

PRECIFICAÇÃO EM PEQUENOS NEGÓCIOS DO COMÉRCIO VAREJISTA

Jessica MOURA¹
Danilo LINARES²

A gestão financeira abrange um conjunto de ações e procedimentos necessários para que uma organização empresarial obtenha bons resultados em suas atividades. Uma delas é a estruturação correta no momento de formação do preço de vendas. Segundo o Sebrae (2018), muitas empreendimentos em situações de grandes concorrências acabam baixando os preços ou elevando os mesmos sem nenhum critério de avaliação específico, somente com o intuito de fornecer um preço diferente do concorrente, levando assim ao prejuízo financeiro do seu negócio, afinal, não adianta basear-se em uma sobra de caixa, mas a operação em si manter-se em prejuízos frequentes. É necessário entender que a empresa tem contas a receber, a pagar, como também efetuar compras e com isso também vender. O objetivo deste trabalho é demonstrar através de técnicas apropriadas a correta formação de preço de vendas, alcançando assim um lucro que seja apropriado. Para atingir o objetivo proposto fez-se necessário ir em busca de um cliente formalizado, logo após levantou-se os dados da empresa e do produto escolhido e por fim utilizou-se uma pesquisa bibliográfica para inserir conceitos sobre o tema mediante uma apresentação prática ao cliente. Nessa pesquisa foram desenvolvidos alguns conceitos e cálculos, sendo eles: lucratividade, margem de contribuição, mark-up divisor, mark-up multiplicador e rentabilidade, alternando tudo isso entre textos e tabelas, para que o empresário entendesse passo a passo o processo realizado e com isso observasse e refletisse como está sendo conduzido esse processo dentro do seu comércio. No início a empresa conta com menos recursos e por isso qualquer descuido pode ser fatal para a saúde financeira dela, sem contar que, uma correta e justa formação de preços será um dos grandes fatores para criar e fixar também a sua carteira de clientes. Concluiu-se que o fator formação de preços é muito importante ao longo de todo período da organização, porém em especial nos anos iniciais deve-se ser tratado com muita cautela e estratégias para garantir o futuro dos negócios. Muitas empresas acabam encerrando suas atividades, mesmo realizando muitas vendas ao longo do mês por conta da falta de informações no momento de precificar, levando assim o empresário a arcar com as despesas de uma outra forma ficando no prejuízo ao invés de obter lucros, ao ponto da necessidade de encerramento dela. Qualquer descuido pode ser fatal para a saúde financeira de uma organização, mas com uma boa carteira de clientes, uma devida formação de preços e uma boa gestão é possível gerar grandes resultados para uma organização.

Palavras-chave: Preço. Formação. Organização. Prejuízo. Lucro.

¹ Discente do 2º ano do curso de Gestão Financeira do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail jessicamoura0604@gmail.com /danlinaresr14@gmail.com

² Docente do curso de Gestão Financeira do Centro Universitário “Antônio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente especialista Orientador do trabalho Marcus Ayrton Rocha de Lima. e-mail marcuslimaprofessor@gmail.com