



Tema:  
**"OS DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO  
NA UNIMEP"**



## 11º Congresso de Pós-Graduação

# GESTÃO DE PREÇOS E CUSTOS COMO ELEMENTO ESSENCIAL NA BUSCA DA GERAÇÃO DE VALOR

### Autor(es)

---

EDUARDO VIEIRA DO PRADO  
ANDRÉ LUÍS BERTASSI

### Orientador(es)

---

CLÓVIS LUIZ PADOVEZE

### Resumo Simplificado

---

As empresas consideradas aptas a competir e participar do mercado globalizado devem possuir forte processo de governança corporativa com crenças e valores que suportem a relação sustentável com partes interessadas, buscar contínuo aperfeiçoamento de suas atividades para obter maior qualidade de seus produtos e serviços e eliminar desperdícios para reforçar a eficiência das operações. Dentro deste contexto, a gestão de preços de vendas é aspecto fundamental no posicionamento dos produtos no mercado e tem como finalidade apresentar modelos de decisão para auxiliar decisores a encontrar a melhor alternativa de preço dada uma situação decisória, tanto na determinação de um preço específico, como no estabelecimento de políticas e estratégias de preços. Já a gestão de custos possibilita a otimização de recursos e fornece modelos de decisão para que decisores possam optar pelas melhores alternativas para maior eficiência das operações e geração de lucro. Estas práticas de gestão reforçam a vantagem competitiva das organizações frente a seus competidores e as condições de continuidade e crescimento em seu mercado de atuação. Finalmente, a obtenção de vantagem competitiva é fator primordial para que a organização possa gerar valor para seus acionistas. Desta forma, o objetivo desta pesquisa é apresentar a gestão de preços e custos como ferramentas estratégicas na busca de vantagem competitiva e geração de valor, apresentando um estudo bibliográfico envolvendo os seguintes temas: Modelos de decisão com base em margem de contribuição (método de custeio direto/variável) identificando o quanto cada produto contribui para cobrir os custos e despesas fixas da organização e gerar um resultado econômico positivo; Análise de rentabilidade dos produtos rotineira como instrumento vital para o acompanhamento dos resultados; Identificação e mensuração dos custos para servir os clientes como forma de aumentar a lucratividade das vendas; Política de redução de custos adotada de forma permanente, ampla e integrada; Gestão baseada em recursos para possibilitar a maior eficiência empresarial; Empresa como produtora de valor para seus clientes e acionistas; Impacto social dos preços de vendas como medição dos benefícios que geram para a organização e conseqüentemente a sociedade; Modelos de decisão de preços com base em custos, mercado e percepção de valor por parte dos clientes potenciais; Posicionamento no mercado com base em liderança de custos ou diferenciação. Como resultado, serão apresentados alguns dos modelos de decisões e boas práticas de gestão de preços e custos que devem ser utilizadas por empresas globais para maior eficiência, lucratividade e conseqüentemente continuidade de suas operações. A conclusão desta pesquisa é que a vantagem competitiva e a geração de valor, atributos tão almejados no cenário atual, somente poderão ser alcançados pelas organizações com a adoção de práticas consistentes e sustentáveis de gestão de preços e custos.