

FAMIG - FACULDADE DE MINAS GERAIS

Erika Cardoso Vidal Rodrigues

Marcos Paulo da Silva Castro

Precificação e Pesquisa de Mercado:

Preço ideal para serviço e produto para que não haja prejuízos

Belo Horizonte – MG

2021

Erika Cardoso Vidal Rodrigues

Marcos Paulo da Silva Castro

Precificação e Pesquisa de Mercado:

Preço ideal para serviço e produto para que não haja prejuízos

Orientações para iniciante em empreendimentos de pequeno porte, que tem como objetivo auxiliar na realização dos cálculos de produtos vendidos, revendidos e serviços prestados apresentado junto ao curso de Ciências Contábeis a FAMIG – Faculdade de Minas Gérias, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel.

Orientadora Jacyara Aline Moreira Santos

Belo Horizonte – MG

2021

RESUMO

Contexto: A precificação de produtos e serviços é de grande importância devido a tantas pessoas possuírem interesse em ter o próprio negócio e não precisar mais trabalhar para outras pessoas. Objetivo: Este trabalho possui uma pesquisa explicativa, onde busca repassar aos leitores formulas de realizar cálculos sobre produtos e serviços. Método: A pesquisa é baseada em interesse sobre o crescimento de autônomos (registrados ou não) no período do COVID-19 diante das dificuldades financeiras do país. Resultado: Verificou-se que não existe muitos dados sobre esse crescimento, o que dificultou no levantamento de porcentagem, mas foi possível exemplificar a forma como é feita os cálculos para chegar no preço ideal, sem que haja prejuízos e que os valores estejam dentro do valor compatível de mercado. Conclusão: Todos os gastos devem ser levados em consideração, desde o menor valor, uma vez que através desses valores são feitos levantamentos para se identificar o valor a ser colocado no produto ou serviço.

Palavras-chave: Precificação; COVID-19; cálculos; crise financeira.

ABSTRACT

Context: The pricing of products and services is of great importance because so many people are interested in having their own business and no longer need to work for other people. Objective: This work has an explanatory research, which seeks to pass on to readers formulas to perform calculations on products and services. Method: The research is based on interest in the growth of self-employed people (registered or not) in the period of COVID-19, given the country's financial difficulties. Result: It was found that there is not much data on this growth, which made the percentage survey difficult, but it was possible to illustrate how the calculations are made to arrive at the ideal price, without any losses and that the values are within the compatible market value. Conclusion: All expenses must be taken into account, from the lowest value, since through these values, surveys are made to identify the value to be placed on the product or service.

Keywords: Pricing; COVID-19; calculations; Financial crisis.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
DESENVOLVIMENTO	9
IMPORTÂNCIA DO PREÇO IDEAL.....	10
ELEMENTOS QUE COMPOE O PREÇO DE VENDA.....	12
CUSTOS.....	12
DESPESAS.....	13
PREÇO.....	13
LUCRO.....	13
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	13
PONTO DE EQUILIBRIO.....	14
PRECIFICAÇÃO.....	15
METODOLOGIA	21
RELATÓRIO DO RESULTADO DA PESQUISA	21
CONCLUSÃO	22
REFERENCIAL TEÓRICO	24

INTRODUÇÃO

Trabalhar é algo muito necessário nos tempos de hoje, mas muitas das vezes é muito desgastante, estressante, depressivo, se tornando uma obrigação que faz cada vez mais as pessoas percam o amor pelo trabalho realizado e fazendo com que elas queiram desenvolver algo que possam ser donos do próprio negócio, seu próprio chefe(a). Mas será que vale a pena essa mudança brusca? Existe uma preparação para tal mudança? O que é preciso saber em primeiro momento? O período 2020/2021 está sendo um período muito difícil financeiramente para diversas pessoas, devido ao COVID-19. Esse período tem levado muitas pessoas ao desemprego e as vezes até a falência, com isso, cada vez mais as pessoas se sentem incentivadas a tentar criar algo para ter sua fonte de renda própria. O ramo alimentício mesmo, foi um dos que mais teve crescimento, devido a necessidade de delivery devido ao pico de resguardo devido a transmissão do vírus.

Visando todos esses pontos, leva-se em consideração que para tomar partido sobre um negócio próprio, é necessário ter uma noção sobre qual será o valor do produto vendido, revendido, ou o serviço prestado. Dentro desse contexto pode-se dizer que a pergunta inicial seria *“qual seria o preço ideal para o meu produto ou o serviço prestado?”*

Ter essa resposta é essencial, é preciso encontrar um valor que não seja tão alto e que possa destacar perante a concorrência, e ao mesmo tempo possa ter um retorno lucrativo. A partir daí vem a pergunta de partida para a pesquisa do artigo: *“Como calcular o preço de venda do seu produto ou serviço?”* Para fazer esse cálculo é necessário que se tenha em mente tudo o que será gasto e o preço de tudo que será necessário para que possa produzir esse produto ou serviço.

O primeiro passo para começar a fazer esse cálculo é entender alguns conceitos que sempre estarão presentes, sendo os custos fixos, custos variáveis, gastos, despesas, o valor do investimento, etc. Por exemplo, uma pessoa que decide abrir uma loja de bolos terá que entender que custo fixo é todo gasto que não altera o valor conforme a produção. Exemplo: Salários e aluguel. O custo variável é tudo aquilo que altera o valor conforme a quantidade da produção. Ex: Farinha, energia elétrica, ovo. Além dos insumos para a produção deve ser levado em consideração a água e o sabão que foram utilizados para lavar os utensílios e a forma, o tempo

gasto na produção de cada bolo, desde o início até preparação até o produto estiver devidamente acabado. Todos esses “pequenos” detalhes devem ser levados em consideração, pois agregam o valor, principalmente depois de somados que formam um valor significativo. Quando já tiver todas essas informações, deverá achar um ponto de equilíbrio entre o valor de mercado e o valor de todos esses custos e despesas. Assim, terá o seu valor ideal que possa ser competitivo no mercado e que possa trazer lucro desejável.

É necessário ter em mente que podem haver imprevistos nesse meio tempo, e com isso é importante estar preparada para qualquer eventualidade, tanto com tempo quanto com o financeiro. Pois se precisar, será mais fácil dominar a situação e resolver o problema. O cálculo dos produtos e serviços devem ser feitos constantemente devido a variação dos produtos. Se levar em consideração o período 2020/2021 em que se vive uma pandemia, os cálculos precisam serem revisados com muita constância, pois todos os dias acontecem alterações nos valores.

Todas as pessoas, tanto físicas quanto as jurídicas, quando trabalham por conta própria desejam alcançar o sucesso, tendo uma cartela boa de clientes, lucros, estabilidade financeira, independência e liberdade, para poder fazer do trabalho um prazer, pois será feito com mais amor e dedicação. A questão é que com a alta no desemprego, o número de pessoas que começaram a trabalhar por conta própria foi muito grande, e conseqüentemente o número de concorrentes também teve uma alta, fazendo que cada vez mais as pessoas tenham um conhecimento de como calcular tudo que se refere ao empreendimento e a oferecer serviços de qualidade.

Visando ajudar aos leitores desse trabalho, será apresentado fórmulas de cálculo para facilitar o entendimento, será apresentado um programa que faz o cálculo de preço dos produtos utilizados para fazer uma média de qual valor deve ser cobrado e uma média de lucro. É necessário que toda pessoa que trabalha por conta própria saiba fazer esse tipo de cálculo, pois ela é o ponto de partida para que haja estabilidade financeira, e que o responsável saiba como proceder em caso de alguma eventualidade. Os cálculos serão realizados em todos os aspectos: água, luz, telefone, produtos comprados, utensílios de uso diário, descartáveis, etc.

Será de grande valia esse aprendizado, tanto para aqueles que irão ensinar, quanto para aqueles que terão vontade de aprender, pois no meio da troca de

informações sempre haverá alguma experiência que poderá ser repassado por ambos os lados.

O trabalho mostrará o processo para a compreensão dos processos dos custos e desenvolver os cálculos do preço ideal, para que se possa ter a maximização do lucro e se manter o mais competitivo possível no mercado.

Com o intuito de esclarecer e apresentar métodos de resolução sobre uma questão social e econômica, o presente estudo terá como base de dados sites e artigos científicos através da pesquisa explicativa.

DESENVOLVIMENTO

A pandemia do COVID-19 trouxe muitas mudanças na vida das pessoas, e mexeu com o psicológico de todos, pois ninguém imaginava que essa pandemia duraria tanto tempo, quase ninguém estava preparado financeiramente e psicologicamente para tal mudança. Devido as consequências provocadas pelo novo Corona vírus, diversas empresas e comércios vem pelejando para se manterem vivas. Diversos fatores estruturais e econômicos estão impactando nas atividades e nos resultados. Em alguns momentos, as atividades industriais, comerciais e serviços são obrigados a paralisar totalmente suas atividades reduzindo ou até mesmo deixando de faturar. Aspectos políticos e culturais contribuíram para que esse problema se prolongasse ainda mais, o que piora cada vez mais.

No Brasil o número de pessoas que estão perdendo o emprego e fechando empresas não para de crescer. Todos os dias, desde o início da pandemia é relatado em jornais (impresso, televisão), revistas, redes sociais, o quanto tem sido complicado reverter a situação financeira do país. Isso vem mexendo com o psicológico de muitas pessoas, pois a população de baixa e média renda precisa trabalhar para colocar comida em casa, pagar água, luz, gás e coisas mais necessárias para o funcionamento da casa, mas está muito complicado controlar a situação, pois as coisas não param de subir o preço. As contas essenciais (água e luz) vivem tendo aumento, produtos em supermercado então nem se fala, cada dia o produto tem um preço novo. É quase impossível controlar as despesas da casa, e para completar o auxílio “oferecido” pelo governo, não foi disponibilizado para todas as famílias que necessitam, mas foram disponibilizadas para muitas pessoas que não precisavam de metade do valor liberado para eles. Os impostos também não param de chegar, e a soma de tudo isso tira o sono de qualquer pessoa que precisa por de comer em casa, é o famoso “vender o almoço pra comer a janta”. Não há quem não se desespera com essa situação, e pra fechar o pacote com chave de ouro ainda é preciso ter cuidado para não se contaminar com o vírus e não contaminar as pessoas próximas.

Com tantos problemas, a moeda nacional se desvalorizou, e em alguns momentos fica oscilando, porém com desempenho nada satisfatório. Quem pratica das atividades de importação viu o preço das mercadorias externas cada vez

maiores. O mercado externo se aproveita dessa desvalorização e consome mais do mercado brasileiro, aumentando a procura sem que aumente a oferta causando elevação nos preços dos produtos internos. O mercado já vinha passando mudanças e buscando por evoluções. A necessidade de atualizar os processos e o aprimoramento da eficiência por resultados melhores cresceu com a chegada de novas ferramentas. A pandemia contribuiu para impulsionar e acelerar essas mudanças.

A solução para a maioria que perdeu o emprego foi se reinventar, e tentar buscar uma renda fazendo algo próprio. Trabalhar por conta própria nunca foi tão difícil como os tempos atuais, pois as pessoas não tiveram tempo de se preparar e se organizar para trabalhar por conta própria, saber colocar preço em produtos, saber lidar com a concorrência, saber vender, publicar produtos, etc.

Diante de todos esses acontecimentos, optou por relatar um pouco de como as pessoas tem feito nesse período para conseguir se manter no mercado trabalhando como autônomo formal/informal. Sabe-se que há muitas dificuldades, mas que estão conseguindo driblar os problemas para manter o alimento em casa e as contas em dia. Trabalhar com alimentação requer muita atenção devido ao cuidado redobrado que é preciso ter com a higienização correta de alimentos e ferramentas de trabalho. Mas há uma atenção maior em como calcular o preço de todos os produtos utilizados na produção para que se consiga chegar em um valor ideal para cobrar de um produto, esse valor ideal irá fazer com que o produtor saiba tirar o valor que gastou na produção para reembolso, o valor da mão de obra, o valor de embalagens e etc. Todos os produtos devem ser relacionados na hora da produção, para que o cálculo seja feito de forma correta.

● **Importância do Preço Ideal**

O preço de um produto ou serviço pode impactar diretamente na decisão de um cliente. Clientes cautelosos costumam analisar diferentes estabelecimentos antes de escolher qual será o seu fornecedor. Por isso, deve se ter diligência na hora da escolha do preço do produto. Esse preço não pode ser muito alto que, espante os clientes e nem tão baixo que acabe gerando prejuízos.

Deve haver um equilíbrio entre ambos, se fazendo sempre competitivo no mercado e ao mesmo tempo tendo bons resultados financeiros. Para isso, ter controle e conhecimento são fatores fundamentais para se alcançar o preço ideal. São vários fatores que devem ser levados em conta na hora do cálculo, em alguns casos até o centavo tem diferença no resultado final. Não se pode utilizar da intuição ou escolhas indevidas. Não é incomum ver empresas negligentes que adotam medidas sem ter cautela e acabam não conseguindo prosperar. Para ter uma base do preço do produto ou serviço a ser ofertado, é preciso que haja parâmetros reais. Os custos da empresa, a situação do mercado e os preços dos concorrentes são fatores que devem ser levados em grande consideração, pois através deles pode-se tirar uma base em como começar os cálculos, o cruzamento dos dados obtidos por esses fatores facilitará todos os demais processos. O Diretor Maurício Cardoso relata uma importante reflexão sobre a importância da precificação correta dos produtos:

“O preço pode alavancar as vendas ou praticamente deixar uma empresa fora do mercado. Entender essa técnica de precificar e deixar ela alinhada com o dia a dia e as estratégias da empresa é realmente uma arte para poucos. No E-commerce devido à velocidade das mudanças de preço e de disponibilidade de produtos substitutos, o monitoramento e a precificação se tornam ainda mais críticos e importantes para se atingir os objetivos e comunicar a estratégia da empresa na internet”, explica Maurício Cardoso, Diretor Comercial da WebGlobal.

Existem inúmeras formas de fazer um cálculo para ter uma média de lucro, como é o exemplo do aplicativo Meu Preço Facilitá (usado para cálculos de confeitaria). Esse aplicativo usa o valor original de cada produto usado. Através desse valor é utilizado a fração do valor conforme a quantidade usada na receita, esse cálculo é feito com todos os ingredientes. Após esses dados, o aplicativo calcula o valor de Outras Despesas que equivale a 20% sobre o valor total, calcula o valor da mão de obra (100% do valor total), o valor do lucro (100% do valor total), embalagem, se necessário, e encargos se necessário. Após isso, o aplicativo informa o valor sugerido para a venda, assim quem fez a receita consegue tirar uma base de qual valor deve cobrar no produto, o valor fracionado do produto e assim a pessoa pode saber quanto irá lucrar, para ver se compensa ou não vender esse produto.

● Elementos que compõe o preço de venda

É importante sempre estar acompanhando o mercado e todas as suas variações, o preço ideal de hoje pode não ser o de amanhã. Um serviço prestado neste mês, demandou mais tempo do que no mês anterior. Isso deve ser levado em consideração visto que este tempo poderia ser gasto em outro serviço. Ou até mesmo a elevação do valor dos materiais utilizados na prestação de serviço o das matérias-primas usadas nos produtos. Por isso, é muito importante conceituar os recursos que irão compor o seu preço final.

● Custos

Os gastos utilizados na fabricação de produtos ou serviços de uma empresa, são chamados de custos Todos os gastos ligados a operação da empresa entram nesse quesito, ou seja, são fundamentais para execução do serviço ou para preparação do produto acabado. Existem alguns subquesitos de custos que são classificados como:

Diretos – Os custos diretos são aqueles que estão diretamente ligados a fabricação do produto ou utilizado no serviço. Ele não precisa de nenhum critério para ser considerado, já possui um valor ou proporção pré-definida. Exemplo: A matéria-prima, pode ser definido quanto vai gastar para cada produto.

Indiretos – Os custos indiretos, ao contrário dos diretos, necessitam de um rateio para serem identificados e apropriados aos produtos/serviços. Exemplo: A energia elétrica consumida na produção. Por ser uma única conta mensal, é mais complicado saber quanto foi gasto para cada produto.

Variáveis – Os custos variáveis são aqueles que variam de acordo com a produção, se forem produzidos menos, gastará menos, e se forem produzidas em maior quantidade, também gastará em maior quantidade. Exemplo: A matéria-prima e a energia elétrica variam de acordo com a quantidade a ser produzidas.

Fixos - Os custos fixos são aqueles gastos que não alteram conforme a produção. Exemplo: Aluguel e salário, mesmo que a empresa não tenha feito nenhuma venda ou serviço e deixe de faturar, ainda devem se deve arcar com os compromissos do aluguel e do salário.

• Despesas

As despesas são gastos que não geram retorno financeiro, mas que estão ligadas a comodidade e a funcionalidade da empresa. As despesas não estão diretamente ligadas a atividade operacional da empresa, mas contribuem na redução das receitas.

• Preço

O preço é um termo utilizado para se definir quanto custa determinado produto ou serviço que é ou será pretendido. O preço é de extrema importância econômica, o mesmo servirá de base de parâmetro para que se concretize uma troca.

• Lucro

O Lucro é representado por $\text{Lucro} = \text{Receita} - (\text{Custos} + \text{Despesas} + \text{Perdas})$, ou seja, a diferença entre o faturamento e todos os gastos que a empresa teve. É muito importante que o faturamento sempre seja maior que os gastos e que o saldo do lucro seja bem positivo, afinal o propósito das empresas econômicas é a obtenção de lucro, gerando assim um retorno e contribuindo para que cresçam e possam prosperar.

• Margem de Contribuição

Vender muito não significa necessariamente que está lucrando, conhecer e analisar os dados é fundamental para que se tenha ciência dos resultados reais. A margem de contribuição é um ótimo indicador econômico-financeiro que permite saber se as receitas são suficientes para pagar as despesas e despesas fixas.

A margem de contribuição é representada pela fórmula $\text{MC} = \text{V} - (\text{CV} + \text{DV})$ (valor das vendas – (Custos Variáveis + Despesas Variáveis)). A partir do resultado

dessa fórmula é capaz de saber se a receita é capaz de quitar as despesas e custos fixos. Caso a resposta for negativa, isso significa que a empresa está dando prejuízo e será necessária uma reestruturação nas finanças.

Para realizar esse cálculo é necessário o conhecimento do que são os tipos de custos e despesas, que foram descritos anteriormente. Sabendo disso, um exemplo prático seria. Uma empresa vendeu 200 produtos a R\$ 7,00 unidade, os valores por unidade das despesas variáveis são de R\$ 0,60 e dos custos são de R\$ 3,00. Sendo assim, ficariam da seguinte forma:

		UNITÁRIO	TOTAL
(+)	Receita de vendas	R\$ 7,00	R\$ 1.400,00
(-)	Despesa Variáveis	R\$ 0,60	R\$ 120,00
(-)	Custos Variáveis	R\$ 3,00	R\$ 600,00
(=)	Margem de contribuição	R\$ 3,40	R\$ 680,00
(%)	Margem de contribuição	48,57%	48,57%

Através desses dados podemos observar que a margem de contribuição corresponde a 48,57% do valor das vendas, quase metade só com custos e despesas variáveis. Neste caso, se as despesas e custos fixos forem maiores que 51,43% da receita, a empresa estando dando prejuízo, que não é a intenção de nenhuma empresa.

Tendo essas informações em mente, poderá ser feita as mudanças necessárias para que a empresa possa alcançar o lucro desejável. Esses dados também podem ser o estopim para que se possa planejar promoções, metas de vendas e ajustar preços que produtos que tenham uma margem indesejável.

● Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é quando acontece a colisão entre a margem de contribuição e despesas fixas + custos fixos com resultado nulo, ou seja, quando os dois têm o mesmo valor e a empresa não dá lucro nem prejuízo.

Não ter prejuízo, não significa necessariamente que os resultados estão bons. Está no ponto de equilíbrio não é uma vantagem pois o ideal é que a empresa tenha lucro. Por isso é muito importante que a margem de contribuição seja maior que as despesas e custos fixos.

- **Precificação**

Durante a pandemia aumentou-se exponencialmente a procura por máscaras de proteção facial. Um item simples que se tornou algo obrigatório para uso em determinados locais, e que abriu oportunidade de se obter recursos através daquele “novo” mercado.

A fabricação de máscaras abriu mercado tanto para serviços quanto para produtos. A partir disso, será exemplificado como se pode definir o preço pela prestação de serviço e da venda do produto.

Serviço: Uma determinada pessoa ofereceu a outra que fizesse 2.000 máscaras, ela forneceria todos os insumos para produção e pagaria R\$ 0,60 a cada máscara entregada. Contudo, a prestadora de serviço faria tudo em sua residência e utilizando sua máquina própria. Para o cálculo dos custos foram adotados os seguintes critérios.

- O valor médio da energia elétrica mensal é de R\$ 200,00 e dividindo por 220 que o número total de horas trabalhadas mensalmente, resultaram em R\$ 0,91 a hora.
- O valor do custo da mão de obra mensal é de R\$ 1.200,00 e dividido por 200 horas resultam em R\$ 5,45.
- Em uma hora de serviço são produzidas 8 mascarás, totalizando 250 horas para a produção de todas as 2.000 mascarás.

Todos os insumos ficaram por conta do contratante. Então a tabela de cálculos ficou da seguinte forma:

		UNITÁRIO	TOTAL
(+)	Receita de serviços	R\$ 4,80	R\$ 1.200,00
(-)	Despesa Variáveis	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(-)	Custos Variáveis	R\$ 6,36	R\$ 1.590,00
(=)	Margem de contribuição	-R\$ 1,56	-R\$ 390,00
(-)	Despesa Fixas	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(-)	Custos Fixos	R\$ 0,00	R\$ 0,00
=	LUCRO	-R\$ 1,56	-R\$ 390,00

Após os cálculos realizados, é possível notar que o valor ofertado pelo serviço não é suficiente para cobrir os gastos e não geraria lucro. Para que pudesse chegar no ponto de equilíbrio e pudesse equilibrar com os gastos com a receita, seria necessário inverter o valor do prejuízo, para saldo positivo e somar com valor do da receita. Sendo R\$ 4,80 + R\$ 1,56 resultando em R\$ 6,36 por hora e chegando no valor do ponto de equilíbrio. Qualquer valor acima de R\$ 6,36 por hora, ou seja, acima de R\$ 0,80 geraria lucro para a prestadora de serviços.

Produto: Aproveitando a grande demanda por mascarás na pandemia, uma fábrica recebeu proposta de compra de 12.000 mascarás a R\$ 4,00 cada de uma loja, sendo feita a entrega de 4.000 mascarás por mês, durante 3 meses.

Todos os gastos por mais simples que sejam devem compor o preço de venda dos produtos, como tributos, fretes e possíveis manutenções nos equipamentos. Mas, para a produção das mascarás para venda, foram adotados os seguintes critérios:

- Dois funcionários que operam na produção com salários de R\$ 1.800,00 e um do administrativo com salário de R\$ 2.000,00. Juntas, elas produzem em média 18 máscaras por hora.

- 1,5 metro de tecidos produz 18 mascarás, e cada metro custa R\$ 14,90. O valor de do tecido para produzir uma mascarás ficará em R\$ 1,24.

- 30 centímetros de elástico produzem 1 mascarará, e cada metro custa R\$ 0,70. O valor do elástico necessário para produzir cada mascarará é de R\$ 0,21.
- Serão necessários 30 cones de linha para toda a produção, e cada cone custa R\$ 5,20. O valor das linhas para produção de cada mascarará é de R\$ 0,02.
- O valor da energia elétrica média mensal é de R\$ 430,00. O valor da energia por hora é de R\$ 1,95 e R\$ 0,11 por mascarará.
- Um pacote com 100 sacos plásticos para embalagem custa em torno de R\$25,11. O valor unitário fica em R\$ 0,25.
- O valor mensal do aluguel é de R\$ 1.000,00.
- Uma transportadora cobra R\$ 360,00 pelo frete que é feito duas vezes ao mês.
- Uma pessoa faz faxina 8 vezes por mês a R\$ 70,00 cada.

		R\$ / Un
Custo Variável	Tecido	R\$ 1,24
	Elástico	R\$ 0,21
	Linha	R\$ 0,02
	Energia elétrica	R\$ 0,11
	Embalagem	R\$ 0,25
TOTAL		R\$ 1,83
Custo Fixo	Salário produção func.1	R\$ 1.800,00
	Salário produção func.2	R\$ 1.800,00
TOTAL		R\$ 3.600,00
Despesas fixas	Salário administrativo	R\$ 2.000,00
	Aluguel	R\$ 1.000,00
	Frete	R\$ 720,00
	Faxina	R\$ 560,00
TOTAL		R\$ 4.280,00

Após os cálculos foram apurados seguintes valores:

		UNITÁRIO	MENSAL	TOTAL
(+)	Receita de vendas	R\$ 4,00	R\$ 16.000,00	R\$ 48.000,00
(-)	Despesa Variáveis	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(-)	Custos Variáveis	R\$ 1,83	R\$ 7.320,00	R\$ 21.960,00
(=)	Margem de contribuição	R\$ 2,17	R\$ 8.680,00	R\$ 26.040,00
(-)	Despesa Fixas	R\$ 4.280,00	R\$ 4.280,00	R\$ 12.840,00
(-)	Custos Fixos	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 10.800,00
=	LUCRO	-R\$ 7.877,83	R\$ 800,00	R\$ 2.400,00

Vendendo as mascarás a 4 reais foi possível pagar todos os gastos, porém a margem de lucro obtida foi bem baixa. Nesse caso, o resultado obtido ficou com saldo positivo, mas não atendeu as expectativas, significando que ainda não é o preço ideal para o produto.

Para que se possa obter um lucro satisfatório, será necessário determinar a margem de lucro de acordo com seus interesses e somá-las com os gastos e assim chegará no seu preço ideal. Basicamente a fórmula pode ser definida como Custos + Despesas + Lucro = Preço de Venda.

Nesse caso, o valor dos gastos mensais representa 95% o valor da receita mensal com o valor aceito atualmente. Supondo que a fábrica almeja um lucro de 15% sobre as vendas. Poderia ser usado a fórmula do Mark-up.

$$\text{Preço de Venda} = \text{Custo Unitário} / 100\% - (\%DV + \%DF + \%ML)$$

Para este exemplo será usado os gastos mensais para a obtenção da receita mensal e depois será feito um rateio para saber o valor unitário.

Preço de Venda = 100%

Custo Unitário = 7.320,00(CV) + 3.600,00 (CF) = 10.920,00

Despesa Variável = 0

Despesa Fixa = 4.280,00 / Gasto total = 15.200 = 85%

Despesa Fixa = 23,93%

Margem de lucro = 15%

PV= 10.920,00 / 100% - (23,93% + 15%)

PV = 10.920,00 / 100% - 38,93%

PV = 10.920,00 / 61,07%

PV = 17.881,12 / 4.000

PV = 4,47

Deste modo o lucro mensal ficaria em R\$ 2.681,12 e o preço de venda satisfatório ficaria em R\$ 4,47. Com esse valor poderia cobrar todas os seus gastos e ter ganho sobre as vendas. A planilha atualizada ficaria:

		UNITÁRIO	MENSAL	TOTAL
(+)	Receita de vendas	R\$ 4,47	R\$ 17.881,12	R\$ 53.643,36
(-)	Despesa Variáveis	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
(-)	Custos Variáveis	R\$ 1,83	R\$ 7.320,00	R\$ 21.960,00
(=)	Margem de contribuição	R\$ 2,64	R\$ 10.561,12	R\$ 31.683,36
(-)	Despesa Fixas	R\$ 4.280,00	R\$ 4.280,00	R\$ 12.840,00
(-)	Custos Fixos	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 10.800,00
=	LUCRO	-R\$ 7.877,36	R\$ 2.681,12	R\$ 8.043,36

Além de todos esses cálculos realizados, existem outros pontos e fatores a serem observados no mercado que também podem contribuir com a formação dos preços.

- Observar qual o valor do produto no mercado, para que não esteja vendendo muito barato ou muito caro.

- Buscar o fornecedor que tenham os insumos com os melhores custo-benefício.
- A qualidade do produto conta com um diferencial.
- Vendas com maiores volumes podem gerar diferença na decisão do cliente ao gerar desconto, desde que esteja dentro da margem de lucro.
- Em alguns produtos, o peso da marca pode ter grande influência.

METODOLOGIA

A base para este trabalho foi realizada em cima de uma pesquisa exploratória, levando em consideração que ainda não se sabe muito sobre o tema escolhido dentro do momento em que se está vivendo. A pesquisa se qualifica no modo qualitativo, já que existem muitas variáveis que podem fazer com que os dados informados venham a se modificar a qualquer momento. A pesquisa foi realizada através da análise de documentos, aprofundando mais em jornais e sites que estão sendo atualizados em grande constância devido as mudanças diárias que o impacto do COVID-19 tem causado. O trabalho tem por objetivo alcançar todos os tipos de público, compartilhando as informações que foram levantadas para que se possa ajudar cada vez mais pessoas a terem um conhecimento sobre o que é e como funciona a precificação de produtos.

Leva-se em consideração que algumas informações sobre como está sendo a precificação no presente momento podem ficar vagas, pois optou-se por falar da precificação dentro do momento vivido pelo COVID-19.

RELATÓRIO DO RESULTADO DA PESQUISA

Durante a realização da pesquisa, notou-se que a explicação do Maurício Cardoso (Diretor Comercial da WebGlobal) sobre a importância da precificação coincide sobre as informações colocadas no trabalho sobre qual a importância da precificação, e onde ela é aplicada. É preciso estar sempre atualizado as mudanças de mercado, pois a velocidade com que as coisas vêm mudando traz sempre novas atualizações que são de extrema importância.

Houve êxito em relação ao objetivo desse trabalho, visto que foi possível explicar como são feitos os cálculos para se alcançar a precificação ideal, levando ao leitor uma reflexão sobre como tem feito os cálculos, e como poderá aplicar os novos ensinamentos para que haja maiores benefícios financeiros. É válido ressaltar que a aplicação desses cálculos é feita de forma gradativa, sabendo o que está sendo feito, para que não haja confusão visando mudanças urgentes.

CONCLUSÃO

O intuito do trabalho apresentado foi mostrar para os leitores que o conhecimento sobre a precificação de produtos é de extrema importância para qualquer pessoa que deseja trabalhar com vendas, seja ela de produtos ou de serviços. A falta desse conhecimento pode ocasionar grandes prejuízos. Mediante a isso, foi trago alguns caminhos necessários para conseguir chegar ao preço ideal dos produtos ou serviços antes de repassa-los ao consumidor final. Pode-se notar que o COVID-19 trouxe muitas incertezas a diversas pessoas, como também trouxe muitos desempregos, e isso foi o que ocasionou a escolha do tema, já que muitas pessoas precisaram se reinventar para não passar necessidades financeiras.

Acredita-se que este trabalho será de grande valia aos leitores, de uma forma mais direcionada aos empreendedores e empresários que já se encontravam no mercado de trabalho, mas ainda não tinham entendimento sobre a importância em ter o controle dos preços e o quanto isso pode impactar em seu lucro final. Pode não parecer nada, mas alguns centavos de diferença no preço de um produto podem causar um prejuízo no saldo final, ou até mesmo contribuir para que o lucro seja maior. A formação de um preço é tão importante que pode ser fator diferencial de algum concorrente e decisivo na escolha do cliente, desde que esteja devidamente formulado.

O estudo mostrou como é feito o cálculo da margem de contribuição e como ela é importante nesse processo de formulação do preço. A margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e os gastos variáveis, com isso, a pessoa saberá se o preço atual é o suficiente para cobrir os gastos fixos e se ocasionará em lucro. A Margem de contribuição também é de grande ajuda na formação de ofertas e descontos. Quando se subtrai o valor da receita pelo valor dos gastos e resultam em zero, significa que foi atingido o ponto de equilíbrio. Nesse ponto a atividade operacional não gera lucro e nem prejuízo. Porém, isso mostra a partir de quanto de mercadoria precisa ser vendido para que possa começar a se obter o lucro.

Para a formação do preço, conhecimentos em contabilidade de custos e controladoria são essenciais. Pois todos os gastos devem englobar o preço do produto ou serviço. Desde uma simples limpeza e até mesmo em uma manutenção ou reparo de item necessário para atividade operacional. Tendo esses

conhecimentos em mente fica mais fácil organizar gastos e controlá-los à medida que vá ocorrendo variações no mercado. Em resumo, a fórmula básica para o cálculo da precificação é $\text{Custos} + \text{Despesas} + \text{Lucro} = \text{Preço de Venda}$. Com todas as despesas e custos já definidos e devidamente separados, é necessário que o lucro desejável seja estabelecido e aplicado a fórmula e assim terá o valor do preço ideal que será utilizado no produto ou serviço que será prestado.

Quando os cálculos forem feitos e chegando em um valor que traga satisfação e o lucro desejado, outros fatores podem ser observados e adicionado ao preço. É sempre bom checar como andam os preços nos concorrentes e se os preços calculados condizem com o mercado. Portanto é correto afirmar que fazer o cálculo para se obter o preço ideal é de extrema importância e o melhor caminho para se ter o controle das finanças e colaborar para que a empresa ou pessoa chegue a um lucro desejável.

Diante de todos esses fatos, pode se afirmar que os objetivos principais deste trabalho foram alcançados com êxito, visto que foi possível passar as informações necessárias aos leitores de forma clara e explicativa, levando a eles um conhecimento de como pode ser feito esses cálculos, e fazendo com que eles entendam o porquê da importância da precificação, sabendo categorizar cada item utilizado, sabendo fazer troca de produtos por substitutos caso seja necessário e conveniente. O conhecimento sobre a precificação é tão importante quanto os cálculos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

CARVALHO, Malena Cordeiro da Silva. A IMPORTÂNCIA DA FORMAÇÃO DE PREÇOS. **A importância da formação de preços**, [S. l.], p. 1-15, 1 jun. 2021. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigocientificomalena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 21 maio 2021.

CONFIRP (São Paula - SP) (ed.). Formação de Preço de Produto e Serviço Não é Só Fazer Contas. *In*: CONFIRP (São Paulo - SP) (org.). **Formação de Preço de Produto e Serviço Não é Só Fazer Contas**. São Paulo - SP, 17 jun. 2019. Disponível em: <https://confirp.com.br/formacao-de-preco-de-produto-e-servico/>. Acesso em: 22 abr. 2021.

DIFICULDADES na precificação de serviços? Saiba como definir preços para os serviços da sua empresa. *In*: CAMARGO, Renata Freitas. **Dificuldades na precificação de serviços? Saiba como definir preços para os serviços da sua empresa**. Joinville-SC, 27 fev. 2018. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/precificacao-de-servicos/>. Acesso em: 20 maio 2021.

NONATO, Leticia. O que é lucro, quais os tipos e como deve ser calculado: Lucro é o valor resultante da receita de uma transação comercial, subtraindo os seus custos de produção. *In*: NONATO, Leticia. **O que é lucro, quais os tipos e como deve ser calculado**: Lucro é o valor resultante da receita de uma transação comercial, subtraindo os seus custos de produção. [S. l.]: Blog Rockcontent, 26 ago. 2017. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-lucro/>. Acesso em: 14 maio 2021.

PAULA, Gilles B. Saiba o que é margem de contribuição e confira como calcular. *In*: PAULA, Gilles B. **Saiba o que é margem de contribuição e confira como calcular**. [S. l.], 17 jun. 2014. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/como-calcular-a-margem-de-contribuicao-de-seus-produtos/?amp=1>. Acesso em: 12 maio 2021.

SPITALIERE, Juliana. Guia da precificação: como definir preços de produtos e serviços sem erro. *In*: SPITALIERE, Juliana. **Guia da precificação: como definir preços de produtos e serviços sem erro**. [S. l.]: Conta Azul, 4 dez. 2020. Disponível em:

<https://blog.contaazul.com/precificacao>. Acesso em: 20 maio 2021.

WEBGLOBAL (Porto Alegre - RS). O QUE É PRECIFICAÇÃO E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA PARA O E-COMMERCE. *In*: WEBGLOBAL (Porto Alegre - RS). **O QUE É PRECIFICAÇÃO E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA PARA O E-COMMERCE**. Porto Alegre - RS, 19 maio 2016. Disponível em: <https://webglobal.com.br/blog/o-que-e-precificacao-e-qual-a-sua-importancia-para-o-e-commerce/>. Acesso em: 28 abr. 2021.