



**AS VANTAGENS DE UMA BOA PRECIFICAÇÃO DE PRODUTOS
FARMACÊUTICOS PARA A SOCIEDADE E A INDÚSTRIA.**

**THE ADVANTAGES OF GOOD PRICE FOR PHARMACEUTICAL
PRODUCTS FOR SOCIETY AND THE INDUSTRY.**

MISAEEL GAMA DA SILVA JÚNIOR¹

Graduando em Ciências Contábeis pela Unievangélica – GO.

EDNA ALVES BARBOSA²

Mestre em Engenharia de Produção com Ênfase em Gestão de
Negócios pela UFSC.

¹Misael Gama da Silva Junior – Bacharelando no curso de Ciências Contábeis pelo Centro Universitário de Anápolis (UniEvangélica) – Brasil – Email: misaelgamasj@gmail.com

²Alves Barbosa – Professora do Curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário de Anápolis (UniEvangélica) – Brasil – Email: edna.barbosa@unievangelica.edu.br

Resumo

O presente estudo desenvolve uma pesquisa sobre a precificação dos produtos farmacêuticos. A pesquisa buscou investigar as vantagens de uma boa precificação para a sociedade e a indústria, além de evidenciar a importância da contabilidade de custos para a precificação, analisar formas de redução de custos e mostrar a influência da contabilidade de custos na precificação. Entende-se que preço é um dos aspectos mais importantes que a sociedade analisa para iniciar o processo de aquisição, assim como a qualidade, estética, entre outros. O estudo foi realizado por uma pesquisa bibliográfica descritiva, qualitativa, para tanto utilizou-se o acervo da biblioteca institucional, artigos e sites da internet. Os resultados demonstraram que uma boa precificação proporciona vantagens ao consumidor e a empresa. Um preço para ser justo além de ser acessível ao consumidor deve também proporcionar lucratividade à empresa e que para alcançar este objetivo é necessário que as informações contábeis estejam baseadas em uma contabilidade de custo eficaz. Para reduzir os custos é necessário estar atento ao mercado, no que diz respeito à aquisição de matéria prima e seus excipientes, e ter uma boa gestão da empresa, além de informações confiáveis sobre os custos por parte do profissional da contabilidade.

Palavras Chave: Precificação; Farmacêutica; Vantagens; Industria; Sociedade.

Abstract

This study develops research on pharmaceutical pricing. The research sought to investigate the advantages of good pricing for society and industry, as well as highlighting the importance of cost accounting for pricing, analyzing ways to reduce costs and showing the influence of cost accounting on pricing. It is understood that price is one of the most important aspects that society analyzes to start the acquisition process, as well as quality, aesthetics, among others. The study was carried out by a descriptive and qualitative bibliographic research, using a collection of institutional library, articles and websites. The results showed that good pricing provides both consumer and business benefits. A price to be fair in addition to being affordable to the consumer must also provide the company with profitability, and to achieve this goal, accounting information must be cost effective. In order to reduce costs it is necessary to be aware of the market regarding the acquisition of raw materials and their excipients, have a good management of the company, as well as reliable cost information from the accounting professional.

Keywords: Pricing; Pharmaceutical; Advantages; Industry; Society.

1. INTRODUÇÃO

Na atualidade a competitividade entre empresas de mesmo segmento está cada vez mais acirrada, este fato demonstra que além da boa qualidade do produto, seu custo final desperta o interesse da sociedade.

De acordo com Bernardi (2017, p.32) “Uma boa estratégia de preços tem foco e simplicidade, com objetivos e alvos claramente definidos, diferenciais claros, uma comunicação clara e objetiva, todos devidamente identificados e percebidos como a diferença que fará a diferença”.

Os administradores, por meio da contabilidade Gerencial e de Custos, conseguem de uma forma organizada, planejar o custo final para o seu produto a fim de mantê-lo no mercado e com uma boa lucratividade.

De acordo com Padoveze (2000, p. 33), “Contabilidade Gerencial é o processo de identificação, mensuração, acumulação, análise, preparação, e comunicação de informações financeiras utilizadas pelos administradores para planejar [...]”.

Entende-se que a contabilidade gerencial represente o aglomerado de processos que, se seguidos corretamente, leva a empresa a ter maior controle sobre tomada de decisões a curto e longo prazo.

Acerca da Contabilidade de Custos, Martins (2018, p. 05) pontua que que:

[...] seu papel reveste-se de suma importância, pois consiste na alimentação de informações sobre valores relevantes que dizem respeito às consequências de curto e longo prazo sobre medidas de introdução, manutenção ou corte de produtos, administração de preços de venda, opção de compra ou produção, terceirização etc.

A análise dos custos é de suma importância para a formação do preço de venda, pois ele deve suprir as despesas e gastos da empresa, se elas não forem corretamente identificadas e analisadas podem levar a empresa a um declínio operacional.

Além da análise dos custos de uma empresa, também devemos observar outros aspectos relevantes, Bruni e Famá (2012, p. 254) afirma que:

Além dos custos, o processo de formação de preços está ligado às condições do mercado, ao nível de atividade e à remuneração do capital investido. Dessa forma, o cálculo do preço de venda deve chegar a um valor que permita trazer à empresa a maximização dos lucros, ser possível manter a qualidade, atender aos anseios do mercado àquele preço determinado e melhor aproveitar os níveis de produção.

Entende-se com base no citado acima, que no processo de precificação, as análises dos padrões da sociedade devem ser consideradas, assim como a dos concorrentes.

Bernardi (2017, p. 31) aborda que:

A concorrência nos preços está diretamente correlacionada às características de diferenciação dos produtos e serviços, comparadas com o foco da necessidade do consumidor [...] há também uma correlação clara entre o crescimento da concorrência em preços e o ciclo de vida do produto ou serviço e o setor; em setores amadurecidos ou em declínio, a concorrência em preços é mais acentuada.

Mediante o exposto acima, chegamos ao seguinte questionamento: **Analisando a sociedade e a indústria, quais as vantagens de uma boa precificação de produtos?**

No intuito de responder a indagação, elaborou-se o seguinte objetivo geral: Evidenciar as vantagens de uma boa precificação para a sociedade e para a indústria, e conseqüentemente os seguintes objetivos específicos: mostrar a importância da contabilidade de custos para a precificação, analisar formas para redução de custos e mostrar a influência da contabilidade de custos na precificação.

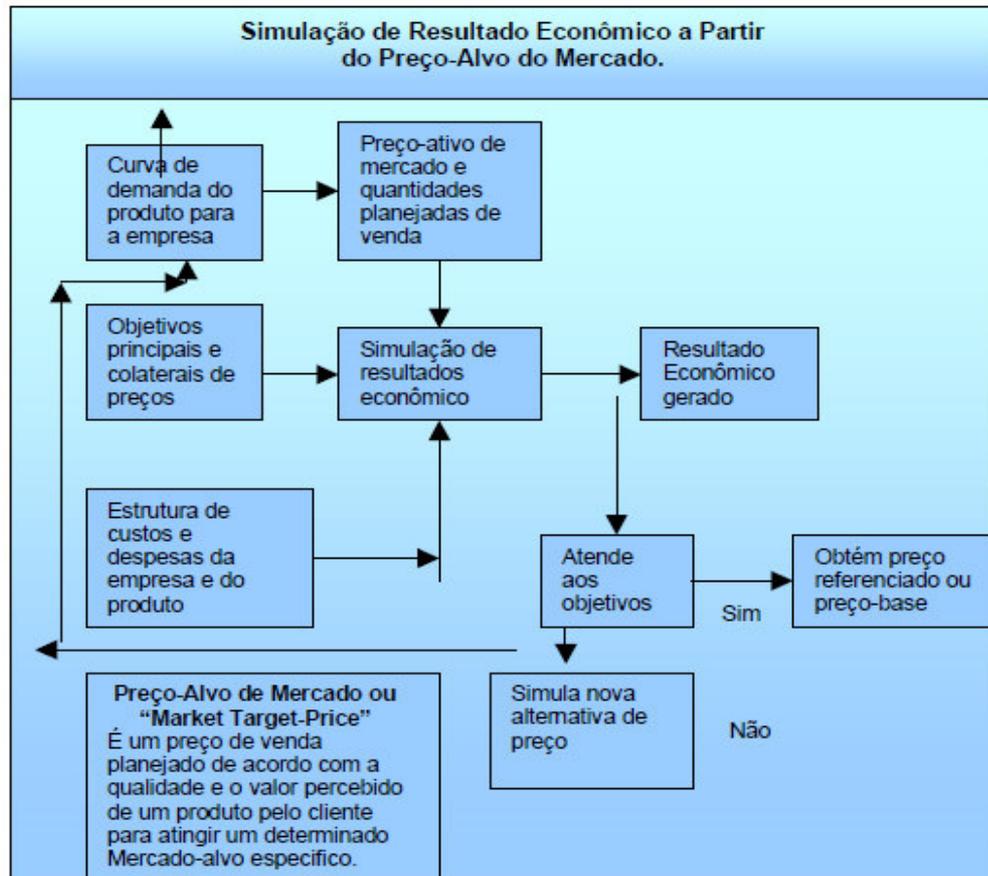
Esse tema justifica-se, pelo fato de entender que a necessidade de uma maior atenção na formação do preço de venda, vem do amplo crescimento e surgimento de indústrias do mesmo ramo, tornando a competitividade mais elevada. Logo, para manter o produto ativo no mercado, se faz necessário evidenciar a importância de um maior foco no preço de venda a fim de conquistar o consumidor final.

Para fidelizar e despertar a atenção dos consumidores alvos, a entidade deve ter muita cautela, acerca do preço imposto sobre tal serviço ou produto. Se a empresa colocar um preço muito baixo, acaba ganhando consumidores, porém não terá lucratividade para manter-se em funcionamento, e se colocar um preço muito alto poderá afastar os consumidores, levando também ao fechamento da empresa.

Observa-se que a determinação do preço final não é algo simples, precisa-se identificar o ponto de equilíbrio, assim como a margem de lucro, para manter os consumidores interessados e ao mesmo tempo, conseguir manter o bom andamento das atividades da empresa.

Entende-se que a precificação vista pela sociedade, em grande maioria, é abusiva, logo esse projeto de pesquisa vem evidenciar que uma boa precificação vem atrelada ao estudo e análises dos custos e Preço Alvo do Mercado. Para um bom controle financeiro e de fluxo, precisamos primeiro dedicar tempo no planejamento estratégico.

Figura 1: Simulação de formação do preço de venda



FONTE: SCIELO/PLANEJAMENTO DO PREÇO DE VENDA (1997)

Conforme exemplificado no gráfico acima, o preço final de um produto varia conforme sua demanda, o valor de seus ativos, custos para sua fabricação, e toda tributação incidente sobre o produto. Para alcançar o Preço-alvo de Mercado, deve-se realizar a análise de mercado, para entendermos a demanda e conseqüentemente adquirir a informação de quanto a sociedade pagaria por determinado produto.

As hipóteses estão relacionadas em garantir a constância de produtos no mercado, obter rentabilidade financeira e manter o fluxo mercantil.

O referencial teórico está dividido em nove subtópicos, sendo o primeiro abordando o conceito de contabilidade de custos, o segundo trata-se da importância da contabilidade de custos, o terceiro aborda os conceitos de precificação, o quarto retrata sobre a contabilidade de custos e a precificação, o quinto aborda os métodos de custeio e Mark-Up, o sexto retrata os conceitos de medicamentos, o sétimo fala sobre as definições de sociedade e de indústria farmacêutica, o oitavo retrata as vantagens da precificação e o oitavo aborda os meios para redução do custo final do produto.

A Metodologia adotada nesse Projeto de Pesquisa foi Qualitativa do tipo Bibliográfica. Pesquisou-se em livros da biblioteca institucional, artigos de revistas e internet e site.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONTABILIDADE DE CUSTOS

Esse tópico tem por objetivo informar do que se trata a contabilidade de custos.

Veiga e Santos (2016, p. 04) afirmam que “A contabilidade de custos é direcionada para a análise dos gastos realizados pelas entidades durante suas atividades operacionais, contribuindo na tomada de decisões, envolvendo as opções de produção, formação de preço e alternativas entre produção própria e terceirizada”.

A citação acima, discorre o assunto como um processo utilizado para análise de custos, aglomerando os custos de toda a empresa que são transformados em informações que são utilizadas nas tomadas de decisões a curto e longo prazo.

Padovese (2013, p. 05) complementa dizendo que “É o segmento da ciência contábil especializado na gestão econômica do custo e dos preços de venda dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas”.

De forma específica, Padovese explica a contabilidade de custos como o ramo responsável por acompanhar e controlar os custos da empresa, visando a economia e auxiliando a formação do preço final de materiais e/ou serviços.

Bruni e Famá (2019, p. 03) retrata que “A contabilidade de custos pode ser definida como o processo ordenado de usar os princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio”.

Observa-se que a contabilidade de custos é um bem muito necessário para a permanência de uma empresa, onde ela é utilizada como um instrumento de controle e gestão de custos afim de maximizar as economias e cada vez mais otimizar a margem de lucro, mantendo a empresa financeiramente estável e em constante desenvolvimento.

2.2 IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

Esse tópico vem relatar sobre a importância da contabilidade de custos para uma empresa.

Veiga e Santos (2016, p. 04) faz a seguinte abordagem “A importância de custos é fundamental para a manutenção, competitividade, lucratividade e longevidade das entidades, independentemente de seu tamanho, área de atuação, região e localização”.

Entende-se que a contabilidade é essencial para a atividade da empresa, independente do seu porte ou da atividade exercida por ela. Deve-se estar atento a demanda da sociedade a fim de determinar e apurar corretamente os custos que envolvem a produção do produto final, fato que culminará na determinação da margem de lucro.

Segundo Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 3) a contabilidade de custos é importante pois:

Planeja, classifica, aloca, acumula, organiza, registra, analisa, interpreta e relata os custos dos produtos fabricados e vendidos. Uma organização necessita ter uma Contabilidade de Custos bem estruturada para acompanhar e atingir seus objetivos em um mercado dinâmico e globalizado.

Logo compreende-se que a Contabilidade de Custo é utilizada como base para o planejamento do futuro da empresa, sua importância na determinação dos custos e produto vendido é plausível visto que é a partir desta que provisiona os investimentos e gastos futuros, possibilitando e/ou fazendo com que o objetivo esperado se alcançado.

Wernke (2008, p. 76) alega que:

A concorrência de mercado atual, aliada ao avanço da alta tecnologia, dá às empresas uma responsabilidade que não termina com a fabricação de um produto que obedece a determinadas características e especificações. Para ser competitivo no mercado moderno, o fabricante deve desenhar um produto que, desde o início, tenha qualidade, confiabilidade e assistência, para poder otimizar o desempenho e a lucratividade do usuário.

Entende-se que na atualidade, as empresas do ramo farmacêutico, além de se preocupar com a precificação deve-se estar atento a qualidade do produto, a sua acessibilidade e todas as especificações destinadas ao produto a fim de alcançar e atender à demanda da sociedade.

2.3 CONCEITO DE PRECIFICAÇÃO

Esse tópico irá informar algumas definições de precificação.

Armstrong (2007) define preço como a quantia em dinheiro que se cobra por um produto ou serviço.

Citando de forma simples e direta, o autor entende que o preço representa a quantia usada como troca nas aquisições de determinado produto ou serviço.

Enquanto Casas (2007, p.104), aborda o termo como: “Os preços são determinados para cobrir custos operacionais e proporcionar lucro, além de afetar as expectativas dos clientes”.

O autor acima afirma que os preços estão diretamente ligados a sociedade e ao resultado de uma empresa, mostrando a importância e a responsabilidade que se deve ter ao defini-lo, visto que, conforme citado, está diretamente ligada ao fluxo operacional de uma empresa.

Bruni e Famá (2016, p. 251) afirmam que “Um dos mais importantes aspectos financeiros de qualquer entidade consiste na fixação dos preços dos produtos e serviços comercializados [...] essa atividade consistiria na verdadeira arte do negócio”.

Para a precificação, é necessário um bom estudo dos gastos e investimentos para evitar descontentamentos tanto para a empresa, quanto para os consumidores, a fim de manter o controle das rentabilidades e evitar que a empresa chegue a um nível prejudicial irreversível.

2.4 CONTABILIDADE DE CUSTOS E A PRECIFICAÇÃO

Este tópico visa contextualizar a Contabilidade de Custo e a precificação dos produtos, evidenciando a relação entre ambos.

Para Veiga e Santos (2016 p. 04) sobre custos e precificação entende-se que:

Os custos estão relacionados a aquisição, estocagem, movimentação de matéria-prima e mercadorias, alocação dos custos indiretos, custos de transformação, sistema de movimentação de cargas, custos dos serviços, além da necessidade de controle interno e do processo de logística, entre outros. É importante que os envolvidos com a gestão saibam exatamente o custo envolvido, para a apuração do preço de venda e da margem de contribuição por produto, mercadoria ou serviço.

Conforme citado acima, para se fazer uma boa precificação é necessária uma boa gestão dos custos e também um bom controle interno, para facilitar a apuração do preço final.

O site Interfarma (2019) apresenta o seguinte comentário:

Os medicamentos no Brasil têm preço regulado pela CMED (Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos), que estabelece um valor máximo a ser cobrado, chamado de preço lista. Isso não significa que o preço seja fixo, como um valor tabelado, pois há liberdade para a prática de descontos. Assim, o mesmo medicamento pode ser encontrado com diferentes preços em diferentes farmácias, causando a falsa impressão de que o setor não é regulado. Nos últimos cinco anos, o desconto médio praticado pelo varejo farmacêutico variou entre 39% e 42% do preço lista.

Após a identificação de todos os custos e a identificação da margem de contribuição e lucratividade do produto para compor o preço final, deve-se atentar quanto aos regulamentos da Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos, visto que órgão citado, regula e determina o valor máximo que um medicamento pode alcançar.

Para Ribeiro (2019) a determinação do preço de venda deve integrar três aspectos relevantes: custos, despesas e margem de lucro. O preço resultado deve atender as expectativas da empresa no quesito de equilíbrio com despesas, custos e rentabilidade e da sociedade quanto a acessibilidade monetária para todas as classes.

Com base no exposto acima, o valor final dos produtos, devem suprir todas as despesas e gastos da entidade, a fim de mantê-la em ascensão.

2.5 MÉTODOS DE CUSTEIO E MARK-UP

Nesse tópico, abordaremos sobre dois métodos de custeio, sendo absorção e variável e sobre o Mark-up.

Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 151), sobre custeio por absorção que:

É aquele que faz debitar ao custo dos produtos todos os custos da área de fabricação, definidos como custos diretos ou indiretos, fixos ou variáveis, de estrutura ou operacionais. [...] Todos os custos incorridos no período serão absorvidos pela produção realizada, ou seja, serão apropriados aos produtos acabados (e em elaboração, se for o caso), independentemente de serem fixos, variáveis, diretos ou indiretos.

Com base na citação acima, o autor aborda que esse método utiliza, para cálculo do custo final da mercadoria, todos os custos (diretos e indiretos), despesas sendo elas fixas ou variáveis e todos os valores operacionais.

A forma aplicável para cálculo, utilizando o método de custeio por absorção é:

$$\text{Custo do Produto} = \text{custo fixo} + \text{custo variável}$$

Bruni e Famá (2012, p. 149) sobre o método de custeio variável, aborda que “apenas gastos variáveis são considerados no processo de formação dos custos dos produtos individuais. Custos ou despesas indiretas são lançados de forma global contra os resultados”.

Com base no exposto acima, compreende-se que para o cálculo dos custos com base no método por absorção, deve-se considerar apenas os custos variáveis, e desprezar os demais.

A formula aplicável para o cálculo utilizando o método de custeio por absorção é:

$$\text{Custo do produto} = \text{Custo Variável}$$

Acerca de Mark-up, (Bernardi, p. 50) aborda que

É um método básico e elementar no qual, com base na estrutura de tributos, custos e despesas e do lucro desejado, aplica-se um fator, marcador ou multiplicador, formando-se o preço. Dessa forma, o preço cobrirá todos os custos, despesas, impostos e terá como residual o lucro das vendas desejado. Esse método, embora tradicional e básico, amplamente estudado e dissecado nos capítulos a seguir, tem muita utilidade e serve a dois propósitos: estabelecer o preço ideal (piso) e calcular a viabilidade do preço de mercado, limite ou teto.

Com base no citado acima, esse método auxilia na formação do custo ideal dos produtos, sendo esse, o que supri todos os custos, despesas e gastos, fazendo com que a mesma tenha maior folego e volatilidade no momento da aplicação da margem de lucro desejada.

2.6 CONCEITO DE MEDICAMENTOS

De acordo com a cartilha publicada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (2010, p.12), cuja o tema é: O que devemos saber sobre Medicamentos, observa-se que medicamento é definido como “produtos especiais elaborados com a finalidade de diagnosticar, prevenir, curar doenças ou aliviar seus sintomas, sendo produzidos com rigoroso controle técnico para atender às especificações determinadas pela Anvisa”.

Conforme definição da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - ANVISA sobre medicamentos, pode-se observar que o mesmo é definido como um composto destinado para tratar enfermidades e auxiliar na prevenção de vírus, onde para a sua produção é preciso atender vários requisitos.

O Decreto-Lei nº 176 de 30 de agosto de 2006, dispõe sua definição sobre medicamentos, para contexto nacional, sendo:

[...]toda a substância ou associação de substâncias apresentada como possuindo propriedades curativas ou preventivas de doenças em seres humanos ou dos seus sintomas ou que possa ser utilizada ou administrada no ser humano com vista a estabelecer um diagnóstico médico ou, exercendo uma ação farmacológica, imunológica ou metabólica, a restaurar, corrigir ou modificar funções fisiológicas.

O decreto discorre o assunto como uma substância, a fim de restaurar, corrigir ou modificar algumas funções fisiológicas.

O site *Você Sabe A Diferença Entre Remédio E Medicamento?* (2015), define medicamento como sendo:

[...] substâncias ou preparações que se utilizam como remédio, elaborados em farmácias ou indústrias farmacêuticas e atendendo especificações técnicas e legais. Medicamentos são produtos com a finalidade de diagnosticar, prevenir, curar doenças ou então aliviar os seus sintomas.

Com base na citação acima, pode-se entender que medicamentos é o agregado de várias substâncias, seguindo especificações técnicas, que resulta em um material benéfico para o ser vivo, sendo no tratamento de doenças e vírus ou na prevenção dos mesmos.

2.7 DEFINIÇÃO DE SOCIEDADE E INDÚSTRIA FARMACÊUTICA

Esse tópico irá relatar sobre as definições de sociedade e indústria farmacêutica.

Indústria, conforme Las Casas e Garcia (2007, p. 241) é:

[...] A atividade secundária da economia, que engloba as atividades de produção ou qualquer dos seus ramos, em contraposição as atividades primárias e terciárias. [...] é a conjunção do trabalho e do capital para transformar a matéria prima em bens de produção e consumo.

Conforme exposto acima, entende-se que o processo de produzir é feito pela indústria. A transformação de um material em outro é um dos processos deste segmento.

Segundo Gauto e Rosa (2013, p. 13), acerca de Indústria Química, aborda que “ela transforma substâncias que existem na natureza em produtos úteis para a vida que levamos no mundo moderno”.

Logo entende-se que a indústria, usando substâncias ativas, inicia um processo onde transforma os mesmos em produtos/medicamentos para manter a vida, ou melhorá-la, conforme o uso.

O site Saúde Brasil (2016), acerca de Indústria Farmacêutica relata que

A indústria farmacêutica é a atividade que está vinculada à produção, à distribuição e à comercialização dos medicamentos que conhecemos ou de novos medicamentos em desenvolvimento. A partir de grandes investimentos financeiros feitos em pesquisas, alta tecnologia e mão-de-obra qualificada, as empresas farmacêuticas fabricam os medicamentos, estes obtidos de substâncias químicas extraídas de farmoquímicos de origem animal, vegetal ou biotecnológica.

O exposto acima define de forma ampla e geral, onde informa o papel da indústria sobre a criação dos medicamentos, também alguns dos processos utilizados pela mesma para alcançar esse objetivo e até mesmo a parte da comercialização, onde o medicamento já pronto e é enviado para a distribuição e para a sociedade.

A definição de sociedade, retratada pelo site Significados (2011), cita que:

É um conjunto de seres que convivem de forma organizada [...] sujeitos à mesma autoridade política, às mesmas leis e normas de conduta, organizados socialmente e governados por entidades que zelam pelo bem-estar desse grupo. Os membros de uma sociedade podem ser de diferentes grupos étnicos. Também podem pertencer a diferentes níveis ou classes sociais.

Logo, com as definições expostas acima, entende-se que a sociedade é formada por uma gama de seres, diferentes entre si, que vivem de forma organizada. Usando esse conceito, podemos entender que a indústria precisa ser tão abrangente quanto a quantidade de seres existentes, pois não existe apenas um tipo de doença ou vírus, a Indústria Farmacêutica precisa atender a demanda de toda essa sociedade.

2.8 VANTAGENS DA PRECIFICAÇÃO

De acordo com o tema: Vantagens E Desvantagens De Uma Estratégia De Preços Competitivos (2018) publicada pelo site E-commerce Brasil, ter sempre um bom preço não significa que você está tendo vantagem comercial. Antes de confirmar um preço é necessário estudar toda cadeia produtiva, visto que todo investimento feito dentro da empresa, deve ter um retorno para evitar falência.

Entende-se que o preço final de um produto deve ser baseado apenas na concorrência, e sim na junção desse com os custos de fabricação.

Wernke (2008), afirma que para a empresa manter uma vantagem competitiva, com a relação aos seus preços, ela precisa ficar atenta ao mercado base econômica e cada vez mais expandindo sua gama de produtos para assim, alcançar o maior número de pessoas. “O apreçamento com base na concorrência toma como base de preço o que as outras empresas concorrentes cobram, fazendo com que o preço escolhido seja igual, maior ou menor do que o dos rivais”, afirma Sartori (2004, p.94).

Pode-se dizer acerca do citado acima que nem sempre manter um preço bom é sinônimo de prosperidade empresarial. É necessário sim atualizador quanto aos preços da concorrência, porém é preciso ficar atento quanto aos investimentos e despesas da empresa, e precificar os produtos a fim de, no final do exercício obter lucratividade e conseguir manter o empreendimento na ativa.

O SEBRAE (2018) cita que “O preço de venda ideal tem que cobrir todos os custos e despesas, deve ser competitivo e melhor que o preço da concorrência”.

Com base no citado, o preço ideal é o que beneficia a própria empresa e se destaca com base a sua concorrência, assim chamando toda a atenção da sociedade para o seu produto.

Bruni e Famá (2016, p.251) nos mostram que “o sucesso empresarial poderia até não ser consequência direta da decisão acerca dos preços. Todavia, um preço equivocado de um produto ou serviço certamente causará sua ruína”.

O citado acima aborda sobre a importância do processo de precificar, pois uma boa gestão e um bom preço leva a empresa a se destacar e a evoluir com mais rapidez, porém, uma precificação errada ou abusiva, leva a não credibilidade perante a sociedade.

Complementando, Bruni e Famá (2016, p. 254) afirma que:

A formação de preços deve ser capaz de considerar a qualidade do produto em relação às necessidades do consumidor, a existência de produtos substitutos a preços mais competitivos, a demanda esperada do produto, o mercado de atuação do produto, o controle de preços imposto pelo governo, os níveis de produção e vendas que se pretende ou podem ser operados e os custos e despesas de fabricar, administrar e comercializar o produto.

Observa-se que uma boa precificação, além de manter o material ativo no mercado, chama a atenção da sociedade. O preço não pode ser prejudicial para a empresa e nem para o consumidor, deve ser equilibrado para alcançar a todos e ao mesmo tempo gerar lucratividade para empresa, a fim de mantê-la ativa.

2.9 MEIOS PARA REDUÇÃO DO CUSTO FINAL DO PRODUTO

Esse tópico vem evidenciar os meios para redução do custo final do produto.

Bertó e Beulke (2012, p.22) citam algumas etapas para o estabelecimento do preço, sendo a definição do objetivo do preço, a realização da análise de mercado, quanto ao número e estimativa de participação no mercado, análise da elasticidade da demanda e uma análise de influência. “É decisiva para a empresa essa análise de natureza econômico-financeira. O preço-base deve, necessariamente, superar os custos incorridos para obter um resultado positivo”.

Assim, toda indústria deve se preparar para a reação da sociedade, quanto aos seus produtos e para a volatilidade no custo de suas matérias-primas no momento de aquisição.

Ainda, Bertó e Beulke (2012) citam alguns tópicos onde a indústria deve dedicar maior concentração, sendo no lançamento dos produtos, quando há alteração no custo da matéria prima, no surgimento da necessidade na mudança do processo (automação ou terceirização), mudança drástica no preço sem escalonamento e outros.

Leonardi (2018) publicou o tema: O Que Determina o Preço do Medicamento na Indústria Farmacêutica publicada pelo site do ICTQ - Instituto de Ciência, Tecnologia e Qualidade, retratando acerca dos tributos sobre a indústria e sobre a circulação nas vendas, sendo eles, o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - ICMS, Programa Integração Social - PIS, Contribuição para o financiamento da Seguridade Social - COFINS, Importo sobre serviço - ISS, Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL, Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Imposto sobre Operações Financeiras - IOF, Imposto de Renda - IR, Taxas da Anvisa e outros.

O tema: Composto de Marketing - Preço (2012) publicada pelo site Administradores, retrata que um passo importante para a redução dos custos é saber negociar. Todos os custos que são envolvidos na fabricação do produto final são rateados e incluídos no custo da mercadoria, ou seja, quanto menor o custo no momento de aquisição da mercadoria, maior será sua

Observa-se que para uma boa precificação é preciso atenção no custo de aquisição da matéria prima, nas despesas que a acompanham, sendo os fretes, seguros e etc., e na localidade onde é feita essa aquisição, checando a incidência de impostos. Com isso, pode-se entender que quanto menor o custo dos impostos citados, menor será o valor do custo final da mercadoria, podendo a empresa ter maior proveito e liberdade na decisão da porcentagem de lucratividade.

3. METODOLOGIA

Para Lakatos e Marconi (2010, p. 65) metodologia é “o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

Observa-se que metodologia é usado para auxiliar as pessoas na elaboração de um projeto, facilitando o alcance dos objetivos.

Santos, Kienen e Castiñeira (2015, p. 89) afirmam que métodos são “procedimentos teóricos e técnicos para a execução de uma pesquisa. Os procedimentos metodológicos devem obedecer ao objetivo geral e operacionalizar os objetivos específicos”.

Entende-se que métodos é um guia para a elaboração do projeto, ditando procedimentos e técnicas.

Lakatos e Marconi (2011, p. 43) afirma que “pesquisa pode ser considerada um procedimento formal com método de pensamento reflexivo que requer um tratamento científico e se constitui no caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”.

Pode-se compreender que pesquisa é o procedimento onde se deve buscar comprovação do assunto proposto, onde se é usado métodos para criar um caminho para chegar ao objetivo final.

Mattar (2008, p. 165) aborda que “pesquisa é, ao mesmo tempo, um processo de descoberta e de invenção [...] as vezes vai confirmar suas ideias ou opiniões; as vezes vai modificá-las”.

Com base no exposto acima a pesquisa nos auxilia na elaboração do projeto e amplia os conhecimentos, podendo atestar o assunto tratado, complementa-lo ou modifica-lo.

Para Soares (2003, p 19) “a abordagem qualitativa não emprega procedimentos estatísticos [...] também cabe a determinar situações de pesquisa”.

Esse tipo de pesquisa ajuda o pesquisador a encontrar a resolução do problema proposto, sem usar meios estatístico para tal.

Severino (2007, p. 119) aborda que é o “modo de dizer, que faz referência mais a seus fundamentos epistemológicos do que propriamente a especificidades metodológico.

Observa-se que na pesquisa Qualitativa deve-se usar um conjunto de metodologias para chegar ao objetivo concreto e verdadeiro.

Medeiros (2010, p.39) relata que:

A pesquisa bibliográfica compreende: escolha assunto, elaboração do plano de trabalho, identificação, compilação, fichamento, análise e interpretação, redação. Constitui num procedimento formal para a aquisição de conhecimento sobre a realidade.

A pesquisa bibliográfica deve ser feita para todos os trabalhos como aquisição de conhecimento.

Cervo e Bervian (2002, p. 65) cita que a mesma “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos”.

Entende-se que a mesma evidencia e viabiliza o trabalho/projeto, auxiliando na análise e na obtenção de conhecimento.

Para Lakatos e Marconi (2010, pag. 166) pesquisa bibliográfica é definida como:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda a bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação oral: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito ou dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas quer gravadas.

Pode-se compreender que a pesquisa tem como objetivo informar o pesquisador sobre temas variados a fim de que o mesmo possa transcrever de forma única o que foi entendido.

4. CONCLUSÕES

Os objetivos do presente estudo foram alcançados. O objetivo geral, as vantagens de uma boa precificação para a indústria e a sociedade, está contemplado no item 2.7, onde entende-se que um preço justo deve proporcionar lucratividade a sociedade, ou seja, precisa alcançar vantagens competitivas. Um bom preço tem que ser um sinal de que a empresa é rentável, precificar apenas com base na concorrência não é uma boa estratégia. O empresário deve estar atendo que uma boa precificação tem que atender aos consumidores de forma justa e também manter a empresa competitiva no mercado, entendendo que, para se ter vantagem, os custos devem ser acessíveis a fim de fidelizar o consumidor e rentável a fim de aumentar a lucratividade.

Os objetivos específicos também foram alcançados. O primeiro objetivo específico está evidenciado no item 2.2, onde mostra a importância da contabilidade de custos para a precificação. A contabilidade de custos é imprescindível para uma boa precificação, tendo em vista, que para compor o custo do produto é necessário conhecer sobre custos de aquisição ou fabricação, além da margem de lucro desejada. Sem uma contabilidade de custo eficaz não há o que se falar em justa precificação. Orienta-se aos empresários que desejam manter uma justa

precificação no mercado e lucratividade, que invistam recursos em um profissional capaz de identificar e mensurar os custos envolventes.

O segundo objetivo específico, analisar formas para redução de custo, está evidenciado no tópico 2.8, onde pondera-se que para reduzir o custo dos produtos é necessário que as informações contábeis estejam suportadas por uma contabilidade de custos. Posteriormente deve-se analisar o mercado e a elasticidade da demanda. Se faz necessário buscar adquirir matéria prima acessível sempre observando os impostos incidentes pois os custos na aquisição e os tributos envolventes influenciam no momento da precificação do medicamento. Uma redução dos custos e despesas também irá refletir no preço final do produto.

O terceiro objetivo específico, mostrar a influência da contabilidade de custos na precificação, está evidenciado no tópico 2.4, onde entende-se que os mesmos devem andar juntos, pois sem uma contabilidade de custos eficiente a mensuração do seu custo final também não será. É de extrema importância que uma empresa tenha uma boa gestão, a fim de conseguir identificar os custos envolvidos para que a apuração do custo final seja feita corretamente por produto produzido, sempre alocando os impostos de maneira correta no momento da precificação.

Logo compreende-se que para elaboração do preço de venda, é necessário conhecer o mercado alvo, os custos da empresa, a concorrência e todos os tributos relacionados a produção. Para a sociedade alguns preços são considerados bastante altos por não conhecerem os custos envolvidos por trás na produção do mesmo. Qualquer falha na elaboração do preço de venda pode denegrir o nome da empresa perante a sociedade, fazendo com que perca a confiança de seus produtos.

Portanto, para que ocorra uma boa precificação é necessário primeiro realizar uma análise geral na indústria e na sociedade. Com base nas informações expostas acima, pode-se ter que para o sucesso de uma indústria, é imprescindível ter um preço acessível de seus produtos. Toda indústria deve-se preparar para a reação da sociedade, pois quando há uma grande volatilidade nos preços de aquisição, os custos são conseqüentemente influenciados

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARMOSTRONG, G. Kotler. **Princípios de Marketing**. 12º Edição. São Paulo: Person Prentice Hall, 2007.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Formação De Preços: Estratégias, Custos E Resultados**. 5º edição. São Paulo: Atlas, 2017. [Minha Biblioteca Virtual].

BERTO, Dalvio José; BEULKE, Rolando. **Precificação: Sinergia Do Marketing + Finanças**. 2. edição. São Paulo: Saraiva, 2012.

BRASIL. **Decreto-Lei n.º 176 de 30 de agosto de 2006**. Presidência da República do Brasil. Disponível em: <http://www.infarmed.pt/documents/15786/1068535/035-E_DL_176_2006_11ALT/d2ae048e-547e-4c5c-873e-b41004b9027f>. Acesso em: 06 maio 2019.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Robens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 6º edição. São Paulo: Atlas, 2012. [Minha Biblioteca Virtual].

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão De Custos E Formação De Preços: Com Aplicação Na Calculadora HP 12C E Excel**. 6º edição. São Paulo: Atlas, 2016.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 7º edição. São Paulo: Atlas, 2019.

CASAS, A. L. L., **Marketing de serviços**. 5. edição. São Paulo: Atlas, 2007, 257p.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5º edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

Composto de Marketing – Preço (2012). Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/composto-de-marketing-preco>>. Acesso em: 01 maio 2019.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade de custos**. 6º edição. São Paulo: Atlas, 2018. [Minha Biblioteca Virtual].

GAUTO, Marcelo; ROSA, Gilber. **Química industrial. Dados eletrônicos**. 1º edição. Porto Alegre: Bookman, 2013.

INTERFARMA: **Guia interfarma** (2019). Disponível em: <https://www.interfarma.org.br/guia/guia-2019/>. Acesso em 09 de setembro de 2019.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 5º edição. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 6º edição. São Paulo: Atlas, 2011.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza. **Diferenciação e Inovação em Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2007. [Minha biblioteca Virtual]

LEONARDI, Egle - O Que Determina O Preço Do Medicamento Na Indústria Farmacêutica. **ICTQ (2018)**. Disponível em: <<https://www.ictq.com.br/industria-farmaceutica/717-o-que-determina-o-preco-do-medicamento-na-industria-farmaceutica>>. Acesso em: 04 maio 2019.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. – 11º edição. São Paulo: Atlas, 2018. [Minha Biblioteca Virtual]

MATTAR, João. **Metodologia Científica Na Era Da Informática**. 3º edição. São Paulo: Saraiva, 2008.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas**. 11º edição. São Paulo: Atlas, 2010.

O que devemos saber sobre medicamentos (2010). Disponível em: <<http://www.vigilancia-sanitaria.sc.gov.br/index.php/download/category/112-medicamentos?download=102:cartilha-o-que-devemos-saber-sobre-medicamentos-anvisa>>. Acesso em: 05 maio 2019.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade de custos: teoria, prática, Integração com Sistemas de Informações (ERP)**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial. Um enfoque em sistema de informação contábil**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Saraiva, 2019.

SANTOS, Pedro Antônio dos; KIENEN, Maria; CASTIÑEIRA, Maria Inês. **Metodologia Da Pesquisa Social: Da Proposição De Um Problema À Redação E Apresentação Do Relatório**. São Paulo: Atlas, 2015.

SARTORI, Eloi. **Gestão de Preços: Estratégia e Flexibilização de Preços, Fidelização de Clientes e Aumento de Rentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2004.

Saúde Brasil: **Indústria Farmacêutica (2016)**. Disponível em: <<http://www.saudebrasil-net.com.br/industria-farmaceutica>>. Acesso em 07 maio 2019.

SEBRAE: O Que Considerar Na Hora De Precificar Os Produtos (2018). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-considerar-na-hora-de-precificar-os-produtos,8978e8da69133410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 06 maio 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23ª edição. São Paulo: Cortez, 2007.

Significado: Significado de Sociedade (2011). Disponível em: <<https://www.significados.com.br/sociedade/>>. Acesso em: 20 de agosto de 2019.

SOARES, Edvaldo. **Metodologia científica: lógica, epistemologia e normas**. São Paulo: Atlas, 2003.

Vantagens e desvantagens de uma estratégia de preços competitivos (2018). Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/vantagens-desvantagens-estrategia-de-precos-competitivos/>>. Acesso em: 02 maio 2019.

VEIGA, Windsor Espenser, SANTOS, Fernando de Almeida. **Contabilidade de custos: gestão em serviços, comércio e indústria**. 1ª edição. São Paulo: Atlas, 2016. [Minha Biblioteca Virtual]

Você sabe a diferença entre remédio e medicamento? (2015). Disponível em: <<http://www.farmacia.pe.gov.br/noticia/voce-sabe-diferenca-entre-remedio-e-medicamento>>. Acesso em: 02 maio 2019.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos: uma abordagem prática.** 2º edição. São Paulo: Atlas, 2008.