

## **ANÁLISE DO PROCESSO DE FORMAÇÃO DE PREÇOS: ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA VAREJISTA DO RAMO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO LOCALIZADA NO MUNICÍPIO DE MATIPÓ-MG**

**Kelly Cristina Pereira Chaves<sup>1</sup>**  
**Vitoria Luísa Pereira de Souza<sup>2</sup>**  
**Júlio César da Mata<sup>3</sup>**  
**Luciano Aguiar Otoni<sup>4</sup>**  
**Rosélio Marcos Santana<sup>5</sup>**  
**Tadeu Hipólito da Silva<sup>6</sup>**  
**Jaqueline Conceição Leite<sup>7</sup>**

[jaquelineleite.univertix@gmail.com](mailto:jaquelineleite.univertix@gmail.com)

**ÁREA DO CONHECIMENTO:** Ciências Sociais e Aplicadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** precificação de preços, mercado, estratégia, concorrentes.

### **INTRODUÇÃO**

A precificação é uma estratégia que vem ganhando muita relevância atualmente, pois a concorrência é algo que está cada vez maior. Ter a certeza de que a precificação está correta, é algo crucial, pois ela está diretamente conectada ao crescimento e continuidade da empresa. Entretanto, muitas empresas não têm esse entendimento e não sabem nem se aquele produto ou serviço está sendo rentável, ou o quanto deve vender pra que essa rentabilidade seja alcançada (WERNKE, 2019). É importante

---

<sup>1</sup> Kelly Cristina Pereira Chaves

<sup>2</sup> Vitoria Luísa Pereira de Souza

<sup>3</sup> Graduado em Ciências Contábeis. Pós-graduado MBA em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria. Especialista em *eLearning* de Extensão em IFRS e NIAS. Especialista em Docência do Ensino Superior. Professor nos Cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>4</sup> Graduado em Ciências Contábeis. Especialista em Auditoria e Planejamento Fiscal. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>5</sup> Mestre em Direção e Administração de Empresas. Graduado em Sistemas de Informação, Licenciado em Matemática – Especialista em Docência do Ensino Superior, Pós-graduado MBA em Gestão de Negócios e Pessoas. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>6</sup> Graduado em Ciências Contábeis e Direito. Pós-graduado MBA em Perícia Contábil e Auditoria. Professor nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

<sup>7</sup> Mestranda em Administração. Graduada em Ciências Contábeis. Especialista em Docência do Ensino Superior, Pós-graduada MBA em Controladoria e Finanças. Professora nos cursos de Administração e Ciências Contábeis do Centro Universitário Vértice – UNIVERTIX – Matipó/MG.

frisar também que muitas vezes, por uso de métodos e políticas inadequadas, empresários passam por complicações financeiras. É importante saber administrar os custos e despesas, para que a receita gerada seja capaz de cobrir esse valor, pagar impostos e ainda ter uma margem de lucro que tenha capacidade de ser investida novamente (YANASE, 2018). Um fator relevante que demonstra a importância da precificação é a questão de os clientes sempre procurarem negociar o preço, sendo realizada da maneira correta, é possível saber até onde ir, para não trazer prejuízos, pois qualquer desconto incorreto pode contribuir para isso. Percebe-se então que o preço definido corretamente trás segurança ao negociar e contribui para o aumento do lucro, antecipando custos, despesas e margem líquida esperada (SEBRAE, 2020). Devido a alta da concorrência a precificação de maneira correta tem sido um diferencial. Por esse motivo essa pesquisa se justifica na importância de não se basear somente nos preços dos concorrentes, pois cada empresa possui um cenário com suas particularidades e para assegurar que a empresa não tenha prejuízos e assegurar sua permanência no mercado, os preços devem cobrir os gastos e obter lucro. Diante disso, visto que as empresas enfrentam muitas dificuldades nesse meio, as questões que nortearão esse estudo serão: Como a empresa do ramo de materiais de construção, objeto desse estudo, localizada no município de Matipó, forma seu preço de venda afim de manter seu negócio? Os gestores tem conhecimento dos impactos que podem ocorrer com a precificação incorreta do seu produto? Quais são as dificuldades dos gestores ao colocar em prática a mensuração dos seus preços de forma correta? O objetivo principal desse estudo é identificar quais as técnicas e problemas na formação de preço de venda em uma empresa do ramo de materiais de construção. Essa pesquisa torna-se relevante pois ela pode subsidiar com informações outras empresas do ramo de venda de materiais de construção, para que essas informações possam ser utilizadas por outras instituições e pela sociedade, evidenciando que a precificação não consiste em apenas acrescentar a margem que se espera sobre o custo do produto.

## **METODOLOGIA**

O método científico segundo Lozada e Nunes (2019, p. 144) (...) “é a sequência de operações realizadas com a intenção de alcançar certo resultado, sendo um modo sistemático e ordenado de pensar e investigar, formando um conjunto de procedimentos que permitem alcançar a verdade científica” Esse estudo é classificado como pesquisa aplicada. Essa pesquisa é definida como estudo de caso que (...) “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos casos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento; tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados” (GIL, 2022, p. 49). A pesquisa será realizada em uma empresa do ramo de comércio varejista de materiais de construção localizada no Município de Matipó, cidade da Zona da Mata Mineira, cuja população estimada é de 19.098 habitantes (IBGE, 2021). O método utilizado para obtenção de dados nessa pesquisa será uma entrevista. De acordo com Lozada e Nunes (2019, p. 177): A técnica da entrevista, com suas várias facetas, é uma das metodologias mais utilizadas atualmente, pois ela permite ao pesquisador extrair uma grande quantidade de dados e informações diretamente com o objeto de estudo ou com indivíduos que detenham maior conhecimento sobre o assunto. O participante dessa pesquisa será

informado dos riscos desta pesquisa mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Esse documento assegura a confidencialidade de todos os dados pessoais da empresa e do entrevistado, além disso informa do risco em caso de extravio de dados por meio físico ou digital.

## **CATEGORIAS DE ANÁLISES**

Trata-se de uma pesquisa em andamento e os resultados parciais registram até o momento a realização do levantamento bibliográfico.

## **REFERÊNCIAS**

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. **Cidades e Estados**: Matipó. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/matipo.html>. Acesso em: 23 maio 2023.

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina da Silva. **Metodologia científica**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

PEREIRA, Jose Matias. **Manual de metodologia da pesquisa científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Conheça 2 métodos de precificar o seu produto**. [S. l.], 3 out. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/conheca-2-metodos-de-precificar-o-seu-produto,1e88672c96e93810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 12 jun. 2023

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preço de venda**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2019.

YANASE, João. **Custos e formação de preços**. 1. ed. São Paulo: Trevisan Editora, 2018.