SALÃO DO CONHECIMENTO UNIJUÍ 2024
Biomas do Brasil: diversidade, saberes e tecnologias sociais
De 23 a 27 de setembro de 2024.
XXXII Seminário de Iniciação Científica
XXIX Jornada de Pesquisa
XXV Jornada de Extensão
XIV Seminário de Inovação e Tecnologia
X Mostra de Iniciação Científica Júnior
II Seminário Acadêmico da Graduação UNIJUÍ

PRECIFICAÇÃO DAS VENDAS: O DESAFIO DOS EMPREENDEDORES[1]

Rafaela Beyenke Titzmann[2], Carlos Daniel Da Silva Araujo [3], Cíntia Cristina Roith Alves[4], Felipe Linke Winckler[5], Gustavo Ramos Pavão[6]

[1] Trabalho desenvolvido na disciplina de Gestão de Projetos do curso de Administração e Ciências Contábeis da UNIJUÍ.
[2] Estudante do curso de Ciências Contábeis da UNIJUÍ;
[3] Estudante do curso de Administração da UNIJUÍ;
[4] Estudante do curso de Administração da UNIJUÍ;
[5] Estudante do curso de Administração da UNIJUÍ;
[6] Professor do curso de Ciências Contábeis da UNIJUÍ.

Introdução/Objetivos: A definição do preço de venda desafia as empresas a encontrar as melhores estratégias para o seu negócio. Em mercados cada vez mais acelerados e competitivos, a continuidade e desenvolvimento das empresas é fortemente impactada pelas análises e decisões de preço de venda, independente das características organizacionais (WERNKE, 2019). Torna-se fundamental para os gestores atentar às exigências do mercado e no gerenciamento dos custos desde o momento da concepção do negócio, possibilitando que a precificação seja realizada de forma assertiva, a fim de garantir a manutenção e promover o crescimento do seu empreendimento (GONÇALVES, *ET AL*. 2021). O presente trabalho objetiva analisar a relevância das definições de preço de venda em um plano de negócio de uma indústria de cosméticos. **Metodologia:** O estudo possui abordagem qualitativa e descritiva sendo realizada uma pesquisa bibliográfica em conjunto com o desenvolvimento de um plano de negócios de uma empresa do ramo da indústria de cosméticos, denominada "Alquimia Aromas". **Resultados e discussões:** O plano de negócio é o ponto de partida para a elaboração de um novo empreendimento, capacitando o empreendedor a definir metas, objetivos e estratégias para o negócio (DORNELAS, 2023). As informações e variáveis levantadas no plano de negócio possibilitam a projeção de prováveis cenários de planejamento financeiro, nesta etapa, as definições relacionadas a precificação se tornam um ponto fundamental para a geração de indicadores e informações base para tomada de decisão (DORNELAS, 2023). Neste sentido, é possível visualizar aspectos sobre a viabilidade de um empreendimento a partir das informações e indicadores de cunho financeiro e orçamentário do plano de negócios (SILVA, SOUZA, LESSA, 2020), ressaltando a relevância da análise e definições de precificação na etapa inicial de um empreendimento. Ao desenvolver o plano de negócios da Alquimia Aromas, realizou-se um estudo dos investimentos iniciais, levantamento de custos e despesas. Utilizou-se o *Markup* para estimar o preço de venda calculado dos produtos. Com o preço de venda calculado, foi possível realizar análises como projeção de receita, fluxo de caixa, DRE, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, bem como avaliar a viabilidade do negócio a partir da análise do índice de rentabilidade, lucratividade e *payback*. A decisão de preço de venda deve ainda considerar fatores de mercado, demanda e cliente, buscando oferecer vantagens reais e agregação de valor (BIAGIO, 2012). **Conclusão:** Evidencia-se que a definição do preço de venda, devido ao seu caráter essencial para o andamento do negócio, deve ser analisada com prudência, sendo fator relevante desde o momento do planejamento inicial do empreendimento para análise da viabilidade, definição de estratégias e antecipação de possíveis contratempos financeiros.

Palavras-chave: Precificação. Plano de negócios. Empreendimento. Custos. Mercado.