

Precificação e concessão de descontos em empresas de Muriaé

Leticia Cruz de Sousa^{1*}; Nicolcy Almeida Lima²; Hugo Souza Silva³; Heytor Vieira Rodrigues de Souza⁴; Henrique de Paula Silva⁵; Júlia Alves e Souza⁶

¹ *Graduanda em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário Faminas*

^{2,3,4,5} *Graduando(a) em Administração pelo Centro Universitário Faminas*

⁶ *Doutora em Administração (UFLA) e Mestre em Ciências Contábeis (UFES), Professora Titular no Centro Universitário Faminas. *E-mail: julia.jasouza@gmail.com (orientadora)*

Resumo

Esse estudo objetivou identificar as práticas de precificação e de concessão de descontos em empresas de Muriaé. Para o levantamento dos dados, foi feita a aplicação de questionários aos gestores. O estudo caracteriza-se como descritivo e aborda uma amostra de 255 empresas. Como principais resultados, constatou-se que a maioria dessas empresas, com mais de 70%, define os preços de seus produtos e serviços com base nos custos, adicionando uma margem de lucro. A segunda forma mais adotada é a de precificação com base nos preços praticados pelos concorrentes. Além disso, cerca de 55% das empresas priorizam uma maior margem de lucratividade em cada unidade vendida de produtos ou serviços, mesmo que isso signifique volumes menores de vendas. Porém, quando se trata das empresas do setor de comércio, a maior parte (61,2%) prioriza a venda de maiores volumes de produtos ou serviços, mesmo que isso signifique preços mais baixos e margens menores. Em relação aos tipos de descontos concedidos, 55,7% das empresas costumam oferecer descontos à vista e mais de 40% aplicam descontos em produtos ou serviços selecionados, para pedidos em quantidades maiores ou descontos especiais em negociações específicas. Constatou-se, também, que uma minoria de empresas tem o hábito de oferecer pacotes (combos ou contratação conjunta) de produtos ou serviços com preços mais favoráveis do que se os itens fossem adquiridos separadamente. A compreensão desses aspectos pode ajudar os gestores a tomarem decisões estratégicas mais informadas e eficazes em um ambiente de negócios competitivo.

Palavras-Chave: Gestão financeira. Custos e precificação. Estratégias de descontos.