



## Formação do preço de venda para aplicação em empreendimentos de mulheres de baixa renda

Abel Oliveira Neves Neto<sup>1</sup>, Adriana Almeida da Silva<sup>2</sup>, Danieli Souza Santos<sup>3</sup>, Helen Karoline De Freitas Pinheiro<sup>4</sup>, Leandro Leite Viana<sup>5</sup>, Luana Frisso Oliosio<sup>6</sup>, Tais Montanaro Batista<sup>7</sup>, Marlene Muniz Oliveira Pilenghy<sup>8</sup>.

<sup>1</sup>Acadêmico do 2 período do Curso de Sistemas de Informação, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [netoabel34@gmail.com](mailto:netoabel34@gmail.com)

<sup>2</sup>Acadêmico do 2 período do Curso de Ciências Contábeis, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [drialmeida201883@gmail.com](mailto:drialmeida201883@gmail.com)

<sup>3</sup>Acadêmico do 2 período do Curso de Sistemas de Informação, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [danielisouza7190@gmail.com](mailto:danielisouza7190@gmail.com)

<sup>4</sup>Acadêmico do 2 período do Curso de Direito, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [993723550hk@gmail.com](mailto:993723550hk@gmail.com)

<sup>5</sup>Acadêmico do 2 período do Curso de Direito, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [leandroleite447@gmail.com](mailto:leandroleite447@gmail.com)

<sup>6</sup>Acadêmico do 2 período do Curso de Direito, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [frissooliosioluana@gmail.com](mailto:frissooliosioluana@gmail.com)

<sup>7</sup> Acadêmico do 2 período do Curso de Direito, Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR, Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [taismontanarobatista@gmail.com](mailto:taismontanarobatista@gmail.com)

<sup>8</sup>Professora orientadora, Mestre em Administração e Gestão de Negócios pela Avec/UNIR. Docente no Centro Universitário São Lucas Ji-Paraná – São Lucas JPR – Ji-Paraná, RO, Brasil. Email: [marlene.pilenghy@yahoo.com.br](mailto:marlene.pilenghy@yahoo.com.br)

### 1.Introdução

Empreender é uma arte, pois perseverar, fazer as coisas acontecerem, calcular os riscos do investimento e ter uma visão futura e global do negócio é algo para verdadeiros empreendedores. De acordo com o SEBRAE (2021) “Empreendedorismo é a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade”.

Baseado nisto, nota-se no mercado empreendedor a presença de mulheres de baixa renda, que por muitas dificuldades não conseguiram trabalho ou sequer sair de casa por conta dos filhos, e encontram no empreendedorismo, através de negócios virtuais, uma chance de aplicar seus conhecimentos, talentos e habilidades, desenvolvendo produtos e serviços.

De acordo com dados publicados pelo Ministério da Economia (2022) “mais de 40% dos microempreendedores individuais (MEI) são mulheres”, mulheres que buscam cada vez mais implantar novos produtos e materiais no mercado.

Mas, para se destacarem como empreendedoras é necessário um preparo, para a comercialização de seus produtos ou serviços. E precificação é um ponto importante a se destacar. Segundo o SEBRAE (2022) “Precificar é uma tarefa que deve ser considerada de extrema importância, envolve bastante estratégia e análises de diversos fatores internos e externos ao seu negócio.”

Para tanto existem vários métodos de precificação, dentre eles destacam-se o preço de mercado e o markup. O valor de mercado tem o papel de demonstrar o valor da concorrência relativo ao mesmo produto ou serviço comercializado, tendo como parâmetro a lei da oferta e demanda enquanto que o markup indica o quanto o valor do produto ou serviço está acima do

preço de custo, visa garantir o lucro estabelecido pelo empreendedor podendo ser fixo ou determinar um percentual de lucro.

Deste modo, é necessário apoiar as empreendedoras de baixa renda, para que superem os obstáculos do empreendedorismo, dentre eles a precificação, objeto deste estudo, tendo como finalidade a detenção do conhecimento para investirem e prosperem em seus negócios. Questiona-se, como aplicar a precificação de forma simplificada as mulheres empreendedoras de baixa renda?

O objetivo geral desta pesquisa, é formular a aplicação prática de precificação para mulheres empreendedoras de baixa renda. Para garantir que o objetivo geral seja alcançado foram elaborados objetivos específicos: identificar os custos para formação do preço de venda, descrever os métodos da formação do preço de venda e empregar tabela de precificação.

## 2. Materiais e Métodos

Foi realizada uma pesquisa aplicada para demonstrar a necessidade da formação do preço de venda para mulheres empreendedoras de baixa renda, no município de Ji-paraná/RO. De acordo com Gil (2022, p.41) “Pesquisa aplicada, abrange estudos elaborados com a finalidade de resolver problemas identificados no âmbito das sociedades em que os pesquisadores vivem”. Empregou-se também a pesquisa explicativa, que segundo Marconi e Lakatos (2022, p.297) “as pesquisas explicativas, que objetivam identificar os fatores que subjazem à ocorrência de determinados fenômenos”.

Esta pesquisa classificou-se como qualitativa delimitada pela quantitativa, conforme Mattar e Ramos (2021, p.132), “A pesquisa qualitativa é basicamente interpretativa”. Já a pesquisa quantitativa, ainda segundo os mesmos autores (2022, p.133) visa “explicar e prever fenômenos. Para isso, procuram identificar relações de causa e efeito, medir, relacionar e comparar variáveis”.

O método aplicado foi o dedutivo, pois utilizou-se de fatos verídicos para se chegar à conclusão da importância da precificação dos produtos e da mão-de-obra. O método dedutivo é uma abordagem ligada a premissa da verdade, e segue em direção a um conceito específico. O método dedutivo, de acordo com a acepção clássica, é o método que parte do geral para o particular. (Gil, 2019).

Utilizou-se ainda, livros, artigos científicos, sites, caracterizando assim, uma pesquisa bibliográfica, pois segundo Gil (2022, p.44), “A pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado. Tradicionalmente, essa modalidade de pesquisa inclui material impresso, como livros, revistas, jornais, teses, dissertações e crônicas de eventos científicos.” Em seguida serão apresentados os resultados e discussões.

## 3. Resultados e Discussões

Para Análise, foi elaborada uma planilha de formação do preço de venda de produtos/serviços destinada as mulheres empreendedoras de baixa renda que participaram do projeto da disciplina de extensão do Centro Universitário São Lucas de Ji-Paraná, com o intuito de exemplificar para elas, as formas como poderiam estar realizando o controle de custos de seu empreendimento. Segue planilha para ilustrar um estudo de caso prático aplicado:

**Tabela nº 01** – Tabela de Custos para Formação do Preço de Venda

INSUMOS	UNIDADE	QUANTIDADE UTILIZADA	PREÇO UNITÁRIO (R\$)	PREÇO TOTAL (R\$)
---------	---------	----------------------	----------------------	-------------------

Sacos de algodão	Un	0,5	8,00	4,00
Linha	Un	1	10,00	10,00
Linha	Un	1	10,00	10,00
Linha	Un	1	10,00	10,00
Linha	Un	0,5	10,00	5,00
Linha	Un	0,5	10,00	5,00
Linha de costura	600mt	2mt	2,20	0,07
<b>TOTAL CUSTOS DIRETOS (MATERIAL)</b>				<b>44,07</b>

CUSTO DA MÃO DE OBRA		
Total de Horas: 06	Custo por hora trabalhada (R\$): 0,00	Valor de mercado – custos diretos (R\$): -9,07
Total de Horas: 06	Custo por hora trabalhada (R\$): 0,98	5,93
VALOR DE VENDA ATUAL		35,00
VALOR DE MERCADO		50,00

Fonte: Elaborado pelos autores da pesquisa.

De acordo com a tabela nº 01, ficou evidenciado que o valor dos custos diretos para a fabricação do produto, exceto a mão de obra, foi de R\$ 44,07, pois segundo Ribeiro (2015, p.7), custos diretos são “aqueles que podem ser identificados facilmente em relação ao produto fabricado” e o valor de venda do produto foi de R\$ 35,00. Revelou-se neste estudo que os custos com a mãos de obra não foi agregada, pois foi apurado um prejuízo na ordem de R\$ 9,07 por produto vendido. Ribeiro (2015, p.7) descreve que o custo da mão de obra direta, “é aquela identificada em relação a cada produto fabricado”.

Verificou-se que por falta de conhecimento sobre precificação fez com que a venda fosse realizada sem fazer o confronto dos custos diretos de material e mão de obra com relação ao valor da venda. Observou-se também, que o valor vendido não é o praticado no mercado. Mas, é preciso se atentar ao que Yanase alerta (2018, p. 105) “Praticando preços definidos pelo mercado ou pelo concorrente, é possível até movimentar volumes interessantes, porém pode ou não gerar caixa suficiente para bancar os custos, as despesas e os impostos e, ainda assim, produzir sobras no caixa”, que foi o que o aconteceu na transação ilustrada.

Foi feito uma sondagem do preço de venda de produto vendido no mercado e o preço apresentado foi de R\$ 50,00. Assim, se a microempresária vender o produto pano de prato a R\$ 50,00 (valor de mercado), a mesma terá um ganho na mão de obra no valor de R\$ 5,93. Levando-se em consideração que para fabricar o produto a microempresária leva, em média, 6 horas para fabricar o produto, de modo que a hora trabalhada da mesma sairá por R\$ 0,98.

Vale ressaltar que por se tratar de mulheres que trabalham em casa e que não possuem um local comercial específico para fabricação de seus produtos, não foi levado em consideração despesas fixas, como: com energia elétrica, água, aluguel, dentre outras despesas, inclusive uma margem de lucro sobre o produto destinado a venda.

Diante do exposto ficou evidenciado que a falta de conhecimento de precificação inviabiliza os micros empreendimentos, pois muitas vezes, os pequenos empresários pagam para trabalhar devido não saberem formar o preço de venda do produto. Neste caso, o valor da hora trabalhada é ínfimo, tornando o empreendimento inviável se o produto for comercializado com os valores mencionados na tabela apresentada. É prudente relatar que o produto é de ótima qualidade, necessitado de realinhamento de preço e assim mesmo, será competitivo no mercado.

Sugere-se que esses produtos sejam disponibilizados nas mídias digitais para alcançar um público maior para adquirirem os produtos.

Este estudo demonstrou que é fundamental para os empreendedores investirem em cursos e capacitações a fim de se prepararem para serem competitivos no mundo dos negócios.

#### 4. Considerações finais

A pesquisa apresentou resultados relevantes, demonstrando a importância da utilização de um método de precificação, para dar embasamento nas decisões de investimentos para mulheres de baixa renda. Nos métodos estudados, pode-se confirmar na prática alguns pontos importantes, vistos na teoria.

O estudo dessa pesquisa pode ser ampliado por meio de outros estudos e técnicas, pois pode-se demonstrar que quando não há a utilização de algum método de precificação, pode ocorrer prejuízos contínuos, conforme apontado no desenvolvimento prático do trabalho.

#### 5. Referencias

BRASIL - Ministério da Economia, 2022. **Estatística em porcentagem de microempreendedores individuais que são mulheres.** Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2022/julho/mais-de-1-3-milhao-de-empresas-sao-criadas-no-pais-em-quatros-meses>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 7. ed. - São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 7. ed. – Barueri [SP]: Atlas, 2022.

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia Científica.** 8. ed. 2022.

MATTAR, João; RAMOS, Daniela K. **Metodologia da pesquisa em educação: Abordagens Qualitativas, Quantitativas e Mistas.** 1. ed. Grupo Almedina (Portugal), 2021

RIBEIRO, Osni Moura . **Contabilidade de custos.** 9ª ed. São Paulo, Edit. Saraiva., 2015

SEBRAE, 2022. **A importância da precificação para o negócio.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/portalsebrae/artigos/voce-sabe-precificar-seu-produto-ou-servico,6e41cb4a5d3a2810vgnvcm100000d701210arcrd>. Acesso em: 24 out. 2022

SEBRAE, 2021. **O que é empreendedorismo.** Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empendedorismo>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

YANASE, João **Custos e formação de preços [livro eletrônico] : importante ferramenta para tomada de decisões /** João Yanase. – São Paulo : Trevisan Editora, 2018. 60 Mb; ePUB. Bibliografia. ISBN 978-85-9545-025-7