

## A FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA: COMÉRCIO VAREJISTA

Rafael Rubiatti Nunes, Izabela Ferrari Capelli, Yoschimi Oka

### Resumo

Os empresários sabem que para gerenciar uma empresa rentável, devem se preocupar com o lucro em cada estratégia traçada; a forma de calcular o preço de venda é fundamental. O cálculo correto dos preços é um fato de suma importância a empresa, visto que a decisão de valores é fator primordial para sua sobrevivência, lucratividade, e posição no mercado. Para que isto ocorra é necessário pleno conhecimento de seus custos e despesas operacionais, além de saber controlá-los. O presente estudo tem por objetivo apresentar um dos problemas enfrentados pelos empresários do comércio varejista, que é a formação do preço de venda das mercadorias comercializadas. Considerando o mercado cada vez mais competitivo; a precificação passou a ser uma das principais estratégias de mercado. Para isso é importante que se tenha uma análise de métodos de precificação e do regime tributário mais aderente ao comércio varejista, no qual é a área de atual pesquisa, como também é importante conhecer a parte teórica encontrada na pesquisa descritiva e bibliográfica, onde se abordada o tema, de maneira com que sejam apresentados todos os fatores, que compõem o custo, despesas e impostos, para que seja formado o preço, e a empresa gere o lucro desejado. Os estudos desenvolvidos na empresa tiveram uma abordagem tanto qualitativa como quantitativa; foram levantadas e registradas as informações das notas fiscais de entrada, conhecimentos de frete, comprovantes de despesas, faturas de energia elétrica, água e demais despesas. Com os resultados obtidos, a análise em relação a faturamento, despesas fixas e outros fatores, a melhor opção a se trabalhar no momento seria o simples nacional, no qual a empresa possui menor valor em relação ao preço de venda, abrangendo maior quantidade da população, conseguindo se flexibilizar em relação a concorrência. Contudo o lucro líquido em termos de valores é o menor das três opções, porém consegue contemplar os 16,68% de lucro no qual a empresa precisa alcançar para que consiga 5% de retorno sobre o capital. Portanto, conclui-se que a utilização das ferramentas adequadas no gerenciamento dos custos, é fundamental para as organizações na precificação dos produtos. Deste modo, será possível praticar preços que atendam ao mercado consumidor, proporcionando maior rentabilidade, além de contribuir para a solidez da organização.

**Palavras-chave:** Preço. Lucro. Custo

### Referências Bibliográficas

- BORNIA, Antonio Cesar. **Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- CREPALDI, Silvio Aparecido, CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade de custos**. 6. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2018.
- BRUNI, Adriano Leal, FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 3. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2004.
- SANTOS, Joel José dos. **Formação de preços e do lucro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.