

PREÇO DE VENDA NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Estabelecer o preço de venda é um dos mais importantes momentos nas decisões a serem implantadas na empresa. A simples questão “Por quanto devem ser vendidos os serviços prestados?” traduz muitas coisas em relação à empresa, mas em resumo podemos respondê-la sob três aspectos: Custos e Despesas, Competitividade e Rentabilidade. Assim, se esses três aspectos estiverem harmonizados, podemos entender tratar-se de uma empresa de sucesso. O dia-a-dia, no entanto, provoca situações que influenciam diretamente essa harmonia, pois ora não se consegue tratar adequadamente dos custos e das despesas, ora é a perda da competitividade e, se não bastasse, a rentabilidade fica tão comprometida que pode até representar resultados negativos.

O momento da fixação de um valor para vender os serviços é sem dúvida crucial para a sobrevivência e a prosperidade do negócio, portanto temos que a fixação do preço de venda está diretamente relacionada com todo o planejamento da empresa; para o qual devem ser considerados, entre outros, as características

do segmento de atuação (escolas, lavanderias, oficinas mecânicas, manutenção de eletrodomésticos, *buffet*, sons e acessórios para veículos etc.), o perfil dos clientes, a estrutura da empresa, o ponto, o atendimento, a qualidade e a garantia dos serviços, o relacionamento com os clientes após a venda, o prazo de recebimento, o volume de serviços que se pode prestar, a intenção de retorno do capital investido.

A sua expectativa nesse momento deve estar mais relacionada com o cálculo do valor do preço, ou seja, com uma fórmula para chegar ao valor a ser cobrado em relação aos serviços que forem prestados. Mas antes trataremos de pontos tão relevantes quanto o cálculo e para isso propomos sua reflexão quanto às seguintes questões que percebemos estar presentes no dia-a-dia dos empresários que atuam no segmento de prestação de serviços.



É possível estabelecer para os serviços o valor de preço que o empresário deseja?

Temos observado que normalmente não, pois, em todos os segmentos de prestação de serviços, existe uma grande quantidade de empresas atuando, o que permite aos clientes opções de procurar vários orçamentos e conseqüentemente os preços acabam se equiparando, e na maioria das situações dos orçamentos os empresários não conseguem cobrar o valor que desejam. Se pensarmos em um mesmo tipo de serviço a ser prestado por várias empresas, podemos admitir que o cliente passa a ter referências dos valores de preço, e por isso estão sempre brigando por mais descontos, leiloando preços e também julgando as empresas em função da política de preços adotada.

Então deve-se seguir sempre os preços da concorrência?

Neste item cabem alguns cuidados especiais. O principal é saber quem é de fato o concorrente direto, ou seja, as empresas que atuam no mesmo segmento e oferecem os serviços nas mesmas condições e para o mesmo perfil de clientes (hábitos de compra, classe econômica e social etc.). Deve-se também observar se o preço praticado pelo concorrente, para determinados serviços, não se trata de alguma promoção. Agora é certo que, atendida pela sua empresa e pelos concorrentes diretos as mesmas especificações quanto aos serviços e clientes, é preciso praticar preços equivalentes e ainda estabelecer outros diferenciais em relação à concorrência, que permitam à sua empresa competitividade e interesse de escolha por parte dos consumidores.

Qual é o preço de venda ideal para os serviços prestados?

Aquele que oferece para a empresa competitividade em relação à concorrência direta. Ter competitividade significa que a empresa dispõe de condições, forças, para competir em determinado segmento comercial. Sua tarefa, empresário, é descobrir quais as forças necessárias para tornar a sua empresa competitiva. O preço de venda ideal também deve ser um valor que cubra todos os custos e as despesas e ainda permita que se faça lucro. Agora é certo que isso dependerá do volume de serviços vendidos, por isso pode haver alguns serviços que contribuam com mais lucro e outros com menos, mas no total dos serviços prestados vendas isso deve ser compensado para que o lucro seja realizado. “Uma andorinha só não faz o verão”, assim diz o ditado popular; pouco volume de serviços prestados, mesmo que com preço corretamente calculado, também não proporcionará o lucro que a empresa deseja.

Todas os serviços devem ter as mesmas estratégias em relação ao preço de venda?

É melhor que não. Os serviços normalmente apresentam algumas características diferentes cliente a cliente e quase sempre é preciso elaborar orçamento para cada serviço solicitado, o que pode contribuir para se ter estratégias diferenciadas na hora de “passar o preço” aos clientes. Muitos podem ser os motivos dessas diferenças no orçamento, dos quais destacamos alguns:

- Maior complexidade na hora da execução; maior grau de risco e responsabilidades; garantias especiais; padrões exigidos de qualidade e/ou acabamento; exclusividades da empresa; parcerias com fornecedores de componentes ou materiais utilizados; sazonalidades; maior ou menor interesse dos clientes em determinados serviços; maior ou menor concorrências sofrida; grau de importância e de utilidade, ou seja, serviços supérfluos ou essenciais; volume de serviços para um mesmo cliente; condição de recebimento (prazo e forma de pagamento), e por aí afora.

Como então traduzir tudo isso em um valor de preço para a venda de todos os serviços que são prestados?

Esta questão exige que você tenha habilidade para negociação, disposição para correr riscos, flexibilidade, organização e controles, percepção aguçada e principalmente metas a atingir.

Vamos daqui por diante tratar da **constituição** do valor do preço para os serviços. Podemos pensar na composição do preço por partes e em cada uma dessas partes você deve praticar os atributos gerenciais citados logo acima, a fim de obter mais precisão de cálculos e domínio sobre as decisões a tomar no dia-a-dia.

A composição do preço de venda compreende:

- custo do serviço;
- despesas variáveis;
- despesas fixas;
- lucro líquido.

Todos eles são igualmente importantes e devem ser conhecidos precisamente pelo empresário, pois para cada uma as estratégias, as negociações e as decisões serão fundamentais para que se chegue de forma mais acertada ao preço de venda.

Custo do serviço

São os valores gastos especificamente na realização do serviço. São os gastos com a mão-de-obra (interna e externa, se for o caso) e o material aplicado (peças,

produtos, componentes etc.). O raciocínio aqui é o seguinte: De quanto é o gasto somente para executar o serviço solicitado pelo cliente. Lembre-se de que:

- Cada serviço pode ter seu valor específico de custo em mão-de-obra e/ou em material.
- Apresente sempre orçamento para determinar o custo e também para comprovar os valores após a execução do serviço.
- Negocie os valores gastos e administre o tempo de execução assim como o consumo de material para ter melhores condições de custo.
- Se o material aplicado (componentes, peças, produtos em geral etc.) é cobrado à parte em sua empresa, fique atento ao enquadramento tributário, pois em função desse procedimento a empresa, no caso do estado de São Paulo, estará sujeita a:
 - Considerar o crédito de ICMS, quando houver.
 - Considerar a diferença a ser paga de ICMS, quando mercadorias adquiridas de outros estados com alíquotas de ICMS inferiores àquelas praticadas no estado de São Paulo.

Despesas variáveis

São os valores gastos somente quando se realizam as vendas. Normalmente são considerados como despesas variáveis os impostos sobre a venda e a comissão de vendedores. Porém, em cada empresa prestadora de serviços é preciso avaliar, dentre os valores gastos, aqueles que são pagos ou que ocorrem diretamente em função do valor vendido e por isso devem estar contemplados nos preços de venda dos serviços. Vamos apresentar exemplos de alguns desses gastos e comentários de como tratá-los no preço de venda.

Impostos sobre o valor das vendas

As empresas prestadoras de serviços estão sujeitas a impostos sobre o valor das vendas para os governos Federal e Municipal, e também ao governo Estadual quando comercializam mercadorias (as que destacam o material vendido na nota fiscal). Para cada empresa, os percentuais, os valores e as formas de pagamento desses impostos dependerão da atividade exercida, do tipo de empresa e do porte. Vamos ver isso melhor:

Impostos federais calculados sobre o valor da venda

- PIS (Programa de Integração Social),
- COFINS (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social),

- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido) e
- IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Jurídica).

Quanto à forma de pagar esses impostos, o que chamamos de regime tributário, temos três opções:

- Simples Federal,
- Lucro presumido e
- Apuração de lucro real.

Simples Federal

O Sistema Unificado de Impostos Federais (benefícios tributários para as micro e pequenas empresas em relação a PIS, COFINS, CSLL e IRPJ e INSS patronal) tem para as prestadoras de serviços alíquotas sobre o valor da venda que variam de 4,5% a 7,5% para microempresa e de 8,1% até 12,9% para pequena empresa.

Alguns segmentos tem tratamentos diferenciados de alíquotas, é preciso consultar quais são as alíquotas do Simples Federal no caso de sua empresa.

A alíquota correspondente desse imposto dependerá do valor de vendas acumuladas durante o ano. Para saber que alíquota aplicar no preço de venda dos serviços, é preciso analisar o comportamento das vendas mês a mês. Isso você deve fazer considerando os anos anteriores e também o provável comportamento dessas vendas para os meses e anos seguintes. Exemplificando:

Cálculo dos impostos federais para empresas enquadradas no Simples Federal

Mês	Venda mensal (R\$)	Valor acumulado (R\$)	Alíquota correspondente (%)	Valor do imposto (R\$)
Janeiro	15.000,00	15.000,00	4,5	675,00
Fevereiro	15.000,00	30.000,00	4,5	675,00
Março	15.000,00	45.000,00	4,5	675,00
Abril	15.000,00	60.000,00	4,5	675,00
Mai	15.000,00	75.000,00	6,0	900,00
Junho	15.000,00	90.000,00	6,0	900,00
Julho	15.000,00	105.000,00	7,5	1.125,00
Agosto	15.000,00	120.000,00	7,5	1.125,00
Setembro	30.000,00	150.000,00	8,1	2.430,00
Outubro	25.000,00	175.000,00	8,1	2.025,00
Novembro	30.000,00	205.000,00	8,1	2.430,00
Dezembro	35.000,00	240.000,00	8,1	2.835,00
Total	240.000,00	240.000,00	-	16.470,00
Percentual médio				6,863%

Com a ocorrência de quatro alíquotas diferentes durante o ano, o preço de venda será calculado considerando-se o percentual médio entre as alíquotas encontradas, que neste caso é de 6,863%, ou seja, R\$ 16.470,00 dividido por R\$ 240.000,00.

Observações:

- O valor acumulado das vendas é utilizado para encontrar a alíquota de imposto correspondente, porém o imposto a ser pago é calculado sobre o valor das vendas do mês. Exemplo: no mês de agosto as vendas totalizaram R\$ 15.000,00 e sobre esse valor é aplicada a alíquota correspondente de 7,5%, daí o imposto a ser pago totaliza R\$ 1.125,00 (7,5% de R\$ 15.000,00).
- No mês em que o valor das vendas superar a faixa de faturamento acumulado, o valor do imposto é calculado proporcionalmente. Por exemplo, se a empresa iniciar o mês com R\$ 50.000,00 acumulados em vendas e no mês realizar vendas no valor de R\$ 20.000,00, então o imposto será calculado assim:
 - sobre R\$ 10.000,00 a alíquota de 4,5% de imposto, ou seja, R\$ 450,00;
 - sobre R\$ 10.000,00 a alíquota de 6,0% de imposto, ou seja, R\$ 600,00.
 Nesse mês será pago R\$ 1.050,00 de imposto simples, porque a mudança da alíquota de 4,5% para 6,0% ocorreu em função do total das vendas.
- No início de cada ano, a empresa retorna ao cálculo do imposto com alíquota de 4,5% desde que o valor acumulado das vendas não ultrapasse R\$ 120.000,00 por dois anos consecutivos ou três alternados. Se for superior a R\$ 120.000,00, a empresa será enquadrada como EPP (empresa de pequeno porte), e a alíquota inicial em cada ano será de 8,1%.

Lucro Presumido

Nesse regime os impostos federais (PIS, COFINS, CSLL, IRPJ) são calculados sobre o valor total das vendas, independente do valor acumulado no ano. São duas as alíquotas referentes a estes impostos no caso da prestação de serviços, ou seja:

- 7,49%** - prestadoras de serviços com faturamento anual até R\$ 120.000,00 e cuja atividade não considere: prestação de serviços através de profissionais regulamentados (dentistas, engenheiros etc.); intermediação de negócios; administração, locação ou cessão de bens imóveis, móveis e direitos de qualquer natureza.
- 11,33%** - prestadoras de serviços com faturamento anual acima de R\$ 120.000,00 ou abaixo desse valor caso a atividade compreenda: prestação de serviços através de profissionais regulamentados (dentistas, engenheiros etc.); intermediação de negócios; administração, locação ou cessão de bens imóveis, móveis e direitos de qualquer natureza.

Daí esse tipo de apuração do imposto chamar-se Lucro Presumido, pois o governo presume um percentual do lucro das empresas e sobre esse percentual aplica as alíquotas correspondentes. Tem suas vantagens quanto à simplificação das prestações de conta junto ao governo, mas deve sempre ser analisado se o Simples Federal ou o regime de lucro real, sendo legalmente possíveis, não possibilitam melhores resultados para a empresa.

É permitido que a empresa opte por esse regime de apuração dos impostos federais, desde que não tenha mais de R\$ 2.400.000,00 de vendas mensais, caso contrário deve-se optar pelo regime de apuração do lucro real. Faça também com o seu contador uma avaliação se para sua empresa é mais vantajoso o Simples Federal ou o Lucro Presumido.

Apuração do lucro real

Neste regime de cálculo dos impostos federais, o PIS – 1,65% e COFINS – 7,60% (porém de forma não cumulativa, ou seja, é possível aproveitar o crédito do PIS relativo a compras) são calculados sobre o valor das vendas. A CSLL – 9% e o IRPJ – 15% serão calculados sobre o valor do lucro apurado sobre as vendas, conforme determina a legislação do Imposto de Renda Pessoa Jurídica.

No momento de estabelecer o preço de venda, os percentuais relativos a CSLL e ao IRPJ deverão ser aplicados sobre o percentual do Lucro pretendido e considerados no cálculo do preço de venda.

Por exemplo: Se for pretendido 20% de lucro, no momento do cálculo do preço de venda, deve-se considerar:

- para CSLL 1,80%, ou seja, 9% de 20% de lucro, e
- para IRPJ 3,00%, ou seja, 15% de 20% de lucro.

Portanto, 4,80% (1,80% mais 3,00%) do preço destinado à CSLL e ao IRPJ.

Observações:

- Empresas prestadoras de serviços relativos à cessão de mão-de-obra (serviços terceirizados) e/ou com vendas através de contratos (manutenções em geral), enquadradas ou não no Simples Federal, estão sujeitas a retenção de 11% do valor da venda. O valor retido é recolhido ao INSS pelo tomador dos serviços, e será aproveitado pela empresa que prestou serviço para compensar os pagamentos que deve fazer ao INSS.
- Em especial, neste caso, as empresas enquadradas no Simples Federal e sujeitas a esta retenção precisam avaliar com mais rigor se o enquadramento nesta forma de pagar os impostos federais é a opção mais viável, pois estão isentas de recolher ao INSS a contribuição da empresa, o que corresponde a aproximadamente 28% sobre a folha de pagamento.
- Em função dessa condição, o ideal é que 11% retido das vendas corresponda sempre ao valor total que a empresa tenha que pagar ao INSS, isso considerando a contribuição dos empregados, da empresa (quando não optante do Simples Federal) e também o INSS sobre o pró-labore, pois, caso ocorra sobras no valor das retenções, essas só podem ser reavidas pela empresa através de recursos administrativos junto ao INSS.

- O possível crédito de PIS e COFINS devem ser ajustados no valor de custo dos serviços. Avalie isso também com seu contador
- Analise isso em sua empresa comparando todo o valor recolhido ao INSS em relação às suas vendas totais. Exemplo:
- Supondo que o recolhimento anual ao INSS (contribuição dos empregados, da empresa e sobre o pró-labore) tenha sido R\$ 12.000,00 e que as vendas neste mesmo período tenha sido no valor de R\$ 109.090,90, isso indica que o INSS recolhido representa 11% das vendas, ou seja, R\$ 12.000,00 dividido por R\$ 109.090,90 vezes 100. Portanto, nesse valor de vendas toda a retenção ocorrida foi utilizada, com as vendas tenha sido em valor superior a R\$ 109.090,90, então existiu sobra, e só é recuperada através de recursos administrativos.

Imposto estadual calculado sobre o valor da venda

Esta orientação se aplica às empresas prestadoras de serviços que comercializam o material (componentes, produtos, peças etc.) utilizado nos serviços executados, isto é, destacam o valor dos materiais em separado do valor da mão-de-obra na nota fiscal. Se não for o caso da sua empresa, se preferir, continue a leitura a partir do item Comissões sobre as Vendas.

No estado de São Paulo, as empresas comerciais estão sujeitas ao ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços). O percentual a ser considerado no preço de venda também está relacionado ao porte e às atividades comerciais praticadas. Vamos ver do que se trata.

Simples Paulista

É o ICMS com incentivos/benefícios para as micro e pequenas empresas, ou seja, há alíquotas reduzidas de 0% até 3,1008% e ainda um desconto proporcional de R\$ 275,00 a no máximo R\$ 600,00 do valor apurado em relação às vendas. Para encontrar o percentual de ICMS a ser aplicado aos preços no caso das empresas enquadradas nesse regime, é preciso, tal como no Simples Federal, avaliar o comportamento das vendas mensalmente e acumulado no ano. Para tanto vamos exemplificar, considerando o mesmo comportamento de vendas utilizado no Simples Federal, só que agora calculando o imposto relativo ao Simples Paulista.

Cálculo do imposto estadual para empresas enquadradas no Simples Paulista

Mês	Venda mensal (R\$)	Valor acumulado (R\$)	Alíquota correspondente (%)	Valor do imposto (R\$)	Desconto proporcional (R\$)	Valor a pagar (R\$)
Janeiro	15.000,00	15.000,00	0,0	0,0	–	
Fevereiro	15.000,00	30.000,00	0,0	0,0	–	
Março	15.000,00	45.000,00	0,0	0,0	–	
Abril	15.000,00	60.000,00	0,0	0,0	–	
Maió	15.000,00	75.000,00	0,0	0,0	–	
Junho	15.000,00	90.000,00	0,0	0,0	–	
Julho	15.000,00	105.000,00	0,0	0,0	–	
Agosto	15.000,00	120.000,00	0,0	0,0	–	
Setembro	30.000,00	150.000,00	0,0	0,0	–	
Outubro	25.000,00	175.000,00	2,1526	538,15	275,00	263,15
Novembro	30.000,00	205.000,00	2,1526	645,78	275,00	370,78
Dezembro	35.000,00	240.000,00	2,1526	753,41	275,00	478,41
Total	240.000,00	240.000,00	–	1.937,34	825,00	1.112,34
Percentual Médio						0,46%

Se em alguns meses não é pago nada de Simples Paulista sobre as vendas e em outros são pagos alguns valores, que percentagem considerar para estabelecer o preço? É preciso também encontrar o percentual médio, ou seja, o total a pagar de Simples Paulista em relação ao total das vendas. Neste exemplo corresponde a 0,46%, ou seja, R\$ 1.112,34 dividido por R\$ 240.000,00.

Observações:

- O valor acumulado das vendas é utilizado para encontrar a alíquota de imposto correspondente, porém o imposto a pagar é calculado sobre o valor da venda do mês. Exemplo: no mês de outubro as vendas totalizaram R\$ 25.000,00 e sobre esse valor é aplicada a alíquota correspondente de 2,1526%, deduzindo-se do valor encontrado o desconto padrão de R\$ 275,00. O valor do imposto a pagar totaliza R\$ 263,15 (2,1526% de R\$ 25.000,00 menos R\$ 275,00).
- No Simples Paulista a empresa paga a nova alíquota a partir do mês subsequente àquele em que valor acumulado tenha provocado essa alteração. Por exemplo, se a empresa iniciar o mês já com R\$ 140.000,00 acumulados em vendas e no mês realizar vendas de R\$ 20.000,00, ela atinge os R\$ 160.000,00 acumulados, mas somente as vendas do próximo mês é que sofrerão o cálculo do imposto na alíquota de 2,1526%. Do valor encontrado será deduzido o desconto de R\$ 275,00.
- Se a empresa ultrapassar no ano o valor acumulado em vendas de R\$ 720.000,00, no início do próximo ano já estará sujeita à alíquota de 3,1008% sobre o valor das vendas, podendo deduzir no imposto 1% do valor das vendas mais R\$ 275,00. No entanto, o valor a ser descontado do imposto a pagar não pode exceder a R\$ 600,00.

- Se for feita projeção para os próximos dois anos de vendas, a alíquota média do percentual de imposto pode ficar mais precisa.
- Empresas prestadoras de serviços e que também comercializam o material aplicado têm para fins de enquadramento da alíquota o total do faturamento de serviços e o material (componentes, peças, produtos etc.)

Nota: o percentual médio do Simples Federal e do Paulista é diretamente influenciado pelo comportamento das vendas. Se aumentarem ou diminuírem em cada mês, esses percentuais médios serão alterados. Portanto, fique atento ao comportamento das vendas para ter percentuais corretos aplicados aos preços de venda.

ICMS

Já as empresas prestadoras de serviços, que comercializam e que não estão enquadradas no Simples Paulista, ficam sujeitas ao pagamento do ICMS sobre o valor da venda relativa aos materiais aplicados. Nesse caso o benefício é o crédito respectivo nas compras a ser aproveitado para abater o valor calculado sobre o valor da venda. Como tratar esse crédito de ICMS no custo do material aplicado está demonstrado em nosso Saiba Mais sobre Custo na Prestação de Serviços.

Agora, para a determinação do preço de venda, as empresas enquadradas neste regime devem considerar as alíquotas de ICMS relativas ao material (componentes, peças, produtos etc.) e também à região do país em que está sendo realizada as vendas.

Imposto Municipal calculado sobre o valor da venda

O imposto relativo às vendas de serviços é o ISSQN (Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza). Cada município tem legislação específica quanto aos percentuais e também quanto aos incentivos a micro e pequenas empresas. Também é preciso ficar atento ao que pode acontecer em determinados tipos de prestação de serviços, em que o ISSQN é pago obedecendo legislação municipal do município onde os serviços foram executados e não necessariamente no município referente ao endereço da Empresa.

Nota: para mais informações sobre enquadramento da empresa em regimes tributários (federal, estadual e municipal), benefícios especiais e alíquotas dos impostos, procure o SEBRAE mais próximo e consulte também o seu contador.

Comissão dos vendedores

Refere-se ao percentual de pagamento aos vendedores internos e externos sobre vendas realizadas. A comissão deve sempre contemplar o esforço para vender mais, e não tão-somente o fato de se estar atendendo às solicitações dos

clientes. Estabeleça metas, provoque mais para que os vendedores tenham ações de vendas, enfim faça com que a comissão tenha justificativa para ser paga. Os percentuais de comissão aplicados aos preços de venda podem ser diferentes, o que dependerá das mercadorias em si, do volume de vendas, de cotação de preços em orçamentos realizados em sua empresa etc. Você pode considerar no preço de venda o percentual integral das comissões e praticar descontos proporcionais ao percentual da comissão no caso de vendas especiais. Também é possível trabalhar com o percentual médio das comissões no preço de venda. Para isso você deverá proceder assim:

- 1ª) Encontre o valor anual pago em sua empresa relativo às comissões.
- 2ª) Tenha o valor exato de todas as vendas em um ano.
- 3ª) Divida o valor pago de comissões pelo valor total das vendas e depois multiplique por 100.

Exemplo:

Valor anual das comissões pagas = R\$ 7.200,00

Valor total das vendas em um ano = R\$ 240.000,00

R\$ 7.200,00 dividido por R\$ 240.000,00 vezes 100 = 3,0 %

Neste exemplo 3,0% é o percentual médio das comissões em relação a todas as vendas realizadas. O percentual médio das comissões em sua empresa poderá ser aplicado aos preços de vendas das mercadorias conforme estratégias estabelecidas. Pode ser também que sobre algumas mercadorias não seja aplicada a comissão de vendas.

Outras despesas que podem ser consideradas variáveis e devem ser tratadas no preço de venda

Taxa de Administração

Para o caso de vendas recebidas através de cartão de crédito e financeiras (instituições que financiam a venda a prazo para os clientes e cobram um percentual sobre o valor do preço praticado). Essas taxas, normalmente representadas por um percentual, são calculadas sobre o valor da venda, portanto devem estar contempladas no preço de venda das mercadorias. Agora, como podem existir vendas sujeitas a essas taxas e outras não, é preciso tratar no preço o percentual médio dessas taxas. Como? Faça assim:

- 1ª) Encontre o valor anual pago em sua empresa, relativo a essas taxas.
- 2ª) Tenha o valor exato de todas as vendas em um ano.
- 3ª) Divida o valor pago de taxas pelo valor total das vendas e depois multiplique por 100.

Exemplo:

1ª) Valor anual das taxas de administração de cartões de crédito, tíquetes e financeiras = R\$ 6.000,00

2º) Valor total das vendas em um ano = R\$ 240.000,00

3º) R\$ 6.000,00 dividido por R\$ 240.000,00 vezes 100 = 2,5%

Neste exemplo 2,5% é o percentual médio das taxas de administração em relação a todas as vendas realizadas. Em sua empresa verifique a existência dessas despesas e apure, conforme demonstrado, o percentual médio para ser aplicado aos preços de venda, mas sempre negocie com as administradoras melhores condições de taxas.

Frete ou despesas de locomoção

Os gastos relativos a retirar e entregar os serviços executados e/ou de deslocamento de pessoal para prestar o serviço em locais determinados pelos clientes.

O valor relativo a esses gastos dependerá de cada serviço e pode ser incluído no preço a ser cobrado ou ainda cobrado à parte do cliente, mas em ambos os casos é preciso que você apure esses gastos e apresente juntamente com o orçamento total do serviço solicitado.

- As despesas de deslocamentos devem ser apuradas serviço a serviço.
- As despesas para retirar e entregar serviços podem ser consideradas pelo percentual médio, visto até aqui para comissões e taxas de administração.

Alguns cuidados especiais:

- 1º) Se o gasto com frete e deslocamento for cobrado à parte dos serviços, não deve ser adicionado ao preço de venda.
- 2º) Se aplicar aos preços o percentual médio do gastos relativos ao frete, nas vendas em que não ocorrer esse serviço você pode conceder ao cliente desconto desse percentual no momento da negociação.
- 3º) Sempre negocie e busque alternativas de gastar menos com fretes e deslocamentos de pessoal, isto custará menos para sua empresa e para seus clientes, assim você estará também obtendo mais vantagens competitivas.

CPMF (Comissão Provisória sobre a Movimentação Financeira)

Apesar de ser uma despesa financeira, da forma como é cobrada, ou seja, 0,38% sobre os valores de saque da conta corrente bancária, merece ser pensada também em relação aos preços, pois o valor recebido das vendas, quando depositado em bancos e ao ser utilizado para pagar as despesas da empresa, estará sujeito ao pagamento da CPMF.

E por último é necessário considerar o custo do financiamento concedido aos clientes, no caso de venda a prazo. Qual o valor desse custo de financiamento concedido aos clientes? No momento de tratar os preços de venda e estabelecer o percentual a ser cobrado a mais, você deve considerar o prazo concedido aos clientes. Normalmente é considerado o prazo médio de recebimento, ou seja, se sua empresa conceder 30 e 60 dias sem entrada, o prazo médio para receber será de 45 dias. Esse dado é encontrado assim:

Prazo médio = soma dos dias dividido pelo número de parcelas

Prazo médio = 30 dias + 60 dias dividido por 2 parcelas

Prazo médio = 90 dias dividido por 2 parcelas

Prazo médio = 45 dias

Nesse caso, se houvesse o pagamento de entrada, quanto ficaria o prazo médio? Como admitimos que entrada é uma parte da venda recebida à vista no momento de fechar o negócio, portanto demora 0 dia para receber. Daí zero (0) é somado com 30 dias e mais 60 dias. Portanto, o total de dias ainda é 90, só que agora temos 3 parcelas de recebimento (1 à vista e 2 a prazo). Sendo assim, o prazo médio será de 30 dias, ou seja, 90 dias dividido por 3 parcelas.

A taxa de juros e as despesas, cobradas pelas instituições financeiras, variam entre cada uma e ainda conforme o relacionamento financeiro da empresa com a instituição escolhida. Negocie sempre com elas melhores taxas e despesas para antecipar o recebimento das vendas a prazo ou mesmo para emprestar recursos para o giro da empresa. Assim você poderá praticar preços mais competitivos.

O percentual acrescido ao preço de venda para recebimento com algum prazo pode ser dado em desconto, no caso do cliente optar por pagar à vista toda a venda.

Despesas fixas

São assim tratados todos os gastos que acontecem independentemente de ocorrer ou não vendas na empresa. São valores gastos com o funcionamento da empresa, ou seja, a administração e a estrutura montada para prestar os serviços. Essas despesas também precisam estar contempladas no preço de venda de cada serviço, uma forma bastante usual no segmento de serviços é a de aplicar as despesas fixas proporcional à quantidade de horas gastas em cada serviço prestado. Para encontrar o valor proporcional das despesas fixas nos serviços faça assim:

1º) Encontre o valor anual das despesas fixas.

2º) Encontre a quantidade anual de horas efetivas para prestação de serviços.

3º) Divida o valor das despesas fixas pela quantidade anual de horas efetivas para prestação de serviços.

O resultado do item 3 representa o valor hora das despesas fixas.

Exemplo:

1º) Valor anual das despesas fixas – R\$ 42.406,00.

2º) Quantidade anual de horas efetivas (capacidade produtiva) = 1.820 horas.

3º) R\$ 42.406,00 dividido por 1.820 horas = R\$ 23,30 a hora.

Para saber em cada serviço o valor das despesas fixas a ser considerado é só multiplicar o valor da hora (item 3) pela quantidade de horas trabalhadas em cada serviço. Exemplo: supondo que um determinado serviço necessite de 5 horas de trabalho efetivo, temos para este serviço um total de R\$ 116,50 de despesas fixas, ou seja, R\$ 23,30 multiplicado por 5 horas.

É possível aplicar um valor inferior de despesas fixas para determinados serviços, mas será preciso que em outros possa ser possível aplicar valores superiores para cobrir as despesas fixas, no entanto o resultado final, quanto a ter conseguido obter das vendas o valor total para pagar as despesas fixas, vai sempre depender do volume total das vendas e não de cada serviço isoladamente.

Atenção! Os valores relativos aos salários e respectivos encargos trabalhistas dos funcionários que executam os serviços, se já foram contemplados no cálculo do valor da hora de mão-de-obra, não devem estar novamente no cálculo das despesas fixas.

Ressaltamos que das despesas fixas o pró-labore é uma das despesas que deve ter atenção muito especial da sua parte. Pró-labore é o salário mensal do sócio que trabalha na empresa, o valor deste salário deve ser estabelecido em função do que a empresa pode pagar, não em função do que o sócio precisa ou queira ganhar.

Lucro líquido

É o ganho que se espera ter com a venda de serviços. Sendo assim, é preciso vender o suficiente para ter lucro. Quanto mais suficiente, mais lucro se pode ter. Para o preço de venda em condições normais de competitividade, o lucro deve ser considerado e ele é representado em percentual (%) do valor da venda. Nesse momento você deverá ser o mais estrategista possível e perceber em cada serviço o quanto é possível obter de lucro e ainda continuar tendo competitividade em relação aos mesmos serviços prestados pela concorrência.

Você também poderá considerar intenções de lucro diferenciadas para os serviços. Alguns possibilitam mais lucro, outros menos, isso depende da expectativa e do volume de venda de cada tipo de serviço que são prestados em sua empresa.

Enfim, a intenção de lucro retrata o posicionamento estratégico dos preços de venda.

Fazendo a conta do preço de venda acertadamente:

Como já dissemos, o preço de venda precisa contemplar:

- o custo do serviço,
- as despesas variáveis,
- as despesas fixas e
- o lucro.

Para demonstrar como fazer o cálculo, utilizaremos os valores hipotéticos obtidos nas explicações de cada um dos componentes do preço, apresentados no quadro a seguir.

Componentes do Preço de Venda - referência para exemplo do cálculo	
Custo da mão-de-obra	R\$ 85,00
Custo do material aplicado	R\$ 51,70
Imposto federal - Simples	6,863%
Comissão dos vendedores	3,00%
Taxa de administração - cartões de crédito	2,50%
Frete de entrega	3,00%
CPMF	0,38%
Juros para venda a prazo	3,50%
Despesas fixas	R\$ 116,50
Lucro	15,00%

Compreendida a importância de saber e ter domínio sobre todas essas informações, e após encontrá-las em sua empresa, o valor do preço de venda pode ser calculado assim:

1º) Some todas as informações que estão em percentual.

Imposto federal - Simples	6,863% +
Comissão dos Vendedores	3,000% +
Taxa de administração - cartões de crédito	2,500% +
Frete de entrega	3,000% +
CPMF	0,380% +
Juros para venda a prazo	3,500% +
Lucro	15,000% +
Total dos percentuais	34,243% =

2º) Subtraia de 100% o valor total encontrado na soma dos percentuais (item 1º). Nesse momento estamos definindo o percentual que representa um termo muito usado pelos empresários, o *mark-up*, que é um fator de formação do preço de venda.

3º) Some todas as informações que estão em reais (R\$).

Custo da mão-de-obra	R\$ 85,00 +
Custo do material aplicado	R\$ 51,70 +
Despesas fixas	R\$ 116,50 +
Total	R\$ 253,20 =

4º) Divida a soma dos valores em R\$ pelo (%) percentual encontrado no 2º passo. O resultado dessa conta (divisão) significa o valor do preço de venda.

Exemplo, considerando as informações do quadro acima:

1º) Somando as informações em percentuais (%):

2º) Subtraindo esse total encontrado (34,243%) de 100% temos 65,757%, que é nesse nosso exemplo o fator de formação do preço de venda, ou seja, 100% menos 34,243% = 65,757%

3º) Somando todos as informações em R\$ (reais): R\$ 253,20

4º) Dividindo o valor em R\$ pelo percentual do 2º passo, que é o fator de formação do preço, temos para este serviço o valor de R\$ 385,05, ou seja, R\$ 253,20 dividido por 65,757%.

Neste exemplo R\$ 385,05 representa o valor do preço de venda para o serviço.

Nota: é preciso subtrair de 100% todos os demais percentuais conhecidos (despesas variáveis e o lucro) porque o preço de venda de qualquer serviço, seja o valor que for, vale 100%. E pensando assim o custo do serviço, da mão-de-obra e mais o valor das despesas fixas, que está sempre em valor monetário (em reais), passam a ser conhecidos também como um percentual do preço de venda e dessa forma fica mais correto o cálculo. Análise: de 100% estamos subtraindo 34,243 (despesas variáveis e lucro) e encontramos 65,757%. Esse percentual representa o custo do serviço (mão-de-obra e material aplicado) mais o valor da despesa fixa em relação ao preço de venda.

Nota: As despesas fixas, caso venham a ser tratadas em forma de um valor % sobre o preço do serviço, devem ser somadas juntamente com os percentuais de despesas variáveis e lucro, para encontrar o fator de formação do preço de venda.

Observação:

- Algumas empresas prestam serviços para um grupo de clientes ao mesmo tempo, escolas, por exemplo, nesses casos os custos, as despesas e o lucro, devem ser tratados no total do serviço oferecido e depois definido quanto cobrar de cada cliente em função do número máximo e mínimo, inclusive considerando a média de clientes que deixam o grupo durante a prestação do serviço.

Chegando até este ponto o preço estará pronto? E agora é só passar o preço do orçamento?

Ainda não! Agora vem a etapa mais importante, que é a de avaliar se os valores relativos ao preço de venda de cada serviço/orçamento oferecem poder de competitividade em relação à concorrência. Em caso afirmativo, ou seja, são preços alinhados com o mercado (clientes) em que sua empresa atua, acreditamos que estará tudo bem.

Agora, caso estejam acima do valor praticado por esse mercado você terá que rever todas as informações e avaliar como e o que será preciso fazer para ter preço competitivo, e isso certamente estará forçando a repensar todas as suas estratégias de venda, principalmente a relação do preço praticado com o volume de vendas.

Caso a decisão seja a de acompanhar os preços praticados pelos concorrentes, será preciso ao menos planejar o volume de vendas mais apropriado.

O quadro a seguir apresenta mais algumas reflexões em relação ao valor do preço de venda a ser praticado, isso também possibilita a compreensão do potencial de lucro que se pode ter, levando em consideração essas características do Mercado que sua empresa atua, assim como dos serviços que são prestados.

Valor do preço de venda	Especificações do mercado e/ou dos serviços
Alto	- Quase nenhuma concorrência
	- Excelência conquistada
	- Novas técnicas
	- Exclusividades - autorizadas / credenciadas
	- Clientes com maior poder aquisitivo
Médio	- Exigência de mais qualidade
	- Alguma concorrência direta
	- Clientes com bom poder aquisitivo
	- Várias opções de orçamento
Baixo	- Exigência relativa de qualidade
	- Muita concorrência direta
	- Pouca importância para a excelência da empresa
	- Clientes com menor poder aquisitivo
	- Menor exigência de qualidade

Propomos que sejam avaliadas em sua empresa todas essas nossas orientações em relação à determinação do valor do preço de venda, pois acreditamos que agindo assim você estará gerenciando melhor os preços de venda, cuidando para conseguir bom volume de vendas, proporcionando melhores resultados para que o empreendimento seja economicamente viável, para que consiga sobreviver a tanta competitividade, possibilite rentabilidades e possa prosperar, e porque não até mesmo para expandir.

Boa sorte e bons negócios sempre!

DÚVIDAS OU SUGESTÕES, CONSULTE UMA DAS UNIDADES DO SEBRAE

ACRE

(68) 223.2100

ALAGOAS

(82) 216.1600

AMAPÁ

(96) 214.1404

AMAZONAS

(92) 622.1918

BAHIA

(71) 320.4300

CEARA

(85) 255.6600

DISTRITO FEDERAL

(61) 362.1600

ESPÍRITO SANTO

(27) 331.5500

GOIÁS

(62) 250.2000

MARANHÃO

(98) 216.6166

MATO GROSSO

(65) 648.1222

MATO GROSSO DO SUL

(67) 789.5555

MINAS GERAIS

(31) 3262.2306

PARÁ

(91) 242.2000

PARAÍBA

(83) 218.1000

PARANÁ

(41) 330.5757

PERNAMBUCO

(81) 3227.8400

PIAUI

(86) 216.1300

RIO DE JANEIRO

(21) 2215.9200

RIO GRANDE DO NORTE

(84) 215.4900

RIO GRANDE DO SUL

(51) 3216.5000

RONDÔNIA

(69) 224.1380

RORAIMA

(95) 623.1700

SANTA CATARINA

(48) 221.0800

SÃO PAULO

(11) 3177.4500

SERGIPE

(79) 216.7700

TOCANTINS

(63) 223.3300

SEBRAE NACIONAL

(61) 348.7100

Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP
Alencar Burti

Diretor Superintendente
José Luiz Ricca

Diretores Operacionais
Carlos Eduardo Uchôa Fagundes
Carlos Roberto Pinto Monteiro

Desenvolvimento: U. O. Orientação Empresarial do Sebrae-SP
Gerência: Antonio Carlos De Matos

Apoio:  U. Orientação Empresarial do Sebrae Nacional

Autor: Luis Alberto Fernandes Lobrigatti - Consultor da U. O. O. E. do Sebrae-SP

Responsáveis pela atualização:
Consultores da
U. O. O. E. do Sebrae-SP
José Carlos Cavalcante
José Eduardo Ferreira Lopes
Luis Alberto Fernandes Lobrigatti
Ricardo Simões Curado
Roberto Lessa

Editoração do Sebrae-SP / U. O. O. E.
Projeto Gráfico - Francisco Ferreira
Marcelo Costa Barros

Ilustração - Francisco Ferreira
Assessoria
Administrativa - Patrícia de Mattos Marcelino
Distribuição - Alaide Silva Pinheiro

Modelos da capa - Armindo Aparecido Evangelista
Fabiola Taraskevicius
Hao Min Huai
Luiz Álvaro S. Bastos
Marcos Augusto Pires Silva
Marisa Nascimento Janeiro



Foto - Studio M31
Revisão - Tânia Rojphe
Diagramação - Grapho Soluções Gráficas
Fotolito e Impressão -