

# FORMAÇÃO DE PREÇOS PARA PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

*Vinícius Maciel Mury<sup>1</sup>, Amilton Oliveira<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos – SP  
Rua Álvaro Gonçalves Júnior, 330 Bl. A apto. 201, Parque Industrial, São José dos Campos,  
[viniciusmury@uol.com.br](mailto:viniciusmury@uol.com.br)

<sup>2</sup> Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade do Vale do Paraíba, São José dos Campos – SP  
Avenida Shishima Hifumi, 2911, Urbanova, São José dos Campos, [amiltonjose@directnet.com.br](mailto:amiltonjose@directnet.com.br)

**Resumo-** Este trabalho nasceu com o objetivo de auxiliar as empresas de Pequeno e Médio Porte a formarem de forma mais competitiva seus preços e a enxergarem os custos reais da empresa, mostrando a necessidade de se ter uma ferramenta eficiente para gestão. Gostaríamos de contribuir com os pequenos e médios empresários, colaborando com técnicas para apuração de custos e também desenvolvendo neles uma nova mentalidade administrativa, mostrando que uma empresa não será sempre bem sucedida apenas porque o é atualmente. O mundo competitivo em que vivemos, exige sempre mudanças, e talvez agora tenha chegado a hora da classe de empresários se voltar para o futuro, para que possam se manter fortes como no passado, e assim, se preocupar cada vez mais com a *gestão* de suas empresas, formando preços de forma eficiente e competitiva.

**Palavras-chave:** Custos, Formação de Preços, Pequenas e médias empresas.

**Área do Conhecimento:** VI - Ciências Sociais Aplicadas.

## Introdução

O empresário brasileiro tem dificuldades enormes em dar dados sobre sua própria empresa, pois, muitas vezes, ele de fato não sabe qual a rentabilidade de seu *negócio*, qual retorno financeiro e muito menos qual o ganho real sobre a venda de cada produto ou serviço.

De modo geral, são poucos os pequenos e médios empresário que conseguem detectar com precisão as despesas, os custos e até mesmo os gastos diversos que ocorrem dentro de suas empresas. É fato que a classe empresarial em nosso país foi pouco preparada para esse tipo de informação, dando mais importância ao *faro mercantil* do que à *Gestão Administrativa*. Isso começa a criar dificuldades em algumas empresas, pois, no mundo competitivo e globalizado em que estamos, quem não se organiza não conhece seu mercado e, principalmente não sabe formar com qualidade e precisão o preço de seus produtos e serviços, dificilmente conseguirá sobreviver.

A partir de toda essa dificuldade encontrada pelos empresários, preparamos-nos a identificar as causas desses problemas, para assim sintetizá-los e orientar nosso empresário, para que ele possa adequar seu *negócio* às realidades de mercado e também às suas próprias necessidades.

Foi escolhida, portanto, uma empresa, em que fizemos um trabalho árduo para identificar o acima exposto.

## Materiais e Métodos

Começamos então com uma entrevista junto ao empresário, afim de identificar quais as reais dificuldades da empresa e seu procedimento quanto a formação de preço.

Baseado em pesquisas literárias foi feita uma análise dos atuais procedimentos da empresa no que diz respeito a formação de preço. Junto a consultoria especializada foi adquirido conhecimento para estruturação do plano de contas.

Contudo, foi também estudada a legislação tributária de nosso país e também a legislação estadual, afim de conhecer os impostos e tributos para pequenas e médias empresas.

## Descrição do Problema

Ao se iniciar o trabalho, foi constatada uma situação bastante embaraçosa, pois não tinha como ser dada orientação ao empresário, pois o mesmo não possuía nenhuma ferramenta de *Gestão*, ficando, assim, inviável a extração de dados para formação de preço e custo dos produtos.

O fato é que pequenas e médias empresas, em sua maioria, estão longe de usar técnicas de composição de preço. Isso ocorre muitas vezes por falta de estrutura tanto física quanto operacional e também porque pequenas e médias empresas costumam possuir estrutura familiar em sua administração, dificultando, assim, a profissionalização de sua administração.

Essa estrutura demanda um certo investimento e também manutenção, ficando, em alguns casos, com um custo considerado alto pelo empresário que não prioriza essa Gestão de Informação dentro de sua empresa.

A não capacitação de funcionários, do próprio empresário também dificulta muito o processo de formação de preço, haja vista que são poucas empresas com condição financeira para manterem em seu quadro de empregados, pessoas com conhecimento técnico para tal.

Outro ponto que assombra a classe empresarial é o difícil entendimento da legislação brasileira, uma vez que essa é complexa e diversificada. Essa complexidade faz com o que o empresário tenha enorme dificuldade em entender como é apurado o imposto que ele paga e como isso deve ser rateado ou distribuído isso sobre cada produto ou serviço.

Fácil verificar que o empresário muitas vezes forma o preço de seus produtos e serviços por intuição de comerciante, deixando de lado os números que deveriam lhe oferecer suporte nesse processo.

De todos os contras acima expostos, o que de fato mais dificulta o empresário no processo de formação de preços, sem dúvida alguma, é a ausência de uma ferramenta para Gestão eficiente e capaz de fornecer dados precisos sobre saúde financeira e patrimonial da empresa.

### **Identificação de Ferramenta para resolução do problema**

A Ferramenta de Gestão possibilita ao empresário enxergar algumas peculiaridades de sua empresa, permitindo-lhe uma avaliação de seus negócios, transparecendo a saúde financeira e contábil de sua empresa. Em maioria, Ferramenta de Gestão é um software que entende a atividade da empresa e cria facilidades administrativas. Além disso, é muito importante e indispensável para quando se quer automatizar a empresa e otimizar os resultados.

Quase sempre, junto com a Ferramenta de Gestão, fazem-se necessárias algumas modificações na estrutura da empresa. Em alguns casos, alterações físicas para melhor dispor da ferramenta; e em outros casos organizacional, para criar rotinas e tarefas aos funcionários, permitindo que o empresário passe mais tempo preocupando-se com a empresa em vez de preocupar-se com burocracias.

### **Principais conceitos para formação de Preços e elaboração de Custos**

Após a extração de dados, é preciso que o empresário tenha em mente a diferença entre Despesas e Custos.

Custos são gastos relativos a bens ou serviços que são utilizados na produção de outros bens ou serviços. Portanto, os custos estão diretamente, ligados ao produto. É como se eles fossem parte integrante do preço do produto. Assim, é impossível constituir qualquer produto ou prestar qualquer serviço sem que haja a figura do Custo [2].

Despesas são bens ou serviços consumidos diretamente ou indiretamente para se obterem receitas [2]. Portanto, influenciam no preço do produto, mas não são parte integrante dele. As despesas podem ser pagas com a margem de lucro bruta, que o produto oferece. Elas podem ainda ser classificadas em direta e indireta, dependendo para isso da razão e da condição em que o gasto ocorrer [1].

Os custos diretos, conforme referência acima, entram sempre na composição direta do produto. Como exemplo de custos diretos, podemos citar a compra de mercadoria e de matéria prima utilizada na fabricação ou industrialização [1].

Em casos de empresas que possuem departamentos distintos, com gastos comuns e que, esses gastos são de fato substanciais, podendo até alterar a formação do preço do produto, é necessário fazer um rateio entre os departamentos. Como esse trabalho é voltado para Pequenas e Médias Empresas, e, levando-se em consideração que a grande parte desse nicho atua na área de comércio e serviços, é indicado um rateio com base no faturamento de cada departamento.

Um bom exemplo disso é o departamento administrativo dentro das empresas, afinal ele faz parte das despesas totais da empresa e precisa existir para funcionamento da mesma. Porém, não faz parte diretamente de nenhum produto. Sendo assim, utilizando o método de rateio por faturamento, encontraremos uma margem de contribuição para essa despesa em cada departamento e, conseqüentemente, em cada produto.

De modo geral, é possível dividir uma formação de preço através de Custos Marginais de Venda, Custos Estruturais fixos da empresa, Lucro desejado e ainda condições que o mercado oferece [2].

### **Implementação**

É de suma importância um acompanhando preciso do empresário na fase de implementação de toda a Ferramenta de Gestão dentro da empresa.

É com base nas dificuldades encontradas por ele e também nas necessidades que ele sente dentro da empresa que essa ferramenta de gestão irá atuar, diminuindo as margens para erro, automatizando as rotinas da empresa e,

principalmente, fornecendo dados confiáveis para uma administração segura e com fonte de informações.

A implementação da Ferramenta de Gestão tem tanta importância quanto à escolha e também a administração desse mecanismo.

Ao visualizar a empresa como um todo e fazer as devidas departamentalizações, é importante também a construção de um Plano de Contas coeso dentro das necessidades e realidades da empresa. É indispensável a utilização de centros de custo na formação do Plano de Contas.

### **Resultado**

Importante destacar que, depois de ocorridas todas as alterações e colhidos os primeiros resultados, o empresário passa a considerar essa ferramenta e esse planejamento indispensáveis dentro de sua empresa. Isso mostra o quanto a ferramenta é importante e também que talvez seja necessária a mudança na mentalidade dos empresários brasileiros.

A otimização obtida com os resultados, a facilidade de administrar a empresa e principalmente, a retomada da competitividade da empresa, formando preços com clareza e, sobretudo utilizando-se de promoções, descontos e outros, possibilitam ao empresário a exatidão de onde ele pode e onde ele deve introduzir as alterações, que não o deixarão nas mãos do mercado. Todas essas conquistas certamente contribuirão para o sucesso da empresa.

### **Conclusão**

É difícil acreditar que, em tempos modernos, com tantas inovações e avanços de tecnologias, ainda encontremos no mercado pequenas e médias empresas com estrutura arcaicas, sem estrutura organizacional e muito menos sem controle de finanças, de custos e, por fim, o mais importante, sem formar seus preços com segurança.

Isso ficou claro na elaboração deste trabalho. Embora haja de fato um certo conhecimento técnico, tanto na área de formação de custos, como na legislação tributária, o empresário acaba se esbarrando mesmo é na falta de informações necessárias para a análise. Em muitos casos, não chega a ser necessário o conhecimento técnico, pois o empresário ainda não está nesse estágio, uma vez que não consegue colher as informações para tal.

É indispensável para nossos empresários uma mudança de mentalidade, pois sem isso essas empresas, com estruturas familiares em muitos casos, com falta de estrutura organizacional e sem conhecimento da própria empresa, irão se dissolver com o tempo, deixando o espaço que

hoje elas ocupam para as empresas que de fato investem em tecnologia, investem nas mudanças, encaram e acompanham as inovações e que, principalmente, sabem formar o preço de seus produtos e serviços com precisão e exatidão.

### **Referências Bibliográficas**

- [1] SANTOS, Joel J., Formação do Preço e do Lucro, Editora Atlas S.A, 4ª Edição – 1995.
- [2] MARTINS, Eliseu, Contabilidade de Custos, Editora Atlas S.A, 9ª Edição – 2003.
- [3] SILVA, J. Miguel, Guia IOB de Contabilidade, Editora IOB – Informações Objetivas Publicações Jurídicas Ltda, Volume 1 – 2002.
- [4] CAMPOS, Roberto de Siqueira, Guia IOB de Procedimentos Legais ICMS/IPI, Editora IOB – Informações Objetivas Publicações Jurídicas Ltda, Volume 1 – 2005.
- [5] COAD, Manual de Procedimentos Lucro Presumido e SIMPLES – 2005.