



**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, CONTABILIDADE E ATUÁRIA**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**  
**PROGRAMA DE ENSINO**

<b>Curso: CIÊNCIAS ECONÔMICAS</b>	<b>Ano: 2024_SEM_1</b>
<b>Disciplina: GESTÃO ECONÔMICA DO RESULTADO E FORMAÇÃO DE PREÇO EM MERCADOS COM CONCORRÊNCIA INTENSIVA</b>	
<b>Créditos: 2</b>	<b>Carga Horária: 30</b>
<b>EMENTA</b>	
A proposta desta disciplina é apresentar aos estudantes de economia, instrumentos de gestão que possibilitem tratar a empresa capitalista como uma instituição vinculada à dinâmica econômica, interagindo com os movimentos do processo de acumulação de capital, o que lhe impõe visão estratégica e requer instrumentos adequados para viabilizar essa visão e encaminhar ações que colaboram na sobrevivência da empresa em ambientes de competição intensa.	
<b>OBJETIVO GERAL</b>	
Esta disciplina tem como objetivo, num primeiro plano, identificar os determinantes estruturais da concorrência intensiva, para apresentar, na sequência, instrumentos de gestão voltados ao fortalecimento das empresas na disputa de mercado e na luta pela manutenção/expansão das suas atividades. Serão objetos de apreciação, instrumentos como:	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	
Podem ser listados os seguintes objetivos específicos da disciplina: <ul style="list-style-type: none"><li>- a utilização do orçamento como instrumento da gestão estratégica do resultado;</li><li>- a definição de metas de faturamento, com a correspondente identificação das responsabilidades das áreas/departamentos da empresa na consecução das metas;</li><li>- a aplicação do conceito de “equações de resultado” e de “centros de resultado”, também identificando as responsabilidades das áreas/departamentos em termos da participação na formação do resultado;</li><li>- identificação dos elementos formadores do preço, articulando a análise da formação do preço com a análise da formação do resultado.</li></ul>	
<b>METODOLOGIA</b>	
O desenvolvimento do curso contará com aulas expositivas para apresentação dos conceitos. Serão apresentados e desenvolvidos exercícios voltados a estudos de caso para todos os itens do programa, com distribuição de material específico para cada tópico.	
<b>AVALIAÇÃO</b>	
A avaliação compreenderá uma avaliação no plano da prática, com a realização de exercícios em sala, por grupo de trabalhos formado por dois alunos, e de uma avaliação conceitual. O resultado final será apurado a partir da média aritmética das duas avaliações. Os exercícios estão associados a cada tópico do programa.	
<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>	
1. Identificação dos determinantes estruturais da intensidade da concorrência <ul style="list-style-type: none"><li>1.1. Barreiras de entrada</li><li>1.2. Retaliação prevista</li><li>1.3. Preço dissuasivo</li><li>1.4. Experiência e escala</li></ul>	

- 2.O orçamento como instrumento básico de planejamento estratégico
  - 2.1.A visão tradicional sobre o orçamento
  - 2.2.Objetivos, metas e resultados: elementos do “Planejamento estratégico” incorporados à elaboração do orçamento
  - 2.3.O orçamento como instrumento de difusão do resultado na empresa
  - 2.4.O orçamento como instrumento de acompanhamento do resultado
  
- 3.A formação do resultado e sua expressão como ‘Meta de Faturamento’
  - 3.1.Definição das contas de resultado(atualização tecnológica, reposição do capital de giro, remuneração do capital, inadimplência e expansão)
  - 3.2.Quantificação das contas de resultado
  - 3.3.Metodologia de apuração da “Meta de Faturamento”
  - 3.4.Alterações da “Meta de Faturamento” por mudanças de cenário econômico
  - 3.5.Como incorporar a “Meta de Faturamento” e suas alterações na execução e acompanhamento do orçamento.
  
- 4.Gestão econômica e acompanhamento do resultado por “Equações de Resultado”
  - 4.1.O conceito de “Margem de Contribuição” e sua importância na definição das “Equações de Resultado”
  - 4.2.Definição de “áreas de resultado” e “áreas de custo”
  - 4.3.Metodologia para definição das “Equações de Resultado”
  - 4.4.O acompanhamento do resultado através das “Equações de Resultado”
  
- 5.Formação do preço num contexto de gestão econômica em concorrência intensiva
  - 5.1.A remuneração do capital adequada à gestão econômica do resultado
  - 5.2.Critérios para classificação dos custos em fixos e variáveis
  - 5.3.Análise das relações custo/volume/lucro
  - 5.4.Princípios para a política de fixação das margens de lucro (Mark-up)
  - 5.5.Definição dos preços e estratégias de competitividade

#### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- IUDÍCIBUS, Sérgio (1989) *Análise de Custos*. São Paulo, Editora Atlas
- MARTINS, Eliseu e ASSAF NETO, Alexandre (1985) *Administração Financeira*. São Paulo, Editora Atlas.
- MORAES, Antonio Carlos *Metodologia para Definição de Equações de Resultado: concepção e estudo de caso*. São Paulo, IOPEC.
- MORAES, Antonio Carlos e TINOCO, João E.P. (s.d.) *Difusão do Conceito de Resultado na Empresa*. São Paulo, IOPEC.
- \_\_\_\_\_ *Análise e Acompanhamento Orçamentário*. São Paulo, IOPEC.
- \_\_\_\_\_ *O Orçamento como Instrumento Básico do Planejamento Estratégico*. São Paulo, IOPEC.
- MOREIRA, José Carlos (1988) *Orçamento Empresarial*

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

PAVÃO, José Roberto (s.d.) *Decomposição da Taxa de Retorno: Análise de Giro e Margem*. São Paulo, IOPEC.

PORTER, Michael (1991) *Estratégia Competitiva – Técnicas para análise de Indústrias e da Concorrência*. Rio de Janeiro, Editora Campus.

SANTOS, Joel José (1988) *Formação de Preços e do Lucro Empresarial*. São Paulo, Editora Atlas.