçãõ”.
Aristóteles

O que é essa tal de proposta de valor?

“na intersecção dos talentos de sua **ORGANIZAÇÃO** e as necessidades do mundo, encontra-se o propósito de sua **ORGANIZAÇÃO**”.

Joey Reiman



ALGUNS EXEMPLOS DE PRAPOSTA DE VALOR

EMPRESA	PROPOSTA DE VALOR
Grupo Algar	Gente servindo gente. Site: http://www.algar.com.br/ Produtos e Serviços de Tecnologia e Comunicação.
ING (serviços financeiros)	Empoderando pessoas para estarem um passo à frente na vida e nos negócios Site: https://www.ing.com/Home.htm Produtos e Serviços de Banco, Seguros e Investimentos.
Kellogg (alimentação)	Nutrindo famílias para que elas floresçam e prosperem Site: http://www.kellogg.northwestern.edu/ Produtora de cereais.
IAG (seguradora)	Ajudar as pessoas a gerenciar risco e a se recuperar da dificuldade de uma perda inesperada Site: https://www.aig.com.br/home Serviços de seguros.
DICA!	O propósito é forte o suficiente e bom para os negócios quando: mobiliza as pessoas de uma forma que a busca pelo lucro individual não ocorrerá, por isso que o propósito cria apóstolos . Coloque o seu propósito em tudo o que faz.

Descreva sua atual proposta de vida

Dicas!

Não é a atividade da sua empresa (CNAE);
Não é trazer tão somente faturamento para
você, mas também satisfazer as dores do
cliente;

Exemplo: Uma padaria deixa de vender
“pão”, para vender prazer em encontrar
amigos e familiares.



Agora descreva a nova proposta de vida (se for o caso)

“na intersecção de **SEUS** talentos únicos com as necessidades do mundo encontra-se a **SUA** vocação”.
Aristóteles



“na intersecção dos talentos de sua **ORGANIZAÇÃO** e as necessidades do mundo, encontra-se o propósito de sua **ORGANIZAÇÃO**”.
Joey Reiman





	ON- LINE	DIGITAL	TRADICIONAL
Proposta de Valor	Preço Baixo	+ Produtividade e conformidade legal	Obrigações sempre em dias
Relação com o Cliente	Self Service	Personalizada com proximidade consultiva	Personalizada com proximidade consultiva
Integração Cliente/Contador	Portal para o Self Service	Integração entre Sistemas	Malote e Digitação
Compromisso	Com o processo	Com o cliente	Com o cliente
Estratégia de Mercado	Concorrência por preço	Posicionamento por valor	Posicionamento por preço ou valor
Estratégia de Expansão	Ativa baseada no preço	Ativa baseada no valor	Indicação

Hotel (...)



Descobrimo o seu modelo de contabilidade (Sim/Não)

DESCRIÇÃO	ON-LINE	DIGITAL	TRADICIONAL
Proposta de Valor			
Relação com o cliente			
Integração cliente/contador			
Compromisso			
Estratégia de mercado			
Estratégia de Expansão			

Módulo 2: Mapeamento dos serviços de cada setor



Ferramenta: 5w2h

OBJETIVO	Mapear o processo de contas a pagar		
PASSO A PASSO	PROCESSO 1	PROCESSO 2	PROCESSO 3
O QUE? (Ação)	Lançamentos manuais e integrados	Conferir valores com documentos	Conciliação
POR QUE? (Justificativa)	Todos os valores que geram saída de caixa devem está no sistema para análise da DFC	Analisar se existem valores no sistema distintos do documento a pagar	As saídas de disponibilidades, devem está conciliada para correta análise das demonstrações contábeis
QUEM? (Responsável)	Funcionário Antonio	Funcionário José	Funcionário Maria
ONDE? (Local)	Setor Financeiro, Estoque e outros	Setor Financeiro	Setor Financeiro
QUANDO? (Cronograma)	Dia +1	Dia +1	Dia +1
COMO? (Etapas)	Realizar lançamentos e integrações conforme boletos, notas fiscais, extratos e outros	Realizar conferência conforme boletos, notas fiscais, extratos e outros	Comparativo dos relatórios do sistema com arquivos do banco e outros
QUANTO? (Custo)	Salário do responsável	Salário do responsável	Salário do responsável

Ferramenta: 5w2h

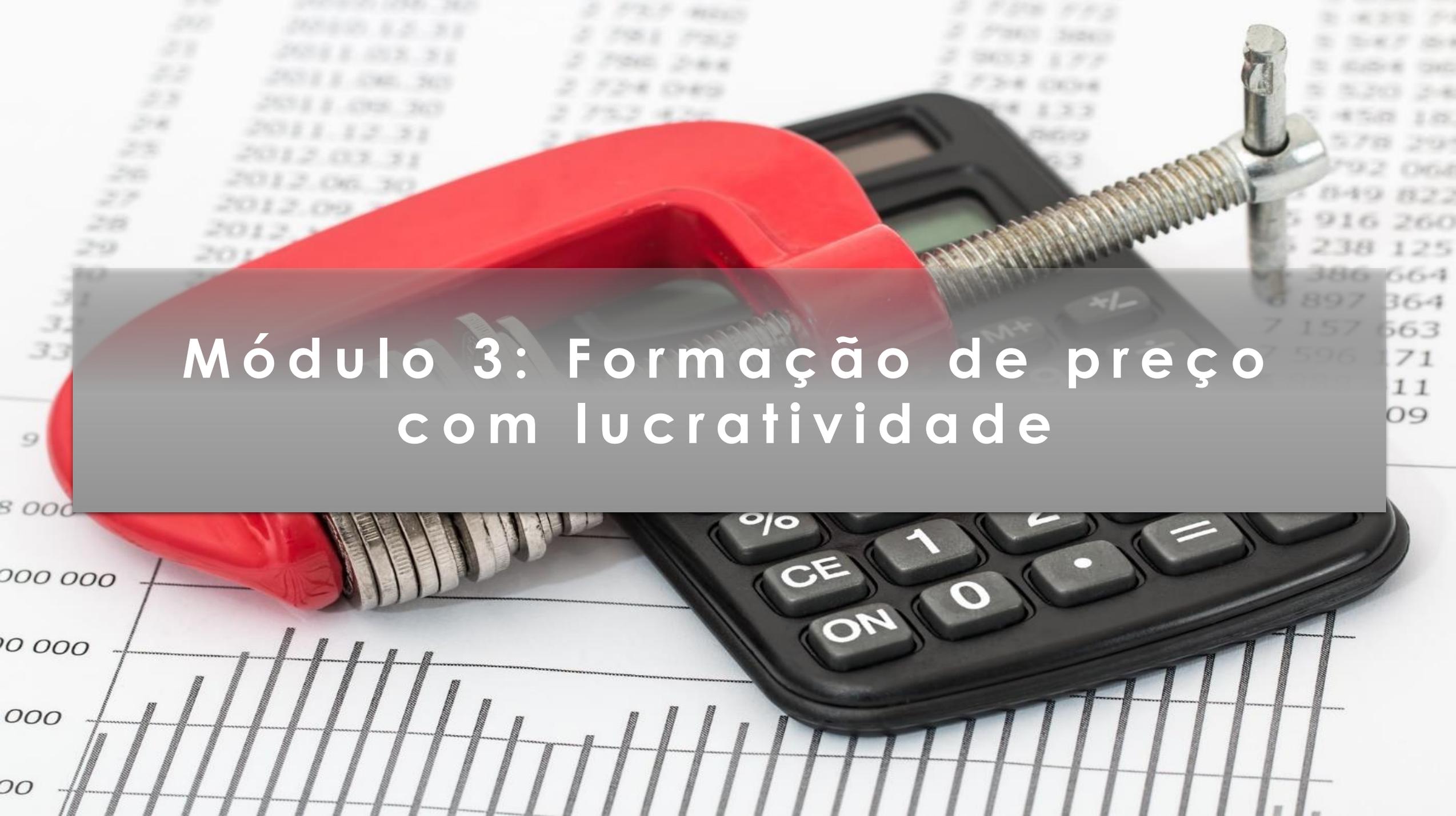
OBJETIVO	Mapear três processos do setor contábil		
PASSO A PASSO	PROCESSO 1	PROCESSO 2	PROCESSO 3
O QUE? (Ação)			
POR QUE? (Justificativa)			
QUEM? (Responsável)			
ONDE? (Local)			
QUANDO? (Cronograma)			
COMO? (Etapas)			
QUANTO? (Custo)			

Ferramenta: 5w2h

OBJETIVO	Mapear três processos do setor fiscal		
PASSO A PASSO	PROCESSO 1	PROCESSO 2	PROCESSO 3
O QUE? (Ação)			
POR QUE? (Justificativa)			
QUEM? (Responsável)			
ONDE? (Local)			
QUANDO? (Cronograma)			
COMO? (Etapas)			
QUANTO? (Custo)			

Ferramenta: 5w2h

OBJETIVO	Mapear três processos do setor pessoal		
PASSO A PASSO	PROCESSO 1	PROCESSO 2	PROCESSO 3
O QUE? (Ação)			
POR QUE? (Justificativa)			
QUEM? (Responsável)			
ONDE? (Local)			
QUANDO? (Cronograma)			
COMO? (Etapas)			
QUANTO? (Custo)			

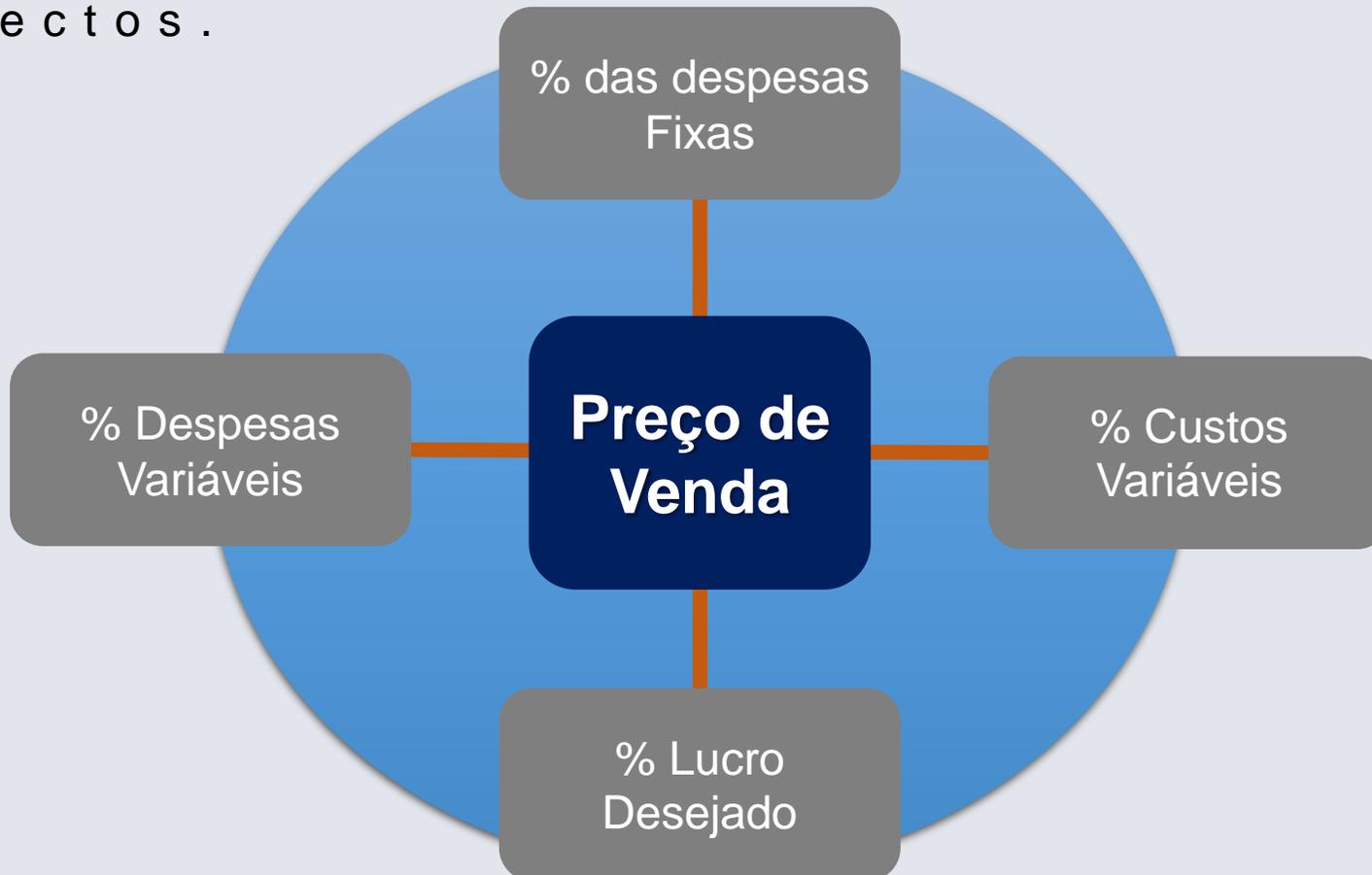
A red telephone receiver is positioned on the left side of the image. To its right is a black calculator. Further right is a metal bolt with a nut. The background consists of a document with a bar chart at the bottom and a table of numbers at the top. The bar chart has a vertical axis with labels like '000 000' and '000 000'. The table has columns of numbers, some of which are bolded. A semi-transparent grey box is overlaid on the center of the image, containing the text 'Módulo 3: Formação de preço com lucratividade' in white.

Módulo 3: Formação de preço com lucratividade

Técnica do “Chutomêtro”

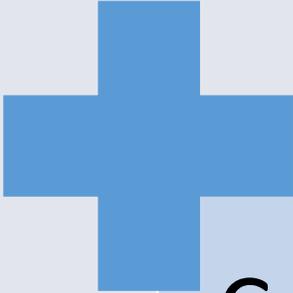
É isso mesmo! A técnica do “chutomêtro” é amplamente utilizada por muitos empreendedores e torço para que você não seja um especialista nessa técnica.

Esqueça a técnica do “chutomêtro”! Considere desde já no preço cobrado dos seus produtos/serviços os seguintes aspectos.



O **Preço** deverá ser satisfatório para cobrir todos os custos do produto/serviço, impostos, comissões, etc. E claro que deverá contribuir a pagar as despesas fixas da empresa e ao final de tudo deixar lucro para você empresário/sócio.

RECEITA



Custos variáveis mudam e
Custos fixos não mudam



Custos variáveis mudam e
Custos fixos não mudam

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

É o valor ideal para cobrir os custos e despesas fixas e variáveis para gerar lucro.

Faturamento – (custos e despesas variáveis)

FATURAMENTO

R\$ 180.000,00

**CUSTOS E DESPESAS
VARIÁVEIS**

R\$ 120.000,00

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

R\$ 60.000,00

**CUSTOS E DESPESAS
FIXAS**

R\$ 55.000,00

LUCRO

R\$ 5.000,00

Se a margem de contribuição for positiva, MAS não ocorrerem controles dos custos de despesas fixas, o LUCRO será impactado.

PONTO DE EQUILÍBRIO

Demonstra o equilíbrio das receitas e despesas.

Custos e Desp Fixas / Marg. Contribuição

FATURAMENTO

R\$ 180.000,00

**CUSTOS E DESPESAS
VARIÁVEIS**

R\$ 120.000,00

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

R\$ 60.000,00

**CUSTOS E DESPESAS
FIXAS**

R\$ 55.000,00

LUCRO

R\$ 5.000,00

**CUSTOS E DESPESAS
FIXAS**

R\$ 55.000,00

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

R\$ 60.000,00

Ponto de Equilíbrio

91,67% ou R\$ 165.000,00

Faturam. – R\$ 165 mil
Custos variáveis – R\$ 110 mil
* proporcional a 66,67% de R\$ 165 mil
Custos fixos – R\$ 55 mil

(=) P.E. R\$ 0,00

VAMOS PRATICAR

Na tabela “A”, existe a Demonstração de Resultado da Empresa “Só Lucros Ltda”. Organize as contas e valores na tabela “B” e calcule a Margem de Contribuição e Ponto de Equilíbrio.

DESCRIÇÃO – Tabela A	VALOR
Receitas com Serviços Prestados	R\$ 100.000,00
(-) Impostos s/ Serviços Prestados	R\$ 6.000,00
(-) Custo com Salário Produtivos	R\$ 10.000,00
(-) Encargos s/ Salário Produtivos	R\$ 1.600,00
(=) Lucro Bruto	R\$ 82.400,00
(-) Despesa com aluguel	R\$ 1.000,00
(-) Despesa com energia	R\$ 500,00
(-) Despesa com telefone/internet	R\$ 300,00
(-) Despesa com Salário da Administração	R\$ 4.000,00
(-) Despesa com Prolabore	R\$ 5.000,00
(-) Despesas com Encargos	R\$ 2.000,00
(-) Despesas com taxas boletos/cartão de crédito	R\$ 5.000,00
(=) Lucro/Prejuízo	R\$ 64.600,00

Atenção!
Por favor verifique se os dados são os mesmo que estão no material de apoio.

VAMOS PRATICAR

DESCRIÇÃO – Tabela B	VALOR
Receitas com Serviços Prestados	
(-) Custos variáveis	
(=) Margem de Contribuição	
(-) Custos Fixos	
(=) Lucro/Prejuízo	

DESCRIÇÃO	VALOR	%
Receitas com Serviços Prestados		-----
(-) Custos variáveis		
(-) Custos Fixos		

Ponto de Equilíbrio	
Custos Fixos	
(/) Margem de Contribuição	

Receitas com Serviços Prestados	
(-) Custos variáveis	
(-) Custos Fixos	
Ponto de Equilíbrio	

MARK-UP

Entende-se por mark-up, como o índice multiplicador sobre o custo direto para a formação do preço de venda, sendo capaz de cobrir todos os custos e ainda garantir a lucratividade desejada.

$$100/[100-(\text{desp. variáveis} + \text{desp. Fixas} + \text{Lucro pretendido})].$$

Onde:

- 100 representa o preço unitário total de venda em percentual;
- Desp. Variáveis para Despesas Variáveis;
- Desp. Fixas para Despesas Fixas;

Vamos ao passo a passo:

1. primeiro **identifique o percentual de despesas variáveis atribuído a cada unidade de produto ou serviço vendido;**
2. segundo **identifique o percentual que representam as despesas fixas do período para cada unidade de produto ou serviço;** e
3. terceiro é **definir o percentual de lucro pretendido para cada unidade de produto ou serviço.**

Exemplo 2:

Vamos considerar que seu produto ou serviço custa 20,00, e que você tem os seguintes índices:

DV=10%, DF=10% e LP=10%

Aos cálculos:

$$\text{Markup} = 100/[100-(10+10+10)] \quad \text{Markup} = 100/(100-30)$$

$$\text{Markup} = 100/70$$

$$\text{Markup} = 1,4287$$

Logo, para se obter o preço de venda, basta multiplicar o valor que representa o custo direto unitário da mercadoria pelo índice encontrado. Ou seja: **Preço de Venda = 20,00 x 1,4286 = 28,57**

DESCRIÇÃO	VALOR
Receita	R\$ 28,57
(-) Custo Variáveis	R\$ 20,00
(-) Despesas Variáveis	R\$ 2,86
(=) Margem de Contribuição	R\$ 5,71
(-) Cust e Desp Fixas	R\$ 2,86
(=) Lucro Líquido	R\$ 2,86
----> Marg de Lucro desejada	10,00%

MARK-UP

Entende-se por mark-up, como o índice multiplicador sobre o custo direto para a formação do preço de venda, sendo capaz de cobrir todos os custos e ainda garantir a lucratividade desejada.

$$100/[100-(\text{desp. variáveis} + \text{desp. Fixas} + \text{Lucro pretendido})].$$

Onde:

- 100 representa o preço unitário total de venda em percentual;
- Desp. Variáveis para Despesas Variáveis;
- Desp. Fixas para Despesas Fixas;

Vamos ao passo a passo:

1. primeiro **identifique o percentual de despesas variáveis atribuído a cada unidade de produto ou serviço vendido;**
2. segundo **identifique o percentual que representam as despesas fixas do período para cada unidade de produto ou serviço;** e
3. terceiro é **definir o percentual de lucro pretendido para cada unidade de produto ou serviço.**

Exemplo 3:

Sua empresa é do Simples Nacional e compra um produto a R\$ 50,00.

Alíquota do Simples Nacional – 10%

Comissão para cada produto vendido – 2%

Despesas Fixas – 6% do faturamento

Margem de Lucro – 15%

Aos cálculos:

$$\text{Markup} = 100/[100-(12+6+15)] \quad \text{Markup} = 100/(100-33)$$

$$\text{Markup} = 100/67$$

$$\text{Markup} = 1,4925$$

Logo, para se obter o preço de venda, basta multiplicar o valor que representa o custo direto unitário da mercadoria pelo índice encontrado. Ou seja: **Preço de Venda = 50,00 x 1,4925 = 74,63**

Caso soubesse o preço de venda e o preço de custo: R\$ 74,63 / R\$ 50,00 = 1,4925 (MARKUP)

VARIÁVEIS QUE IMPACTAM NA FORMAÇÃO DO PREÇO

Além dos custos diretos e indiretos, as políticas internas, as quais irão nortear como a empresa com seus produtos/serviços irão penetrar no mercado, este por sua vez irá interferir na formação de preço (fatores externos).

Margem

Analise muito mais além do mercado para precificar seus produtos e/ou serviços, conheça seus custos e despesas para ser capaz de gerar riqueza.

Veja possíveis cenários:

Para Giro Baixo e
Margem Baixa



Venda
Baixa e
Margem
Baixa

Para Giro Baixo e
Margem Alta



Venda
Baixa e
Margem
Alta

Para Giro Alto e
Margem Baixa



Venda
Alta e
Margem
Baixa

Para Giro Alto e
Margem Alta



Venda
Alta e
Margem
Alta



Atenção

Nesse momento é que a técnica do “chutomêtro” se demonstra incapaz de elevar seus lucros e caixa.

Quem ainda usa o “chutomêtro” simplesmente pega o custo variável e coloca uma taxa de marcação qualquer (2x, 3x) e esquecem principalmente das despesas fixas.

Se na formação do preço dos serviços, você não considerar as Despesas Fixas, quem vai pagar essa **Conta**





POTTERCERTEZA
os números não mentem!

MARK-UP OU TAXA DE MARCAÇÃO

Supondo que hoje nossa empresa receba um prospecto do Simples Nacional Prestadora de Serviço com 05 colaboradores e faturamento mês médio de R\$ 100.00,00.

CUSTO COM A MÃO DE OBRA DIRETA
Exemplo: R\$ 300,00

(Salário + Provisões + Benefícios + Encargos) / hora produtiva = valor da hora a ser alocada

SIMPLES NACIONAL DE 6%

DESPESAS FIXAS DE 20%

MARGEM DE LUCRO DE 35%

SOMANDO OS PERCENTUAIS = 61%

**61% - 100%
= 39% OU
1/39% = 2,5641**

LOGO O PREÇO DE VENDA SERÁ

Custo da MOD de
**R\$ 300,00 x
2,5641 =
R\$ 769,23**

QUEM DÁ MAIS?

QUEM DÁ MENOS?

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO E PONTO DE EQUILÍBRIO

(+) RECEITA R\$ 769,23

(-) CUSTO VARIÁVEIS R\$ 346,15

45%

Custo com MOD R\$ 300,00

Simples Nacional R\$ 46,15

(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO R\$ 423,07

(-) DESPESAS FIXAS R\$ 153,84

20%

(=) LUCRO LÍQUIDO R\$ 269,23

Custos Fixos R\$ 153,84
Margem de Contribuição R\$ 423,07
PONTO DE EQUILÍBRIO R\$ 279,72

DESCRIÇÃO	VALOR
RECEITA	R\$ 279,72
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 125,88
CUSTOS FIXOS	R\$ 153,85
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 0,00

Atenção

Quando for realizar sua primeira simulação ou revisão, esteja com o Balanço Patrimonial da sua empresa e Demonstração do Resultado. E depois, faça as seguintes simulações.

- ✓ Eleve as despesas fixas;
- ✓ Reduza as despesas fixas;
- ✓ Eleve seu faturamento previsto;
- ✓ Reduza seu faturamento previsto.

Preço para cima PODERÁ fazer você perder desnecessariamente um cliente. E o preço para baixo PODERÁ fazer você ganhar o cliente, MAS perder sua empresa!

VAMOS PRATICAR

Retomando a Demonstração de Resultado da Empresa “Só Lucros Ltda”, calcule o preço do serviço para o seguinte perfil de cliente: Será realizada toda a contabilidade de uma empresa e levará 20 horas mensais, sendo que 6 horas do estagiário, 10 horas do assistente, 2 horas do analista e 2 horas do coordenador. Veja o valor da hora de cada colaborador. Ah! O lucro desejado é de 35%.

DESCRIÇÃO – Tabela A	VALOR
Receitas com Serviços Prestados	R\$ 100.000,00
(-) Impostos s/ Serviços Prestados	R\$ 6.000,00
(-) Custo com Salário Produtivos	R\$ 10.000,00
(-) Encargos s/ Salário Produtivos	R\$ 1.600,00
(=) Lucro Bruto	R\$ 82.400,00
(-) Despesa com aluguel	R\$ 1.000,00
(-) Despesa com energia	R\$ 500,00
(-) Despesa com telefone/internet	R\$ 300,00
(-) Despesa com Salário da Administração	R\$ 4.000,00
(-) Despesa com Prolabore	R\$ 5.000,00
(-) Despesas com Encargos	R\$ 2.000,00
(-) Despesas com taxas boletos/cartão de crédito	R\$ 5.000,00
(=) Lucro/Prejuízo	R\$ 64.600,00

COLABORADOR	VALOR DA HORA	HORA TRABALHADA	CUSTO COM MOD
Estagiário	R\$ 8,00		
Assistente	R\$ 13,70		
Analista	R\$ 19,34		
Coordenador	R\$ 22,95		
TOTAL	R\$ 63,99		

DESCRIÇÃO	CALCULO
Custo com MOD	
Impostos	6,00%
Despesas Fixas	20,00%
Margem de Lucro	35,00%
TOTAL DOS %	%
(-) Total dos % + 100% (A)	%
Markup 1/(A)	
PREÇO (Custo MOD x Markup)	

VAMOS PRATICAR

Retomando a Demonstração de Resultado da Empresa “Só Lucros Ltda”, calcule o preço do serviço para o seguinte perfil de cliente: Será realizada toda a contabilidade de uma empresa e levará 7 horas mensais, sendo que 3 horas do estagiário, 2 horas do assistente, 1 horas do analista e 1 horas do coordenador. Veja o valor da hora de cada colaborador. Ah! O lucro desejado é de 10%.

DESCRIÇÃO – Tabela A	VALOR
Receitas com Serviços Prestados	R\$ 100.000,00
(-) Impostos s/ Serviços Prestados	R\$ 6.000,00
(-) Custo com Salário Produtivos	R\$ 10.000,00
(-) Encargos s/ Salário Produtivos	R\$ 1.600,00
(=) Lucro Bruto	R\$ 82.400,00
(-) Despesa com aluguel	R\$ 1.000,00
(-) Despesa com energia	R\$ 500,00
(-) Despesa com telefone/internet	R\$ 300,00
(-) Despesa com Salário da Administração	R\$ 4.000,00
(-) Despesa com Prolabore	R\$ 5.000,00
(-) Despesas com Encargos	R\$ 2.000,00
(-) Despesas com taxas boletos/cartão de crédito	R\$ 5.000,00
(=) Lucro/Prejuízo	R\$ 64.600,00

COLABORADOR	VALOR DA HORA	HORA TRABALHADA	CUSTO COM MOD
Estagiário	R\$ 8,00		
Assistente	R\$ 13,70		
Analista	R\$ 19,34		
Coordenador	R\$ 22,95		
TOTAL	R\$ 63,99		

DESCRIÇÃO	CALCULO
Custo com MOD	
Impostos	6,00%
Despesas Fixas	20,00%
Margem de Lucro	35,00%
TOTAL DOS %	%
(-) Total dos % + 100% (A)	%
Markup 1/(A)	
PREÇO (Custo MOD x Markup)	

**Módulo 4:
Praticando a
formação de
preço com base
no Markup e horas
trabalhadas**



O que você vende, soluciona as dores do cliente?

Opção 1



Opção 2



Opção 3



Com a fome que você está agora e o dinheiro que tem na carteira, qual opção você escolhe?

Se for incluir brindes, descontos – eles devem está na sua formação de preço

A close-up photograph of a person's hands holding a red McDonald's cup filled with golden french fries. The cup features the yellow Golden Arches logo. The background is blurred, showing what appears to be a restaurant counter.

O que fazer com os
brindes e descontos?

JOGOS EMPRESARIAIS

Vamos formar grupos de até 04 (quatro) pessoas;

Cada grupo irá apresentar um valor de serviço para o seguinte perfil de cliente.

Uma empresa de marketing com sede em Fortaleza do Simples Nacional, com faturamento médio mês de R\$ 100.000,00. Possui 10 funcionários e 2 sócios. Qual o preço do contrato da sua equipe para os serviços contábeis, fiscais e trabalhistas?

Utilize o mapeamento de serviços e tempo dedicado de cada colaborador para a formação do preço

COLABORADOR	VALOR DA HORA	HORA TRABALHADA	CUSTO COM MOD
Estagiário	R\$ 8,00		
Assistente	R\$ 13,70		
Analista	R\$ 19,34		
Coordenador	R\$ 22,95		
TOTAL	R\$ 63,99		

DESCRIÇÃO	CALCULO
Custo com MOD	
Impostos	6,00%
Despesas Fixas	20,00%
Margem de Lucro (informe aqui)	%
TOTAL DOS %	%
(-) Total dos % + 100% (A)	%
Markup 1/(A)	
PREÇO (Custo MOD x Markup)	

PARA FALAR COMIGO

Antonio Macário
Sócio Fundador da Adamanto
Contabilidade & Consultoria

Contatos
macariocontador@gmail.com
(85) 9.8818-5258

