

FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

Jéferson da Silva Ferreira ¹

Ceniro Ferreira de Sousa ²

RESUMO

A ideia geral deste trabalho é demonstrar a importância da formação de preços e sua influência na sobrevivência e lucratividade. Um dos problemas enfrentados pelos pequenos e micros empresários do comércio é a formação de preço de venda, de forma que pague todos os custos e despesas e no final obtenha lucro. A fixação de preço passou a ser uma das principais estratégias do mercado, esse estudo tem por objetivo propor o melhor método de formação de preço. Adotou-se uma pesquisa qualitativa, onde foi realizado estudo de caso de uma empresa de pequeno porte do comércio varejista. Os dados foram obtidos através de entrevistas e relatórios passados pela empresa. Os resultados mostraram que é essencial os empresários conhecerem a base de custo de sua empresa e com isso é possível alcançar sua margem de lucro desejada.

Palavras-chaves: Importância, Formação, Sobrevivência.

SALE PRICE FORMATION

ABSTRACT

The general idea of this work is to demonstrate the importance of price formation and its influence on survival and profitability. One of the problems faced by small and micro entrepreneurs in the trade is the formation of sales prices, so that they pay all costs and expenses and in the end make a profit. Price fixing has become one of the main market strategies, this

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis, 8ª fase, do Centro Universitário UNIFACVEST.

² Professor Msc, do Curso de ciências contábeis, do Centro Universitário UNIFACVEST.

study aims to propose the best price formation method. A qualitative research was adopted, where a case study of a small retail business was carried out. The data were obtained through interviews and reports given by the company. The results showed that it is essential for entrepreneurs to know the cost base of their company and with that it is possible to reach their desired profit margin. Supermercados Dois Amores that has non-conformities in the data entries in its stock, requiring fundamental corrections prepared by the auditor, in order to solve and promote integral practices within this company, the entire methodology being researched through books, internet sites and consultation with accounting professionals.

Keywords: Importance, Formation, Survival.

1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como tema a ser abordado a importância de calcular o preço de venda, analisou-se um caso em uma empresa agropecuária.

A partir dos estudos, desenvolve-se o seguinte questionamento: A empresa pode acabar falindo por fixar o preço incorretamente?

Para responder à pergunta citada acima, este trabalho dedica-se ao estudo da teoria geral de formação de preço.

Fixar preços é uma decisão que acaba gerando dúvidas aos empresários, para fixar o preço de forma eficiente, requer o levantamento de informações, que é crucial para a sobrevivência da empresa, além disso requer informações de como seus concorrentes diretos estão se comportando diante os clientes, para não acabar se surpreendendo. Se a empresa não sabe o custo total do seu produto ou serviço prestado, não irá conseguir analisar se os preços aplicados estão gerando margem de lucratividade. Esse desconhecimento as vezes faz com que a empresa apresente resultados negativos. Neste trabalho irá ser analisado os métodos de formação de preço em uma empresa agropecuária, levantando todos os custos que a empresa possui para análise do preço de venda.

O principal objetivo deste trabalho tem como finalidade demonstrar a importância de conhecer o custo para fixar o preço de venda, utilizando a margem de lucro desejada.

O estudo surgiu em pela necessidade de determinar a melhor forma de cálculo de venda, embora a empresa seja bem estruturada, é carente de informações de gestão de custos.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma: o referencial teórico que contém informações sobre o tema abordado, utilizando como referência autores, contendo a diferença entre custo x formação de preço, Custos Fixos e Variáveis. No capítulo seguinte, que se refere

ao tema ou problema, é efetuada breve descrição sobre a empresa que foi realizada o estudo. No capítulo da análise teórica e comparativa do tema ou problema são resultados encontrados nos métodos de formação de preço, e são apresentadas soluções.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Preço é uma expressão monetária, simplificado como sendo um valor de um produto, bem ou serviço transacionado no mercado. Preço pode ser o valor de troca de bem físico ou serviço. Segundo (DE CAMARGO , 2017):

Toda empresa, seja uma indústria, um comércio ou uma prestadora de serviços, precisa saber como realizar com precisão a composição e formação do Preço de Venda dos itens que comercializa ou dos serviços que presta, pois isso permitirá calcular o retorno com a margem de lucro desejada.

Afinal, tudo que queremos é alcançar lucratividade e agregar valor aos acionistas, não é mesmo?

Muitas empresas acabam ficando no vermelho e até mesmo falindo sem saber o que está acontecendo de errado, o conhecimento real do custo do produto, tem ajudado muitos empresários na gestão de empresa. Para fixar o seu preço de venda corretamente a empresa deve primeiramente avaliar o preço de mercado, após isso deve-se analisar todos seus custos para poder calcular com precisão seu preço de venda final.

2.1 Custos x Preço de venda

Preço de venda é o valor que sua empresa irá cobrar dos seus clientes. Este valor deve ser suficiente para cobrir todos os custos que a empresa tem para produzir, todas as despesas que ela tem para vender, obter lucro sobre seu produto ou serviço. Basicamente preço de venda define-se em, $\text{custos} + \text{despesas} + \text{lucro} = \text{preço de venda}$.

Embora muita das vezes o preço seja determinado pelo mercado, o empresário deve conhecer os custos para determinar qual o preço mínimo que o produto poderá ser vendido, afinal o preço deve ser justo para o consumidor e adequado para a empresa. Outra informação importante na hora de calcular o preço é conhecer os preços dos seus concorrentes e traçar uma estratégia de marketing para concorrer com eles.

Com base nessas informações, a formação de preço pode ser formada de dois modos, com base nos custos da empresa e na movimentação do mercado ou com combinação de ambas, devendo proporcionar aos empresários a maximização dos lucros.

2.2 Custos Fixos e Variáveis

Grande parte dos empresários possuem habilidades para as negociações de venda e de compra e acabam valorizando muito mais do que o necessário deixando de lado o controle dos custos. Isso porque consideram que dá muito trabalho, que é difícil, que não sabem como fazer ou não dispõem de ferramentas apropriadas. Isso acaba sendo preocupante, pois faz com que deixem de ter mais conhecimento sobre a própria empresa, muitos acabam nem sabendo os gastos que tem com a empresa.

Custos fixos o próprio nome já indica, se mantem fixos, independentemente do volume de produção da empresa não se altera. Um exemplo de custo fixo seria o aluguel, porém existe uma margem de variação nesse custo, como o aumento do aluguel, mas a variação nesse caso é mínima e ocorre geralmente anualmente. É importante compreender os custos fixos na hora de calcular o preço de venda.

Já nos custos variáveis eles acompanham o volume de produção, diferente dos custos fixos que se mantem fixos independente do volume de produção, eles sofrem alterações conforme o tempo e volume de vendas. Ao contrário do que muitos pensam que os custos variáveis são um grande vilão, afinal quanto maior as vendas, maior será o custo, porém deve se perceber que o aumento das vendas significa um aumento das receitas. Assim como os custos fixos os custos variáveis são cruciais na hora de calcular o preço de venda e importante para uma gestão eficaz.

Exemplos:

- Matérias-Primas
- Comissões de Vendas
- Insumos produtivos (Água, Energia)

Como diferenciar custos fixos e variáveis?

Não existe uma fórmula genérica, que se aplique a todos os casos, para saber quais custos são fixos e quais são variáveis. Isso porque a classificação dos custos varia muito de acordo com a atividade da empresa. Tomando o caso em evidencia deste estudo, independentemente do movimento, ele terá os salários dos funcionários como um custo fixo, por exemplo na empresa agropecuária tem o agrônomo, que é um custo fixo. Já uma construtora que contrata trabalhadores por empreitada terá de colocar os salários desses temporários como

custo variável, pois quanto mais serviço ela tiver, maior será sua necessidade de mão de obra e, por isso, o custo total desse item. 2.2 Formação de preço de venda utilizando o mark-up

Ao se procurar métodos de formação de preço de venda é preciso observar a base escolhida para essa formação, a partir do Custo, ou a partir do Mercado. Escolhido o custo do produto como base para formação do preço de venda, é utilizado um método que vem há alguns anos com algumas alterações. Conforme (Ingels, 2009) Markup ou Mark-Up é um termo usado em economia para indicar quanto, do preço, do produto está acima do seu custo de produção e distribuição. Significa diferença entre o custo de um bem ou serviço e seu preço de venda. Pode ser expresso como uma quantia fixada ou como percentual. A contabilidade define o mark-up de maneira semelhante. Mas, para entendê-lo corretamente, é preciso considerar alguns fatores que o influenciam. Como custos fixos e variáveis, despesas fixas e variáveis.

3 O CAPÍTULO REFERENTE AO TEMA OU PROBLEMA

A formação de preço deve estar ligada à realidade da empresa, o preço deve estar em equilíbrio com a demanda e oferta dos produtos, pois num mercado onde quem dita o preço a pagar é o cliente, o conhecimento dos custos da empresa é importante. Desta forma os custos tem um papel fundamental na empresa, na medida em que a empresa não tem um controle de seus gastos e de seu lucro.

4 O CAPÍTULO DA ANÁLISE TEÓRICA E COMPARATIVA DO TEMA OU PROBLEMA

A empresa Agropecuária Farmácia do Boi, fundada em 01 de fevereiro de 2006, no município de Bom Retiro, estado de Santa Catarina, sua sede fica na Avenida 24 de Outubro. A empresa tem por objetivo social as atividades de “Comercio Varejista de Medicamentos Veterinários, Comercio Varejista de Ração e Artigos para Animais, Comércio Varejista de Produtos para Agropecuária e Comércio Varejista de Materiais de construção em geral”.

Foi averiguado o método de formação de preço da empresa para saber se ela está no rumo certo para enfrentar o mercado e conseguir cumprir com suas obrigações, além de alcançar a lucratividade.

Abaixo segue a lista dos produtos selecionados.

Método de formação de preço

Quadro 1- Preços de aquisição dos produtos

ITENS	QUANT.	PRODUTOS	JAN 2019	TOTAL
1	40 PCT	Bion 500 wg 25gr	R\$ 87,51	R\$ 3.500,40

2	16 LT	Nativo 5lt	R\$ 408,19	R\$ 6.531,04
3	20 PCT	Antracol 25kg	R\$ 582,23	R\$ 1.164,46
4	36 PCT	Flint wg 500gr	R\$ 208,36	R\$ 7.500,96
5	12 LT	Belt sc 480 - lt	R\$ 518,62	R\$ 6.223,44

FONTE: Autor.

No quadro 1 foram relacionados os custos de aquisição de cada produto no mês de janeiro de 2019.

Quadro 2- Despesas Fixas

ITENS	JAN 2019
Água e esgoto	R\$ 292,64
Energia elétrica	R\$ 495,17
Telefone	R\$ 424,00
Despesas Bancárias	R\$ 1.053,42
Salários	R\$ 10.324,08
Impostos	R\$ 2.476,29
Material de limpeza	R\$ 116,66
TOTAL	R\$ 15.182,26

FONTE: Autor.

No quadro 2 foram relacionadas as despesas fixas da empresa no mês de janeiro de 2019.

Quadro 3- Despesas Variáveis

Itens	JAN 2019
Estadias	R\$ 0
Uniformes/Funcionários	R\$ 147,00
CDL/SPC	R\$ 123,00
Combustíveis	R\$ 400,00
Pedágios	R\$ 0
Material de escritório	R\$ 82,40
Dispêndio com Alimentação	R\$ 172,00
TOTAL	R\$ 924,40

Tabela 3-FONTE: Autor.

No quadro 3 foram relacionadas as despesas variáveis no mês de janeiro de 2019.

Quadro 4- Preço de venda por unidade

Produtos	CF	CV	Quant.	Custo da mercadoria unit.	%Lucro	Preço de venda unit.	Vendas Total
Bion 500 wg 25gr			40	R\$87,51	25%	R\$109,38	R\$4.375,20
Nativo 5lt			16	R\$ 408,19	25%	R\$510,23	R\$918,42
Antracol			20	R\$ 582,23	25%	R\$727,78	R\$14.555,60
Flint wg 500gr			36	R\$ 208,36	25%	R\$260,45	R\$9.376,20
Belt sc 480 - lt			12	R\$ 518,62	25%	R\$648,27	R\$7.779,24
Total	R\$15.182,26	R\$924,40	124	R\$1.804,91		R\$2256,11	R\$37.004,66

Fonte: Autor.

No quadro 4 foi calculado o preço de venda de cada produto através da margem de lucro desejada. Para calcular o preço de venda: Custo da mercadoria x 25%= Resultado

Quadro 5- Demonstrativo

Descrição	Jan	%
Receita Bruta (DRE)	R\$ 125.041,64	100%
Deduções (CF)	R\$ 15.057,87	12,04%
Receita Líquida	R\$ 37.004,66	29,60%
Despesas Variáveis	R\$ 924,40	0,73%
Despesas Fixas	R\$ 15.182,26	12,14%

Tabela 5-FONTE: Autor.

No quadro 5 demonstra o resultado da empresa no mês de janeiro. Para calcular: (Deduções) 15.057,87 / (Receita bruta) 125.041,64 = 12,04%

Quadro 6- cálculo mark-up

Produto	Preço de custo unit.	DF %	DV%	Margem de lucro%	Total	Preço de venda unit.

Bion 500 wg 25gr	87,51	12,14%	0,73%	25%	37,87%	R\$ 140,84
Nativo 5lt	408,19	12,14%	0,73%	25%	37,87%	R\$ 656,98
Antracol	582,23	12,14%	0,73%	25%	37,87%	R\$ 937,09
Flint wg 500gr	208,36	12,14%	0,73%	25%	37,87%	R\$ 335,35
Belt sc 480 - lt	518,62	12,14%	0,73%	25%	37,87%	R\$ 834,71

Tabela 6-Fonte: Autor

No quadro 6 utilizamos o método mark-up para chegar ao preço de venda ideal, aonde foi possível alcançar a margem de lucro desejada e pagando os custos. Para Calcular: MARKUP (Multiplicador) = $1 \div (1 - [CF\% + CV\% + ML\%])$

Para que a empresa possa obter lucros e pagar suas despesas tendo um preço competitivo no mercado, é de extrema importância calcular corretamente o preço de venda e conhecer a base de custos. Portanto nesse estudo de caso foi demonstrada de duas formas diferentes para se calcular o preço de venda, preço de venda pela margem de lucro e pelo método mark-up, que é o método mais seguro, assim podendo auxiliar os gestores de empresas na hora de formar o preço.

5 CONCLUSÃO

Observa-se que nos dias atuais independente da área de atuação, seja comércio ou indústria, o fator preço está presente, sempre existira concorrência. É de grande importância não só para os pequenos empresários, como para os grandes empresários conhecer os custos, sendo um grande passo para sair na frente dos seus concorrentes.

Hoje em dia são muitos concorrentes vendendo os mesmos produtos, os empresários devem estar muito bem informados na estrutura de seus custos fixos, prazos, margem de contribuição e muitas outras informações para que possa potencializar seus negócios.

Buscou-se trazer informações sobre os métodos de formação de preço de venda, como funcionam e exemplos de cálculos de preços em uma empresa agropecuária que tem como objetivo se manter no mercado e aumentar seu fluxo de caixa. Para a formação de preço de maneira correta, foi utilizado como base os custos da empresa que foi concedido por ela mesmo.

No estudo de caso, foi mencionado brevemente sobre a empresa Agropecuária Farmácia do Boi, foi demonstrado duas formas de formação de preço, o preço de venda por unidade, que

é utilizado geralmente em pequenas empresas que não dispõem de um software atual para auxiliar, aonde geralmente o preço é calculado manualmente, sem ter como base os custos da empresa e sem um controle de caixa, o que não é a forma correta, pois as vezes a empresa está no vermelho e o proprietário não sabe o motivo. Foi utilizado também para demonstrar o método mark-up, que é um dos métodos mais utilizados hoje em dia.

Após realizar a aplicação dos métodos, foi elaborado o preço de venda final do produto, que era o objetivo do estudo, e foi demonstrado no quadro 3.2.3 aonde foi calculado o preço utilizando apenas a margem de lucro, tem uma grande diferença para o quadro 3.2.5 aonde foi utilizado o método mark-up, utilizado toda a base de custos da empresa para chegar no preço ideal, esse método é o que a empresa utiliza atualmente, e se pode concluir que a empresa está no rumo certo para enfrentar o mercado e assim obter lucratividade.

Portanto, conclui-se que é importante a utilização de ferramentas adequadas para administrar os custos e saber o quanto o cliente está disposto a pagar pela mercadoria e praticar preços que atendam o mercado, afinal empresas foram feitas para gerar lucros.

REFERÊNCIAS

Balanco Patrimonial, DRE. Disponível em:

<Contabilidade Santa Cruz, Taió-SC>, acesso em 02 abril 2019, 14:18.

Custeio por absorção contábil. Disponível em:

< <http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/custeiooporabsorcao.htm>>. Acesso em 18 maio 2019, 15:51.

DE CAMARGO, Renata. **O que é Markup, por que é importante conhecer sobre precificação e como realizar a formação do preço de venda de produtos e serviços?**

< <https://www.treasy.com.br/blog/markup/>> Acesso em 14 outubro 2019, 17:20.

Importância de se conhecer custos fixos e variável. Disponível em:

<<https://www.dicionariofinanceiro.com/custos-fixos-e-variaveis/>>. Acesso em 25 maio 2019, 18:01.

NONATO, Letícia. **Mark-up aprenda definir os preços da sua empresa com técnica.** Disponível em:

< <https://saiadolugar.com.br/markup/>>, acesso em 25 Abril 2019, 15:01