



MUITO + GESTÃO

Anais da Semana Científica e de Extensão

Escola de Negócios - Univali
Curso de Administração
Campus de Balneário Camboriú

ANÁLISE DE LUCRATIVIDADE ATRAVÉS DO PREÇO DE VENDA PRATICADO POR UMA MICROEMPRESA DE COMÉRCIO DE MATERIAIS DE SEGURANÇA

Victor Augusto Miosso¹
Luciana da Silva Imeton²

RESUMO

A formação do preço de venda das empresas, especialmente das micro e pequenas empresas é realizada sem conhecimentos específicos, sem uso da gestão para ser elaborado, baseando-se somente nos valores de concorrentes e absorvidos pelo mercado, deixando de conhecer os reais custos que influem sobre o produto ou serviço final. Esse estudo tem por objetivo geral avaliar a lucratividade alcançada com preço de venda praticado pela empresa NM revenda, através da análise dos custos e despesas fixos e variáveis, verificar quais eram os métodos utilizados para formar o preço de venda atual. Utilizou-se como ferramenta o markup e o cálculo do ponto de equilíbrio, a fim de apresentar a rentabilidade que cada produto oferece, realizando um comparativo entre os resultados alcançados pela empresa e os resultados demonstrados. Para alcançar os objetivos que foram propostos nesse estudo foi utilizado como metodologia uma pesquisa diagnóstica, exploratória com análise documental para a coleta de dados. O estudo revela que a empresa tem deficiências e dificuldades na formação dos preços de vendas pois a maneira como é realizado o cálculo atualmente, embora dentro do esperado pelos clientes e perto de seus concorrentes, não gera a margem necessária para operacionalização com o lucro desejado. Na demonstração de resultados foi possível verificar que nenhum dos produtos do mix comercializado analisados durante este estudo, estavam atingindo a margem de lucro desejada pela organização, ficando a poucas unidades para alcançar seu ponto de equilíbrio. A utilização da taxa de marcação e do ponto de equilíbrio para a formação dos preços de vendas pela organização foi de extrema importância para que a empresa observasse seus custos internos e seus volumes de venda, além de evidenciar a real rentabilidade de cada produto.

Palavras-chave: Palavras Chave: Análise de lucratividade, Gestão de custos, preço de venda.

¹ Acadêmico (a) do Curso de Administração, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. vamiosso@hotmail.com

² Prof^a. Msc. Orientadora, UNIVALI – Campus Balneário Camboriú/SC. luimeton@univali.br