

Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica  
ODS: 8 - Trabalho decente e crescimento econômico

## **A PRECIFICAÇÃO E A ANÁLISE DE RESULTADOS NO COMÉRCIO DE MÁQUINAS AGRÍCOLAS<sup>1</sup>**

### **PRICING AND ANALYSIS OF RESULTS IN THE TRADE IN AGRICULTURAL MACHINES**

**Jaider Possebon Marsola<sup>2</sup>, Gustavo Roberto Callai Ristow<sup>3</sup>, Andrei Tobias Schmaltz<sup>4</sup>,  
Fernando Müller<sup>5</sup>, Euselia Paveglio Vieira<sup>6</sup>**

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida na disciplina Contabilidade de Custos

<sup>2</sup> Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Unijuí

<sup>3</sup> Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Unijuí

<sup>4</sup> Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Unijuí

<sup>5</sup> Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Unijuí

<sup>6</sup> Professora do DACEC, Orientadora da Pesquisa

## **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho apresenta as formas de pesquisa na área de custos aplicados na Expoijuí Fenadi 2019, na região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Essa região do Estado é forte nos recursos agrícolas, onde para ter êxito nesse ramo é preciso ter bons maquinários, a fim de ter melhor rendimento e mais agilidade nos processos de plantio e colheita. O grupo entrevistou gestores de empresas com foco na venda de máquinas agrícolas. A gestão de custos, se tornou essencial para o mundo dos negócios e também no ambiente da agricultura familiar, por se tratar de uma ferramenta de controle e gestão que auxilia no gerenciamento da propriedade e na tomada de decisões. Contudo no setor rural a gestão de custos ainda é pouco utilizada, fator esse que acaba prejudicando o processo de desenvolvimento da área rural, (CREPALDI, 2011).

O Processo de formação de preço é naturalmente abrangente e complexo. A formação do preço de venda precisa levar em conta os aspectos como, custos de produção ou de aquisição, lucro, mercado, concorrência, a percepção de valor, entre outros. Sendo o preço de venda um dos fatores que influencia o cliente em sua decisão de compra, pois em mercados com um grande número de concorrentes as empresas precisam ter certeza de que estão oferecendo a melhor oferta sem perder a lucratividade, (SOUZA; CLEMENTE; 2007).

Para Padoveze (2003) várias situações conduzem à tomada de decisão sobre preços. Podem-se listar as principais: “lançamento de um novo produto; introdução de produtos regulares em novos canais de distribuição ou em novos segmentos de mercado; conhecimento de alteração de preços dos concorrentes; variações significativas da demanda dos produtos, para mais ou para menos; alterações significativas na estrutura de custos da empresa e dos produtos, bem como dos investimentos; mudança de objetivos de rentabilidade da empresa; adaptação às novas estratégias de atuação no mercado; alterações na legislação vigente; adaptação as novas tecnologias existentes ou empregadas etc.

Ainda segundo Wernke (2008), preço a expressão do valor de troca que se oferece por alguma

**Evento:** XXVIII Seminário de Iniciação Científica  
**ODS:** 8 - Trabalho decente e crescimento econômico

coisa que satisfaça uma necessidade ou desejo. Sendo que, no cálculo do preço de venda, as empresas devem procurar valores que: maximizem os lucros; possibilitem alcançar as metas de vendas com tal preço; permitam otimização do capital investido; e proporcionem a utilização eficaz da capacidade de produção instalada. Assim, inicialmente, calcula-se um preço orientativo fazendo uso exclusivamente de dados internos da empresa. Critica-se tal preço orientativo em relação às características existentes no mercado de atuação como preço dos concorrentes, volume de vendas, prazo, condições de entrega, qualidade, aspectos promocionais etc. Neste contexto, o objetivo da pesquisa é compreender as formas de precificação das empresas que comercializam máquinas agrícolas e sua relação com o custo e os resultados na gestão das mesmas.

**Palavras-chave:** Precificação Gestão de Custos, Resultados. Decisão

**Keywords:** *Pricing Cost Management, Results. Decision.*

## METODOLOGIA

Do ponto de vista de sua natureza, a pesquisa se classifica como aplicada, que é “motivada pela necessidade de resolver problemas e apresenta finalidade prática” (VERGARA, 2004, p. 45). Quanto aos objetivos, esta pesquisa no âmbito das empresas de industrialização e comercialização de máquinas agrícolas se classifica como descritivo, uma vez que objetiva compreender o processo de precificação e os seus indicadores na gestão das empresas. No estudo descritivo, os fatos são devidamente observados, para posteriormente registra-los e analisá-los sem qualquer interferência do pesquisador sobre eles (ANDRADE, 2007). Quanto à forma de abordagem do problema, a pesquisa é classificada como qualitativa. Utiliza-se essa forma de pesquisa para descobrir e refinar as questões de pesquisa, baseando-se em métodos de coleta de dados sem medição numérica, como as descrições e as observações (SAMPLIERI; COLLADO, LUCIO, 2006). Portanto a pesquisa é considerada qualitativa, uma vez que não foram utilizados métodos estatísticos, mas sim, foi realizada uma sistematização em planilhas de excel e gráficos, além de uma análise descritiva dos resultados no que se refere as formas de precificação e a performance de cada negócio. Quanto aos instrumentos de coleta de dados, utilizou-se da técnica de entrevistas, segundo Gil (2010, p. 102) “Entrevista, por sua vez, pode ser entendida como a técnica que envolve duas pessoas numa situação “face a face” e em que uma delas formula questões e a outra responde”. De início foi realizada as entrevistas com sócios gestores das empresas selecionadas, sendo coletadas informações sobre as empresas e quais suas formas de precificação e estratégias de venda, posteriormente os dados foram analisados e interpretados.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Sobre o perfil dos entrevistados, observa-se que 40% dos entrevistados tem entre 21 e 30 anos, 20% tem entre 31 e 40 anos, e 40% entre 40 anos ou mais. Referente ao nível de formação dos representantes, verificou-se que 40% dos entrevistados possuem ensino superior, e 60% possuem ensino médio. Observou-se também que, na maioria das empresas, o responsável já trabalha há mais de 6 anos na empresa, passando a ter mais conhecimento e responsabilidade na mesma.

**Evento:** XXVIII Seminário de Iniciação Científica  
**ODS:** 8 - Trabalho decente e crescimento econômico

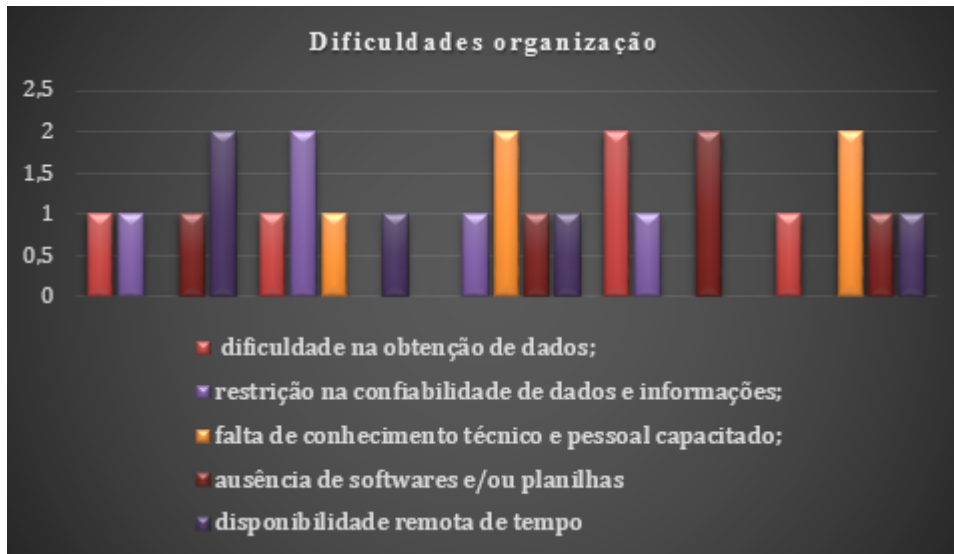
Após analisar os dados da pesquisa, constatou que as empresas já têm um tempo de trabalho considerado, tendo suas marcas bem destacadas e consolidadas no mercado. Quanto ao faturamento mensal das empresas, observou-se, de certo modo que 50% das empresas pesquisadas faturam mensalmente acima de R\$ 800.000,00, 33% das empresas faturam entre R\$ 400.000,01 e R\$ 800.000,00 e 17% com faturamento entre R\$ 200.000,01 a R\$ 400.000,00. De certa forma, a metade das empresas pesquisadas tem um valor expressivo de faturamento, sendo assim, são consideradas empresas de grande porte do ramo agrícola, com seu mercado de atuação amplo. Assim sendo, quanto ao enquadramento fiscal das empresas, os dados apontam que 80% delas tem como sua forma de tributação o Lucro Real e 20% optam pelo Simples Nacional.

Contextualizando os instrumentos da formação dos preços, observou-se que 67% das empresas pesquisadas usam um percentual direto sobre o custo, 17% das empresas se baseiam da concorrência, e 16% utilizam o índice de marcação denominado Mark up. Nesse sentido, também pode-se observar que a grande maioria das empresas utilizam mais que um método para a formação de preços, observando variáveis internas como custos, mas também as variáveis externas como fatia de mercado, concorrência e atribuição de valor pelo cliente. Isso se confirma quando questionados sobre as estratégias que utilizam para formular preços, promoções, descontos, onde 50% das empresas se baseiam no custo do produto, 25 % das empresas se baseiam na concorrência, e 25% no valor percebido pelo cliente. De um âmbito geral, verificou-se que todas as empresas pesquisadas utilizam o preço mínimo de venda quanto realiza promoções ou liquidações em seus estoques.

Conforme relatado em pesquisa as empresas elencaram suas principais dificuldades pertinente aos assuntos abordados, nota-se que a disponibilidade de tempo foi a mais lembrada pelos entrevistados, como segunda principal dificuldade os mesmos oscilaram perante todas alternativas, porem em sequência foi apontado a falta de conhecimento como terceira maior dificuldade, em seguida obtém-se que a dificuldade na obtenção de dados e ausência de software, e pôr fim a falta de conhecimento técnico. Neste sentido é apresentada a Figura 1 onde nota-se que a pesquisa variou entre as empresas, porem nota-se que elas possuem dificuldades maiores em obter tempo como maior empecilho.

Figura 1- Dificuldades Organização.

Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica  
ODS: 8 - Trabalho decente e crescimento econômico



Fonte: Dados conforme pesquisa (2019)

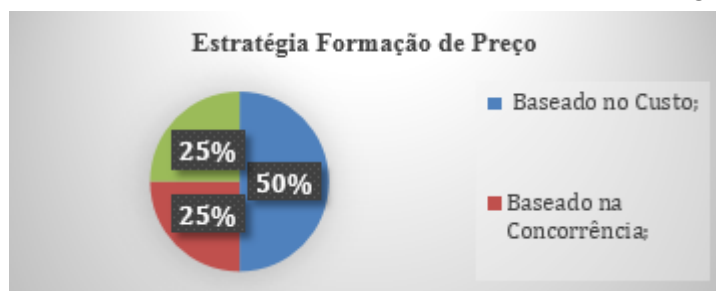
Referente às ferramentas de análise nos resultados, constatou-se que 72% das empresas utilizam a margem de segurança operacional como método de análise, 14% utilizam o ponto de equilíbrio e outros 14% utilizam a margem de contribuição unitária. Desse modo, é possível concluir que a margem de segurança operacional é normalmente mais usada nas empresas do ramo agrícola, trazendo assim mais confiança pra quem analisa esses referidos dados. Já na formação dos preços, observou-se que 67% das empresas pesquisadas usam um percentual direto sobre o custo, 17% das empresas se baseiam da concorrência, e 16% acompanham o Mark up.

Interrogando os entrevistados referente ao interesse de buscar alguma assessoria para a formação de preços, 60% das empresas não tem interesse em possuir, 20% das empresas não possuem, mas tem o interesse de possuir no futuro, e 20% das empresas já possuem alguma assessoria.

Finalizando a pesquisa nas empresas do ramo agrícola, os representantes deram algumas sugestões e opiniões de fatos que poderiam melhorar o desempenho da empresa, é possível verificar os dados na Figura 2. Sendo que 36% dos entrevistados optou pelo volume de compras, 36% se baseou na concorrência, 21% se basearam nas compras programadas e 7% dos entrevistados opinou sobre a redução de gastos, como sendo alternativas para melhorar o desempenho financeiro da organização.

Figura 2- Estratégia na formação dos preços

Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica  
ODS: 8 - Trabalho decente e crescimento econômico



Fonte: Dados conforme pesquisa (2019)

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada evidencia a importância de uma boa gestão de custos no processo de precificação, neste caso, mais precisamente aplicada na indústria e comércio de máquinas agrícolas. Embora, em alguns casos não se utilizam de um método científico para calcular e analisar custos e preços, os dados obtidos com a pesquisa apontam que as empresas vêm se preocupando com os seus custos e também, se aprimorando constantemente na busca de obter melhores resultados, tanto financeiros, como não financeiros, que contemplam a forma de entregar um produto com a qualidade satisfatória do seu cliente e, ao mesmo tempo obter lucro e se destacar perante a concorrência, a fim de fixar as raízes no mercado e se consolidar como principal fornecedor de máquinas e implementos agrícolas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução à metodologia do trabalho científico**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2007. 162 p.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: Editora Mcgraw Hill, 2006. 624 p.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade rural: uma abordagem decisória**. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2011. 383 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Curso básico gerencial de custos**. São Paulo: Pioneira Thomson learning, 2003. 377 p.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 3. Ed. São Paulo: Editora Mcgraw Hill, 2006. 624 p.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. **Gestão de custos: aplicações operacionais e estratégicas: exercícios resolvidos e propostos com utilização do Excel** São Paulo: Atlas, 2007. 266 p.

**Evento:** XXVIII Seminário de Iniciação Científica  
**ODS:** 8 - Trabalho decente e crescimento econômico

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004. 96 p.

WERNKE, Rodney. **Gestão de Custos: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2008. 175p.

**Parecer CEUA:** 98163218.7.0000.5350