

Evento: XXVIII Seminário de Iniciação Científica

O PROCESSO DE PRECIFICAÇÃO NAS EMPRESAS INDUSTRIAIS DA CIDADE DE PANAMBI - RS¹

THE PRICING PROCESS IN INDUSTRIAL COMPANIES IN THE CITY OF PANAMBI - RS¹

Bruna Follmer², Giovana Windmöller³, Thiago Janke⁴, Euselia Paveglio Vieira⁵

¹ Pesquisa desenvolvida na disciplina Contabilidade E Gestão de Custos

² Aluna do Curso de Engenharia de Produção da Unijuí

³ Aluna do Curso de Administração da Unijuí

⁴ Aluno do Curso de Engenharia de Produção da Unijuí

⁵ Professora docente da Unijui, orientadora da pesquisa na disciplina Contabilidade e Gestão de Custos

INTRODUÇÃO

A pesquisa apresenta as formas de precificação de algumas pequenas indústrias, da região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Predominam nessa região as empresas do setor metal mecânico, de diferentes portes. A gestão de custos, se tornou essencial para o mundo dos negócios por se tratar de uma ferramenta de controle e gestão que auxilia no gerenciamento da organização e na tomada de decisões. Contudo, na atividade industrial a gestão de custos é muito utilizada, fator esse que acaba fomentando o processo de seu desenvolvimento, (CREPALDI, 2019). Utilizar-se de uma boa gestão é fundamental para manter-se no ambiente dos negócios, por meio do conhecimento das condições de mercado, que gera o desenvolvimento da atividade econômica. Cabe ao gestor, decidir o que irá produzir e como fará, além do mais com o controle da atividade é possível avaliar os resultados alcançados e compará-los com o previsto.

No cenário do processo de precificação, levando-se em consideração a concorrência, existe ainda uma dificuldade apresentada pelas empresas em encontrar um método assertivo de precificação para impulsionar o crescimento da organização, o qual possa ao mesmo tempo trazer lucro para a empresa e mantê-la competitiva em um mercado que analisa variáveis econômicas, mercadológicas e de custeio, (BERNARDI, 2017).

Neste sentido, três processos diferentes podem ser empregados na definição de preços, estes baseiam-se nos custos, no consumidor ou na concorrência (BRUNI;



FAMÁ, 2019). A visão de Yanase (2018) os modelos de decisão de preços orientados pelos custos formam o preço dos produtos, por meio do cálculo de seus custos somados à margem de lucro objetivada, pressupondo que o mercado consuma a quantidade ofertada ao preço obtido nesta equação.

Na metodologia baseada no consumidor, as empresas empregam a percepção que os consumidores têm do valor do produto, e não os custos do vendedor. Preços são definidos para se ajustar aos valores percebidos pelo cliente (BRUNI; FAMÁ, 2019).

Diante do exposto o objetivo da pesquisa consiste em apresentar os resultados no âmbito da utilização da gestão de custos e o processo de precificação utilizado pelas empresas industriais, com o intuito de compreender os modelos e formas de precificação utilizado pelas organizações.

Palavras-chave: Precificação, Gestão de Custos, Indústrias,

Keywords: Precification, Costs Management, industry

METODOLOGIA

Do ponto de vista de sua natureza, a pesquisa é classificada como aplicada, “é motivada pela necessidade de resolver problemas e apresenta finalidade prática” (VERGARA, 2004, p. 45). Referente aos seus objetivos, considerando o âmbito das empresas industriais, se classifica como descritivo, uma vez que se objetiva compreender o processo de precificação e os seus impactos na gestão das empresas objeto da pesquisa. No estudo descritivo, os fatos são devidamente observados, para posteriormente registra-los e analisá-los sem qualquer interferência do pesquisador sobre eles, (GIL, 2019). Quanto à forma de abordagem do problema, a pesquisa é classificada como qualitativa. uma vez que não foram utilizados métodos estatísticos, mas sim, foi realizada uma sistematização em planilhas Excel e uma análise descritiva dos resultados no que se refere as formas de precificação e a performance de cada negócio, (GIL, 2019). Do ponto de vista dos meios utilizados para investigação do presente estudo, a pesquisa será bibliográfica, documental e estudo de caso.

RESULTADOS E DISCUSSÃO



O principal objetivo desta análise e interpretação é classificar as organizações quanto às suas estratégias de precificação utilizadas. Para a melhor apresentação dos dados coletados e classificação dos discursos dos entrevistados, foram montadas tabelas e gráficos.

Dentre as 6 empresas pesquisadas, 5 se caracterizam no perfil de empresas industriais, que transformam matérias-primas em produtos acabados, enquanto 1 se classifica como prestadora de serviços. Dentre as organizações, 83% dos entrevistados comercializam e realizam prestação de serviços para o mercado agrícola e 17% para o mercado automotivo e rodoviário. Porém, as mesmas possuem uma característica em comum, a formação de preço de venda. Todas se baseiam no custo, onde 50% utiliza o cálculo de preço mínimo para fazer promoção e 50% não faz promoção.

A pesquisa teve como alvo gestores responsáveis pela definição da precificação dos produtos. Em sequência segue uma análise resumida do perfil dos entrevistados que se encontram no quadro 1.

Quadro 1 – Dados gerais dos entrevistados

ENTREVISTADO	FAIXA ETÁRIA (anos)	NÍVEL DE FORMAÇÃO	TEMPO DE GESTÃO NA ORGANIZAÇÃO (anos)
1	31 - 40	Ensino Médio	1 a 3
2	31 - 40	Ensino Superior em Administração	mais de 6
3	31 - 40	Ensino Superior em Administração	1 a 3
4	15 - 20	Cursando Ensino Superior em Engenharia	1 a 3
5	mais de 40	Ensino Médio	mais de 6
6	21 - 30	Pós-Graduação em Auditoria e Tributária	1 a 3

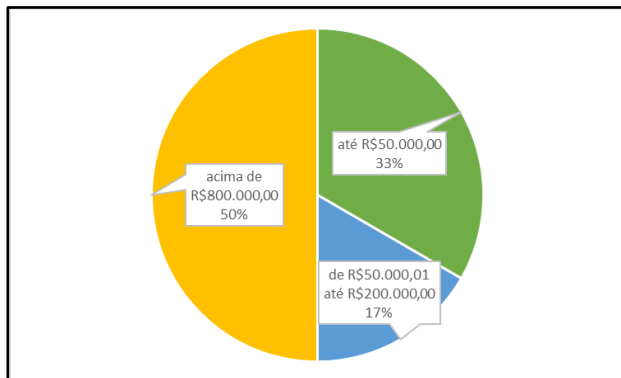
Fonte: Os Autores (2022)

Os gestores também foram questionados quanto ao tempo de atuação da organização no mercado, onde pode-se constatar que 33% está funcionando na faixa de um a cinco anos e 67% está a mais de dez anos no mercado. Como também quanto a média mensal de faturamento das organizações, onde metade das empresas possuem um faturamento acima de R\$ 800.000,00, duas possuem um lucro de até R\$ 50.000,00 e uma possui uma receita que varia entre R\$ 50.000,01 e R\$ 200.000,00 (Gráfico 1). No que se refere ao tipo de enquadramento fiscal das



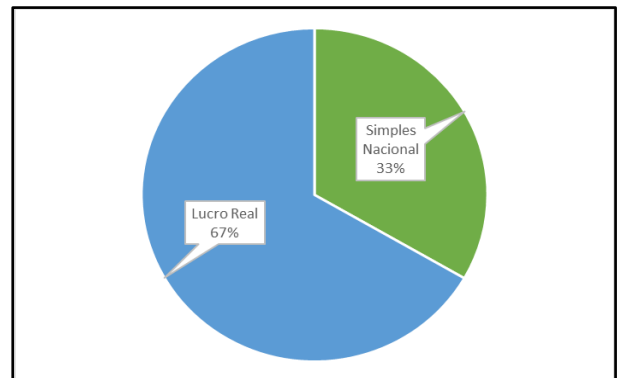
empresas utilizam. Duas instituições se enquadram no simples nacional e quatro no lucro real (Gráfico 2).

Gráfico 1 - Média Faturamento mensal



Fonte: Os Autores (2022)

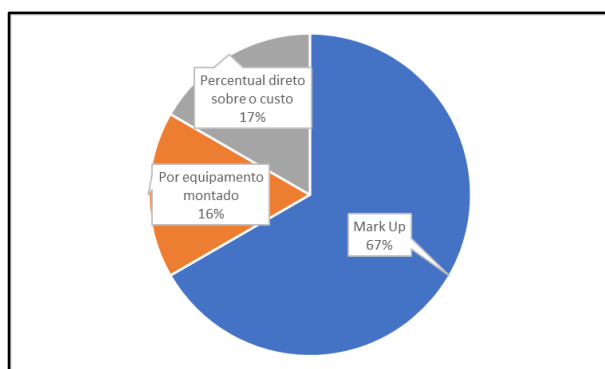
Gráfico 2 - Enquadramento fiscal



Fonte: Os Autores (2022)

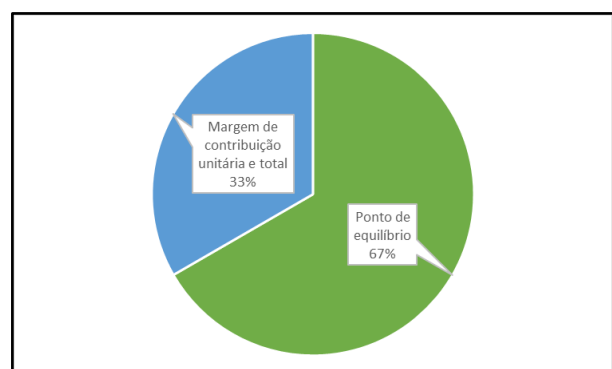
Os instrumentos para a formação do preço de venda, em que 67% utilizam o Mark UP, 17% o percentual direto sobre o custo e 16% por equipamento montado (gráfico 3). E por fim, as ferramentas de análise de resultados utilizados pela organização. Onde 33% utilizam a margem de contribuição unitária e total e 67% o ponto de equilíbrio (gráfico 4).

Gráfico 3 - Instrumento formação do preço de venda



Fonte: Os Autores (2022)

Gráfico 4 - Ferramentas de análise de resultado



Fonte: Os Autores (2022)

Quanto as dificuldades que a organização encontra ao analisar as suas práticas de preço, os gestores elencaram como as principais dificuldade da seguinte forma: falta softwares e planilhas que possibilitem o controle de dados, disponibilidade remota de tempo para exercer



a tarefa, a dificuldade na obtenção dos dados, a falta de conhecimento técnico e pessoal capacitado, e por último as restrições na confiabilidade de dados e informações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisando as respostas dos gerentes cada empresa tenha suas características individuais quanto a cultura e forma de produção. Os custos dos seus produtos e serviços é muito semelhante. Além disso, observa-se que 67% das organizações entrevistadas utilizam o lucro real e só 33% o método simples nacional. As instituições utilizam mais o Mark up na formação do preço, sendo elas 67%, o restante utiliza o percentual direto sobre o custo e por equipamentos montados. Outra parte importante para a precificação de preço é a margem de lucro e o ponto de equilíbrio, onde o mais usado é o ponto de equilíbrio, compreendendo que o custo total e a receita total são iguais, ou seja, uniformes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antonio. **Formação de preços: estratégias, custos e resultados**. 5. ed. São Paulo: Atlas, *E-book* Minha Biblioteca UNIJUÍ, 2017, 270 p.

BRUNI, Adriano Leal; FAMA, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 7. ed. São Paulo: Atlas, *E-book* Minha Biblioteca UNIJUÍ, 2019. 464 p.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 8. ed. [2. Reimpr.] São Paulo: Atlas, *E-book* Minha Biblioteca UNIJUÍ, 2019, 617 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, *E-book* Minha Biblioteca UNIJUÍ, 2019. 225 p.

YANASE, João. **Custos e formação de preços: importante ferramenta para tomada de decisões**. São Paulo: Trevisan Editora, 2018, 154 p. E-Book. Disponível em: Minha Biblioteca Virtual Unijuí.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004. 96 p.