



B1

ISSN: 2595-1661

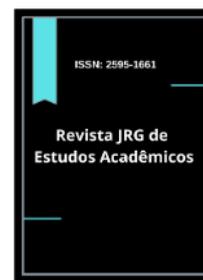
ARTIGO ORIGINAL

Listas de conteúdos disponíveis em Portal de Periódicos CAPES

Revista JRG de Estudos Acadêmicos

Página da revista:

<https://revistajrg.com/index.php/jrg>



A Importância da Formação de Preços para Microempreendedores Individuais em Balsas-MA

The Importance of Pricing Formation for Individual Micro-Entrepreneurs in Balsas-MA



DOI: 10.55892/jrg.v8i18.1873

ARK: 57118/JRG.v8i18.1873

Recebido: 19/01/2025 | Aceito: 05/02/2025 | Publicado on-line: 06/02/2025

Ana Caroline Dias da Silva¹

<https://orcid.org/0009-0005-7767-8586>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: carolldias10@gmail.com

Bruna Gomes Cardozo²

<https://orcid.org/0009-0003-4458-567X>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: brunagc3@gmail.com

Carla Rayane Calvacante Costa³

<https://orcid.org/0009-0007-0692-2574>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: carla2583@icloud.com

Erika Nayara Ramos de Oliveira,⁴

<https://orcid.org/0000-0000-0835-8195>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: rerikanayara@gmail.com

Guilherme Barros de Oliveira,⁵

<https://orcid.org/0009-0005-0455-5331>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: guilhermebo1328@gmail.com

Kayllane Bastos dos Santos⁶

<https://orcid.org/0009-0007-1260-4222>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: bskaylane7@gmail.com

Lucas Fonseca da Silva⁷

<https://orcid.org/0009-0001-6580-2683>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: lucasfonseca9645@gmail.com

Marcus Alexander Pereira da Fonseca⁸

<https://orcid.org/0009-0006-9892-2960>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: marcusalexander.fonseca@gmail.com

Zandoneide Muniz da Costa⁹

<https://orcid.org/0009-0008-3677-0855>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: neidemuniz.c@gmail.com

Weslânnia de Moraes Silva¹⁰

<https://orcid.org/0009-0003-1698-6038>
<http://lattes.cnpq.br/0000000000000000>
UNOPAR ANHANGUERA, MA, Brasil
E-mail: Weslannia66@gmail.com

Resumo

Este artigo explora a importância da formação de preços como um elemento crucial para o sucesso de empresas, especialmente microempreendedores individuais (MEIs) em Balsas-MA. A pesquisa bibliográfica, aliada à coleta de dados através de questionários, revela que a precificação adequada é vital para assegurar a sustentabilidade e o crescimento dos negócios. O estudo identifica os principais fatores que influenciam a formação de preços, além de abordar os erros comuns

¹ Graduanda em Ciências Contábeis.

² Graduanda em Ciências Contábeis.

³ Graduanda em Ciências Contábeis.

⁴ Graduanda em Ciências Contábeis.

⁵ Graduando em Ciências Contábeis.

⁶ Graduanda em Ciências Contábeis.

⁷ Graduando em Ciências Contábeis.

⁸ Graduando em Ciências Contábeis.

⁹ Graduanda em Ciências Contábeis.

¹⁰ Graduando em Ciências Contábeis.

cometidos por pequenos comerciantes na definição de valores de venda. Constatou-se que muitos microempreendedores individuais (MEIs) enfrentam dificuldades na elaboração de estratégias de precificação devido à falta de conhecimento e informação sobre custos e o mercado. O artigo conclui que, para garantir a lucratividade e competitividade, é necessário compreender não apenas os custos diretos e indiretos, mas também a percepção de valor do consumidor. Assim, o conhecimento sobre precificação se torna um aliado fundamental na busca pela prosperidade dos empreendedores. Este trabalho se caracteriza como uma análise qualitativa e quantitativa da temática, propondo recomendações práticas para a formação de preços.

Palavras-chave: Formação de preços, microempreendedores, sustentabilidade, lucratividade, Balsas-MA.

Abstract

This article explores the importance of pricing formation as a crucial element for the success of businesses, especially individual micro-entrepreneurs (MEIs) in Balsas-MA. Bibliographical research, combined with data collection through questionnaires, reveals that appropriate pricing is vital to ensure the sustainability and growth of businesses. The study identifies the main factors influencing pricing formation and addresses common mistakes made by small traders in setting sales values. It was found that many individual micro-entrepreneurs (MEIs) face difficulties in developing pricing strategies due to a lack of knowledge and information about costs and the market. The article concludes that to ensure profitability and competitiveness, it is necessary to understand not only direct and indirect costs but also the consumer's perception of value. Thus, knowledge about pricing becomes a fundamental ally in the pursuit of entrepreneurs' prosperity. This work is characterized as a qualitative and quantitative analysis of the theme, proposing practical recommendations for pricing formation.

Keywords: Pricing formation, micro-entrepreneurs, sustainability, profitability, Balsas-MA.

1. Introdução

Este artigo aborda a importância da formulação de preços como elemento crucial para o sucesso empresarial. A definição adequada do preço de venda é vital para assegurar o retorno sobre o investimento, especialmente em um mercado competitivo e globalizado. É fundamental que a formação do preço não se baseie apenas em condições momentâneas, evitando práticas de lucratividade excessiva em períodos de alta demanda e a adição desmedida de custos em tempos de baixa. Este artigo visa explorar a relevância da formação de preços de venda para as empresas, utilizando pesquisa bibliográfica e através de dados coletados por meio da aplicação de um questionário com os microempreendedores individuais (MEIs) da cidade de Balsas-MA. Entre os objetivos específicos, destaca-se a identificação dos fatores que influenciam a precificação, as consequências de uma má definição de preços, a compreensão dos conceitos relacionados ao processo de formação de valores e a análise no impacto da lucratividade.

Entende-se que a precificação constitui um dos aspectos cruciais para o êxito de qualquer empreendimento. Em particular, para os comerciantes locais da cidade de Balsas-MA, com ênfase nos microempreendedores individuais (MEIs), que enfrentam dificuldades ao estabelecer preços adequados devido a falta de estratégia

e conhecimento, tema principal deste artigo. Estabelecer o preço adequado para seus produtos e serviços não se resume apenas a cobrir custos; trata-se também de uma estratégia fundamental para assegurar a sustentabilidade e o crescimento do negócio. Neste artigo, analisaremos como calcular preços de maneira simples e eficaz, além de ressaltar a importância desse conhecimento para a prosperidade dos empreendedores. Indicando a necessidade de diversas técnicas na formação de preço, apuração de custos, planejando atingir o objetivo desejado. Levando em consideração a população inexperiente, o intuito é promover um conhecimento financeiro para esses profissionais, dessa forma, reconhecendo o seu trabalho e dedicação em algo que frequentemente representa sua principal fonte de rendimento.

2. Precificação

A precificação é entendida como o processo de determinar o valor de venda de um produto ou serviço. Ela envolve a análise de diversos fatores tais como os custos de produção, despesas operacionais, a concorrência, demanda do mercado e a percepção de valor pelo consumidor. O objetivo da precificação é encontrar um equilíbrio que permita a cobertura dos custos e a maximização da lucratividade e a competitividade no mercado.

Uma boa estratégia de precificação não apenas assegura a viabilidade financeira do negócio, mas também pode influenciar a percepção de qualidade e atratividade do produto ou serviço oferecido.

Entender a precificação é um dos aspectos cruciais para o sucesso de qualquer negócio, definir o preço certo para seus produtos ou serviços não é apenas uma questão de cobrir custos, é também uma estratégia para garantir a sustentabilidade e o crescimento do seu negócio, é o processo de determinar o valor de venda de uma mercadoria ou atividade. Um preço bem definido ajuda a atrair clientes, cobrir custos e gerar lucro. Segundo Rafi Mohammed, 2020:

“A precificação é uma arte e ciência que não apenas define o lucro, mas também comunica o valor que o cliente percebe.”

Esse aspecto é fundamental não é apenas um cálculo numérico, mas uma expressão do valor que o cliente percebe ao analisar a qualidade do produto ou serviço. Isso significa que uma estratégia de precificação bem-sucedida deve considerar tanto fatores econômicos quanto psicológicos. Por exemplo, um preço mais alto pode transmitir a sensação de qualidade e exclusividade, enquanto um preço mais baixo pode atrair consumidores em busca de oportunidades. Essa abordagem holística é fundamental para garantir que a precificação não apenas maximize o lucro, mas também construa uma relação de valor com os clientes. Segundo o SEBRAE (2023),

"Ele fica mais caro do que o ideal é desestimular seus compradores; ele fica muito barato e sua empresa deixar 'dinheiro na mesa', ou mesmo ter prejuízo".

Em suma, a chave está em entender o perfil do cliente e como ele valoriza os diferentes aspectos do produto. Além disso, testar e ajustar a estratégia de precificação com base no feedback do mercado pode ser uma forma eficaz de garantir que a empresa não apenas maximize lucros, mas também construa uma relação duradoura com seus clientes.

2.1 Os Erros na precificação de produtos

A falta de informações da maior parte dos empreendedores sobre seus custos e o mercado em que atuam faz com que tenham dificuldades na definição do preço de venda. Para Resende (2013), “formar preços de venda é buscar retorno sobre os

investimentos realizados, com uma parcela de lucro que vai provocar o crescimento e a permanência da empresa no mercado.” Os erros na precificação são mais comuns do que imagina. A Precificação não pode ser lançada de forma intuitiva. O empresário que subestima os custos tanto os fixos como as variáveis, a sua margem de lucro pode ser comprometida, levando a prejuízos devido a preços inadequados.

A precificação de produtos sem analisar e avaliar os preços praticados pelos concorrentes pode colocar a empresa em desvantagem, podendo perder clientes ou diminuindo a margem de lucro, o que pode levar a preços muito altos ou muito baixos em relação aos concorrentes. Portanto, “o preço do produto não pode ser nem muito alto, nem muito baixo, deve estar dentro de um intervalo que seja atraente para o consumidor, mas também que permita lucro para o empreendedor.” (SEBRAE 2023).

Muitos fatores são fundamentais para o cliente na sua decisão de adquirir um produto e não somente pelo preço. Também tem que levar em consideração que o preço deve ser competitivo, porém não é a única variável vista pelo consumidor na decisão por um produto. Ele leva em consideração o atendimento, a facilidade de uso do produto, a qualidade da mercadoria, a conveniência da compra e o ponto de vista dos amigos, familiares e influenciadores pode ter um grande impacto nessa decisão.

Outro erro na hora de precificar o produto é não calcular acertadamente a margem de lucro desejada pelos empresários, principalmente por iniciantes.

2.2 Fatores a considerar na precificação

Antes de definir o preço, considere os seguintes fatores:

- **Custos Diretos:** Inclui todos os custos diretamente relacionados à produção ou aquisição do seu produto. Por exemplo, se você vende alimentos, isso pode incluir ingredientes e embalagens. Outros exemplos são os IRPF (Imposto de Renda da Pessoa Física), IPVA (Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores), IPTU (Imposto Predial Territorial Urbano)

- **Custos Indiretos:** São despesas que não estão diretamente ligadas ao produto, mas que precisam ser cobertas. Exemplos: aluguel, contas de luz e água, ISS (Imposto sobre Serviços): Esse imposto é específico para serviços e é cobrado pelos municípios. A alíquota varia de acordo com a cidade e o tipo de serviço prestado, PIS (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para financiamento da Seguridade Social): Esses são contribuições que incidem sobre o faturamento das empresas e, em alguns casos, também podem ser repassados ao consumidor final, ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): Esse imposto é aplicado em produtos e serviços e varia de estado para estado. É uma das principais fontes de receita para os estados.

- **Concorrência:** Observa-se os preços que seus concorrentes. Isso ajuda a entender o mercado e a posicionar seu(s) produto(s) adequadamente.

- **Demanda:** É a quantidade que o cliente está disposto a comprar de um produto ou serviço a diferentes preços, casualmente quanto menor for o preço mais é a quantidade demandada pelo cliente e assim vice-versa.

- **Percepção de Valor:** Qual é o preço que o cliente está disposto a pagar pelo seu produto ou serviço? Um atendimento de excelência e alta qualidade dos produtos ou serviços oferecidos podem justificar o preço pois agrega-se valor ao que é disponibilizado.

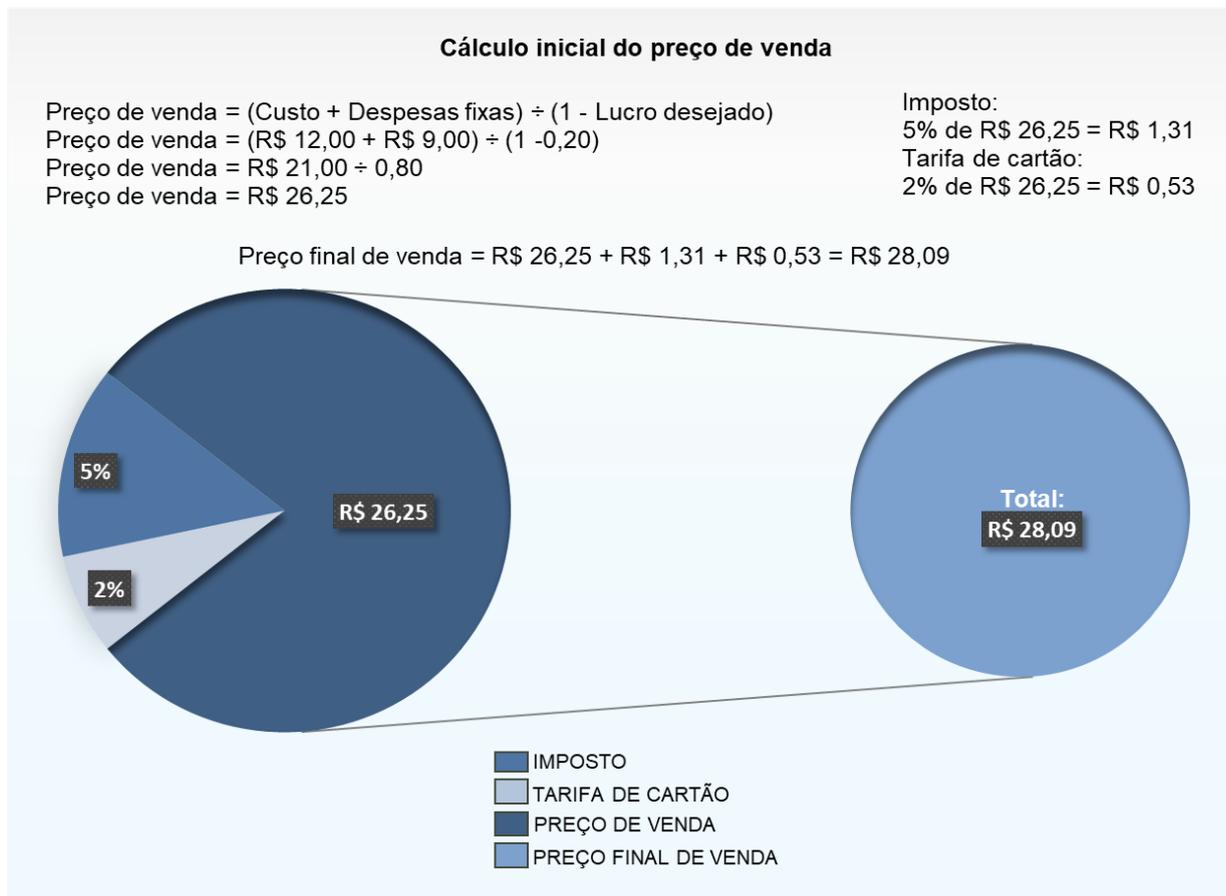
- **Despesas:** Envolve os gastos relacionados às operações da empresa, como marketing e vendas, que não estão ligados diretamente à produção mas que são fundamentais para o negócio em funcionamento. Podemos classificar como despesas fixas: aqueles gastos que tendem a ser constantes como a conta de água, energia, aluguel

por exemplo. E as despesas variáveis: aqueles gastos que variam mensalmente como as despesas financeiras.

2.3 Preço de venda

O preço de venda é um dos fatores principais na determinação do sucesso em uma empresa e também no fracasso da mesma, por esse motivo o entendimento de como fazer e formular esses preços é a chave que vira esse negócio.

O gráfico a seguir mostra exemplo de como fazer essa precificação:



Fonte: Kayllane.

2.4 A importância do lucro

O lucro é um indicador fundamental para o sucesso de uma empresa, ele é essencial para que qualquer negócio sobreviva e cresça. Ele é o dinheiro que sobra depois de pagar todos os custos e despesas da empresa. Sem lucro, é muito difícil manter as operações em andamento, pois é ele que permite que o empreendedor invista em seu negócio, melhore produtos ou serviços e até contrate mais funcionários. Além disso, o lucro dá segurança financeira, sendo uma reserva importante para imprevistos ou crises. Ter lucro também ajuda a empresa a expandir, seja abrindo novas filiais, entrando em novos mercados ou criando novas ideias. Quando uma empresa tem lucro, ela se torna mais atrativa para investidores, que vê uma oportunidade de crescimento e retorno do seu dinheiro. Além disso, o lucro é o que remunera o empreendedor pelo seu trabalho, esforço e riscos assumidos ao criar e manter o negócio. Em resumo, o lucro não é apenas um “extra”, mas o coração de um negócio saudável, permitindo que a empresa se mantenha competitiva e preparada para enfrentar os desafios.

O lucro é o que permite que você invista no seu negócio, pague suas contas pessoais e, eventualmente, faça investimentos. É fundamental ter uma margem de lucro que não apenas cubra os custos, mas que também possibilite a expansão do seu negócio. Lembre-se: vender apenas para cobrir custos não é sustentável a longo prazo.



Fonte: Bruna, Erika, Kayllane, Zandoneide.

O gráfico está comparando os custos diretos, custos indiretos e o preço de venda dos produtos A e B. Observando-se que, apesar de terem custos diferentes, ambos os produtos apresentam uma margem de lucro saudável.

3. Conclusão

Este artigo destacou a importância da formação de preços como um fator crítico para o sucesso dos microempreendedores individuais (MEIs) em Balsas-MA. A análise realizada mostrou que uma precificação adequada não apenas assegura a cobertura de custos e a maximização da lucratividade, mas também é essencial para a competitividade no mercado local. Os resultados evidenciaram que muitos microempreendedores individuais (MEIs) enfrentam dificuldades na definição de preços devido à falta de conhecimento e informações sobre custos e dinâmicas de mercado, resultando em erros comuns que podem comprometer a viabilidade financeira de seus negócios.

Para mitigar esses desafios, recomenda-se a criação de um plano de precificação que leve em consideração não apenas os custos diretos e indiretos, mas também a percepção de valor do consumidor e a concorrência. Capacitações e workshops sobre gestão de preços podem ser fundamentais para equipar os empreendedores com o conhecimento necessário para implementar estratégias eficazes.

Ademais, ao aprimorar suas práticas de precificação, os microempreendedores individuais (MEIs) não apenas fortalecem a sustentabilidade

de seus negócios, mas também contribuem para o desenvolvimento econômico da comunidade local. O fortalecimento dos pequenos empreendimentos pode gerar um efeito positivo em toda a economia, promovendo um ciclo de crescimento e inovação.

Por fim, sugerimos que futuras pesquisas explorem a relação entre a precificação e a fidelização do cliente, bem como o impacto da digitalização nas estratégias de preços. A educação financeira e a estratégia de precificação se mostram, assim, elementos fundamentais para a prosperidade dos empreendedores, incentivando um contínuo aprendizado e adaptação às dinâmicas do mercado.

4. Referências

MOHAMMED, Rafi. *The Art of Pricing: How to Find the Hidden Profits to Grow Your Business*. 2ª ed. New York: Harvard Business Review Press, 2020. Acesso em: 03 out. 2024

RESENDE, José Flávio Bomtempo. Como elaborar o preço de venda. Ed. Casa de editoração e arte. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2013.

SEBRAE 2023. Os principais erros na precificação de produtos. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/os-principais-erros-na-precificacao-de-produtos,75b92a1733017810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 01 de outubro de 2024

AQUARELA. Riscos na Estratégia de Precificação e Oportunidades de Melhoria de Processo. Disponível em: <https://aquarela.riscos-na-estrategia-de-precificacao-e-oportunidades-de-melhoria-de-proces>so/#:~:Diminui%20a%20lucratividade%20de%20uma%20precificacao%20diminuindo%20a%20margem%20de%20lucro. Acesso em: 03 out. 2024.

ATENA. Artigo disponível. Disponível em: <http://atena.org.br/revista/ojs-2.2.308/index.php/Ambiente/article/view/2894/2353>. Acesso em: 03 out. 2024.

ATENA. Artigo disponível. Disponível em: <http://atena.org.br/revista/ojs-2.2.308/index.php/UERJ/article/view/1326/1218>. Acesso em: 03 out. 2024.

BRASIL ESCOLA. Artigo Científico. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/redacao/artigo-cientifico.htm#:~:Resumo%20sobre%20artigo%20cientifico,Artigo%20cientifico%20formal%20geralmente,considera%20as%20finalidades%20e%20referencias%20bibliograficas>. Acesso em: 03 out. 2024.

CONCEITO. Preço. Disponível em: <https://conceito.de/preco>. Acesso em: 03 out. 2024.

CORE. Artigo disponível. Disponível em: <https://core.ac.uk/reader/30360490>. Acesso em: 03 out. 2024.

SEBRAE. 5 dicas para fazer uma precificação de produtos inteligentes. Disponível em: [<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/5-dicas-para-fazer-uma-precificacao-de-produtos-inteligentes>,e231536044395710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=Em%20e ss%C3%Aancia%2C%20a%20precifica%C3%A7%C3%A3o%20de,encaixa%20nela %2C%20 entre%20outros%20aspectos.]. Acesso em: 03 out. 2024

SUNO. Preço vs. Valor. Disponível em: <https://www.suno.com.br/artigos/preco-valor/>. Acesso em: 03 out. 2024.

GOOGLE BOOKS. Formação de Preço. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=Y2sj2NoXa6UC&oi=fnd&pg=PA5&dq=Forma%C3%A7%C3%A3o+de+Pre%C3%A7o&ots=gaQ5qOFFPuq&sig=q5-u2uQSaTF0nfu0s6J-p7WP8LU#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 03 out. 2024.

SCIELO. Artigo disponível. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ee/a/Qmsshv9NjTRPsByWhL6JkTJ/>. Acesso em: 03 out. 2024.

SEBRAE. Conheça 2 métodos de precificar o seu produto. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/conheca-2-metodos-de-precificar-o-seu-produto>,1e88672c96e93810VgnVCM100000d701210aRCRD. Acesso em: 03 out. 2024.

MAIS CONSULTORIA. Precificação de Produto. Disponível em: <https://maisconsultoria.com.br/precificacao-de-produto/#:~:text=O%20primeiro%20impacto%20%C3%A9%20sempre,levar%20sua%20empresa%20%C3%A0%20fal%C3%Aancia>. Acesso em: 03 out. 2024.