

# **ANÁLISE DAS DIFICULDADES NA GESTÃO DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS EM EMPREENDIMENTOS ECONÔMICOS SOLIDÁRIOS EM SÃO CARLOS/SP**

Lenita Oliveira de Sousa Lozano (Instituto Federal de São Paulo – campus São Carlos)

Rita de Cássia Arruda Fajardo (Instituto Federal de São Paulo – campus São Carlos)

E-mails: [le\\_ni\\_ta@msn.com](mailto:le_ni_ta@msn.com); [ritacaf@ifsp.edu.br](mailto:ritacaf@ifsp.edu.br)

Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do IFSP (PIBIFSP)

GT 9 - Finanças solidárias, comércio justo e responsável

## **1. Introdução**

Economia Solidária (ES) é um conceito ainda em construção no âmbito acadêmico e no movimento social. Singer (2002) define os princípios básicos da ES como sendo a propriedade coletiva ou associada do capital e o direito à liberdade individual, geridos de forma coletiva, autogestionária e cooperativa, gerando como resultado a solidariedade e a igualdade.

Uma das dificuldades encontradas pelos Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), ou seja, empreendimentos que se organizam dentro dos princípios da ES, na gestão dos negócios tem sido a formação de preço para a comercialização de produtos e serviços. As relações de comercialização na ES buscam a prática do comércio justo e solidário, assim como o preço justo, nos quais pretende-se uma prática que considere valores baseados na justiça social, solidariedade e desenvolvimento sustentável e não apenas aspectos exclusivamente econômicos, alicerçados em uma relação mais próxima entre produtores/as e consumidores/as.

Na gestão do preço de venda, destaca-se o a necessidade de uma maior acuidade em relação ao processo de produção e comercialização dos produtos e/ou serviços, de modo a se construir parâmetros para a sua definição. (NASCIMENTO; RÊGO; DIAS, 2014).

Assim, a formação do preço deve abranger elementos, tais como matéria-prima, tempo necessário de trabalho, aluguel, reparo/manutenção em maquinário e as despesas administrativas. Para determinação dos custos fixos, variáveis e despesas administrativas, em função de estabelecer o preço, existem muitas formas, desde a forma mais rudimentar, pela intuição do vendedor até o uso de uma ferramenta de administração financeira aprimorada (PINTO, 2007).

O objetivo geral desse trabalho foi avaliar os resultados obtidos junto a membros de EES sobre as dificuldades na formação de preços de produtos e serviço. Como objetivo

específico foi realizada uma oficina sobre gestão de custos e precificação, na tentativa de trabalhar dificuldades encontradas no diagnóstico.

## **2. Metodologia**

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza aplicada, na medida em que tem por objetivo “gerar conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos” (SILVA e MENEZES, 2000, p. 20).

Quanto ao objetivo esta investigação classifica-se como pesquisa exploratória, pois busca tornar o problema mais explícito e proporcionar uma maior familiaridade com as práticas de gestão de custos e formação de preço utilizadas pelos empreendimentos econômicos solidários (GIL, 2010).

Muito embora tenham sido considerados dados quantitativos como suporte para análise dos resultados, o problema da pesquisa tem uma abordagem qualitativa, segundo a concepção de Silva e Menezes (2000), buscando a interpretação do processo de gestão de custos e formação de preço como focos principais da abordagem.

Para consecução da investigação foi realizada revisão bibliográfica, e um estudo de caso. A pesquisa bibliográfica refere-se a um conjunto de pressupostos teórico-metodológicos sobre conceito de autogestão, economia solidária, gestão de custos e formação de preço, buscando, construir um arcabouço com análises e reflexões sobre a temática proposta neste estudo. Além disso, foi realizada uma observação participante, visto que uma das pesquisadoras é membro de um EES estudado.

A utilização do estudo de caso foi considerada como parte integrante desta pesquisa pelo fato de que

[...] contribui, de forma inigualável, para a compreensão [...] de fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos. [...] O estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos [...] e a maturação de alguns setores. (YIN, 2001, p. 21).

A coleta de dados foi feita via aplicação de um questionário, com o intuito de identificar requisitos e variáveis consideradas na formação de preço de venda e na gestão de custos junto a membros de EES que participam da Feira de Economia Solidária da Praça XV, na cidade de São Carlos/SP. A feira é um espaço de comercialização de

produtos artesanais e gastronômicos e é conhecida como Feira da Praça XV, como também será referenciada neste trabalho. Os empreendimentos organizam atividades culturais como forma de atrair o público para o espaço e melhorar a comercialização dos produtos.

Todos/a os/as participantes da Feira da Praça XV também participam do Fórum Municipal de Economia Solidária, espaço de organização do movimento social de ES na cidade.

Dos 53 empreendedores/as solidários participantes da Feira da Praça XV, 49 participaram da pesquisa. O questionário abordou o perfil dos/as empreendedores/as e como é realizada a comercialização de seus produtos e foi composto por 28 questões, que foram entregues para cada um dos/as 53 empreendedores/as da feira, sendo que 4 não quiseram responder.

### **3. Economia Solidária**

Singer (2002) e Gaiger (2003) citam que o início da Economia Solidária aconteceu logo depois do início do capitalismo industrial, com o empobrecimento dos artesãos, incitado pela disseminação das máquinas e da organização fabril da produção.

O aumento do desemprego foi uma das consequências desse processo, com a extinção estrutural de milhares de postos de trabalho. O aumento do desemprego foi um dos fatores que fez com que houvesse uma organização dos trabalhadores e trabalhadoras, de forma coletiva, para garantir a sua sobrevivência. Para diversos autores (GAIGER, 2003; LEITE, 2009; METELLO, 2007; SINGER, 2002, 2003,) o desemprego foi um dos principais fatores da organização dos/as trabalhadores/as em EES.

Singer (2002) observa que a forma como as empresas são administradas mostra a diferença entre a economia capitalista (heterogestão) e a solidária (autogestão).

A heterogestão é a administração por nível hierárquico, estruturada por níveis sucessíveis de autoridade, os/as trabalhadores/as mais baixos conhecem o necessário para exercer sua tarefa, conforme a hierarquia se amplia sob o conhecimento sobre os processos é exigido do/a trabalhador/a iniciativa e compromisso (SINGER, 2002).

Já na autogestão os sócios cooperados devem conhecer todo o processo, bem como as possibilidades para resolução de possíveis problemas o que exige mais dos/as trabalhadores/as nos EES, pois além de exercerem suas tarefas diárias, eles têm que se

preocupar com os problemas gerais da organização, ocasionando um esforço extra (SINGER, 2002).

Barbieri e Rufino (2007) caracterizam a autogestão como a gestão da autonomia da coletividade entre os integrantes da organização em decidirem sobre todos os processos de seus trabalhos. Como base, as ideias gerais são o fim do assalariamento, gestão prática na organização do trabalho, exclusão da hierarquia e deliberações tomadas por democracia direta.

#### **4. Gestão de Custos e Formação de Preços**

A gestão de custos é fundamental para as organizações produtivas, sejam elas micro, pequenas ou grandes, bem como para profissionais autônomos/as e artesãos/ãs, pois auxilia os/as gestores/as no processo de tomada de decisão.

O sistema de custos é um conjunto de meios e métodos que a organização deve empregar para obter informações gerenciais. Os elementos formadores de custos são gastos relacionados diretamente à produção, como matéria-prima, mão de obra, aluguel, reparo/manutenção em maquinário e as despesas administrativas, como atividades de apoio financeiro, contabilidade. (POMPERMAYER; LIMA, 2002).

O preço de venda é fundamental no planejamento da gestão de custos de uma organização. Canever et al (2012, p.15) observam que “o preço de venda é uma atribuição importante no processo de planejamento, crítico para a competitividade de uma organização”.

Kairós e Capina (2013, p 67-68) destacam que “quando se pensa em criar um produto, antes do projeto de implantação, é preciso fazer uma pesquisa de mercado para compreender como o público consumidor se posiciona em relação a esse novo produto [...]”.

Diante disso, as organizações precisam ficar atentas às variações comerciais. Os autores destacam ainda que é necessário que as organizações se adaptem à fórmula que fornece o preço de venda, descrita como segue:

Preço de Venda = PV,

Custos do Produto = CP e

Custos de Venda = CV

$$PV = \frac{CP \times 100}{100 - CV}$$

Na economia solidária, um quesito importante a ser considerado na formação de preço é a prática do comércio justo. Segundo Nascimento et al (2014), nos EES, o comércio justo fundamenta-se em atender o bem-estar coletivo. Diferentemente dos princípios da economia capitalista, o comércio justo enfatiza o tratamento equitativo dos participantes, bem como na inclusão e desenvolvimento.

Observou-se que na literatura pesquisada há poucas referências bibliográficas que tratam sobre o tema de formação de preços para empreendimentos econômicos solidários no Brasil. Nesse sentido a abordagem teórica sobre formação de preço ficou praticamente restrita à economia tradicional.

Os custos comerciais determinados como diferentes dos custos de produção. Os custos para formação de preços de comercialização têm diversos tipos de componentes que podem ser resumidos em três formas diferentes, conforme o Quadro 1.

**Quadro 1 - Análise da diferença entre os Custos de comerciais e Custos de produção.**

Custos	Definição
Custos comerciais	A <b>primeira forma</b> , igual à dos custos de produção, tem seu valor referenciado a uma unidade do produto cujo preço está sendo formado; seu cálculo é feito de forma cumulativa, do mesmo jeito que o dos custos de produção descrito anteriormente
	A <b>segunda forma</b> , é a dos <b>custos fixos</b> que na economia solidária, normalmente, são computados junto com os custos de produção.
	A <b>terceira forma</b> , por fim, é a dos custos comerciais que são expressos por um percentual sobre o preço de venda, que se pode denominar <b>custos de venda</b> .
Custos de produção	É formado pela acumulação (soma) dos valores de cada item que compõe o processo da produção.

Fonte: Elaborado com base em Kairós e Capina (2013, p 75-76)

Kairós e Capina (2013) observam que na EXS os custos de venda, em sua grande maioria, não são conhecidos, diferente do que acontece com os custos de produção e, em geral, são expressos como um percentual sobre o preço de venda. Os mesmos autores ainda acrescentam que os EES erram constantemente com o costume de fazer o cálculo do preço de venda a partir da aplicação do percentual dos custos das vendas diretamente sobre o valor dos custos de produção.

## 5. Comércio Justo

O comércio justo (CJ) é um sistema diferenciado do comércio capitalista, foi criado por grupos em desvantagem econômica, se baseia em posturas e ações éticas e solidárias, em que as remunerações são justas para quem produz e preços adequados para quem consome, colaborando para o restabelecimento dos níveis de solidariedade e cidadania, respeito a diversidades culturais e históricas, convivência respeitável entre as pessoas e o meio ambiente e a melhoria no diálogo entre produtores e consumidores (ASTI, (2013); GOMES, (2003)).

Sob o ponto de vista teórico o CJ é um movimento conceitual multidimensional que combina elementos que podem ser agrupados em três: Equidade, Comércio, Educação, regulação e luta por direitos, observadas no Quadro 2 a seguir.

**Quadro 2 - Abordagens do CJ**

<b>Elementos</b>	<b>Definição</b>
<b>Equidade</b>	Organizações do CJ desejam negociar sob condições justas. Estas condições constituem o núcleo do conceito do CJ: preço justo, recompensa social, pré-financiamento, garantia de acesso ao mercado, relacionamento em longo prazo, etc
<b>Comércio</b>	O CJ também se relaciona às transações comerciais; isto inclui as funções econômicas (importação, transformação, distribuição) vinculadas a qualquer iniciativa de comércio.
<b>Educação, regulação e luta por direitos</b>	Nas origens do CJ, encontra-se a intenção de se criar uma nova perspectiva de regulação para os intercâmbios comerciais. Para este fim, as FTOs, redes e estruturas de apoio são ativas quanto à luta por direitos, através do <i>lobby</i> junto às autoridades públicas e da denúncia de práticas comerciais não éticas.

Fonte: Elaborado com base em Huybrechts e Defourny (2011, p 48-49)

## 6. Resultados da pesquisa

Os fatores que determinam a formação de preços dos produtos são uma questão que incita dúvida entre os/as participantes dos EES. Saber como calcular a porcentagem sobre as variáveis de estrutura (água, luz, internet) quando seu produto é produzido em casa, quanto deverá ser colocado de mão de obra (tempo necessário para a realização do trabalho), como deverá manter o controle de seus custos, são indagações que foram diagnosticadas na análise da coleta.

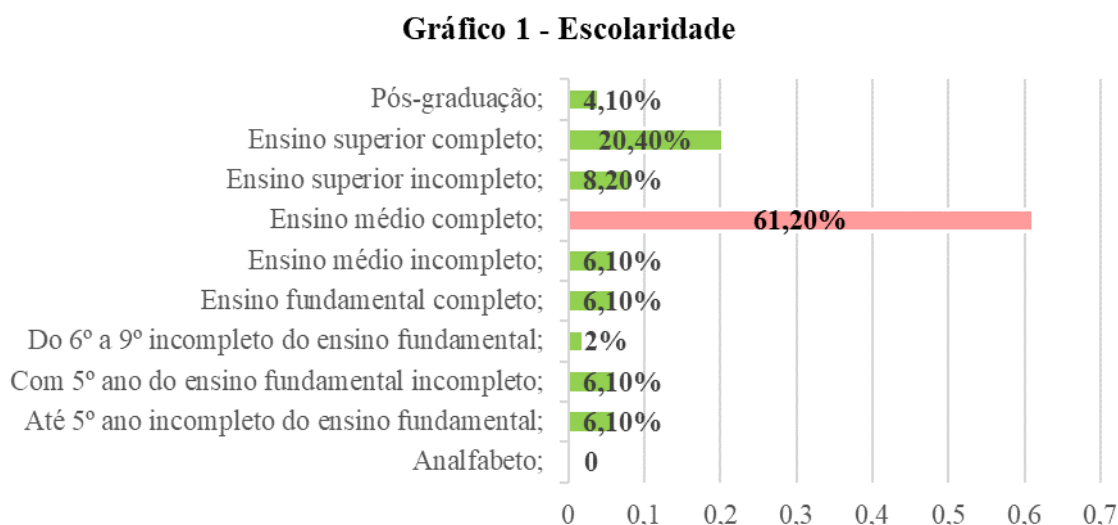
No perfil dos/as participantes observou-se que 38 (78%) são mulheres e 11 (22%) são homens.

Quanto à faixa etária, observou-se que 100% dos/as participantes tinham acima de 25 anos, e 71,4% acima de 45 anos e entre esses 32,6% do total são idosos/as (acima de 60 anos).

Quanto à escolaridade, as variáveis investigadas foram de analfabeto até pós-graduação. A variante com maior percentual observada no Gráfico 1 foi o ensino médio completo, com 61,2% dos participantes.

Sobre o tempo de participação em um EES, 16 (33%) pessoas responderam de um a três anos; 15 (30%) pessoas de três a cinco anos e 18 (37%) pessoas há mais de 5 anos. Esses dados também, na maioria dos casos, coincidem com o tempo em que eles comercializam na Feira da Praça XV.

Quanto à escolaridade, as variáveis investigadas foram de analfabeto até pós-graduação. A variante com maior percentual observada no Gráfico 1 foi o ensino médio completo, com 61,2% dos participantes.



Fonte: elaborado pelas autoras

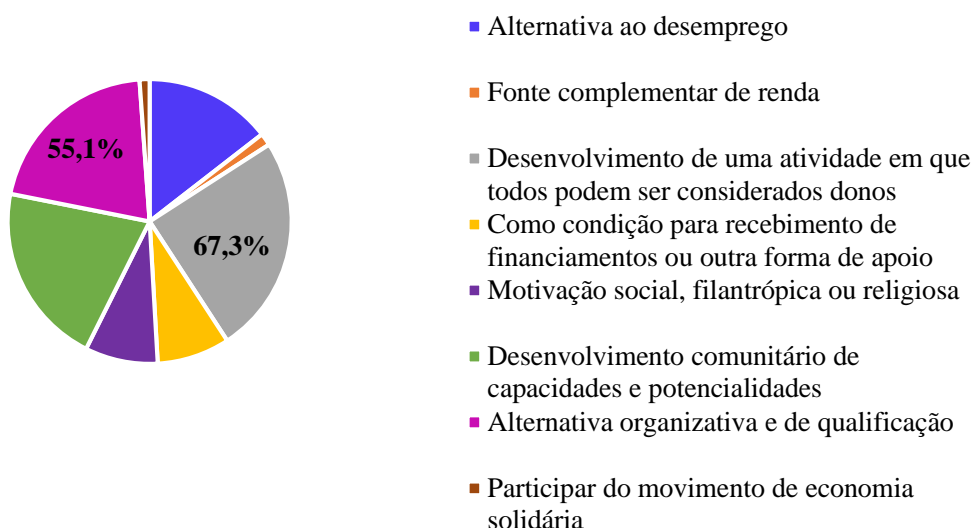
A que maioria dos/as participantes da pesquisa, 73,6%, são comerciantes de produtos artesanais (39), 13 comerciantes de produtos alimentícios (24,5%) e 1 prestador de serviço (1,9%).

Entre os/as participantes ficou evidenciada a importância de ter um ponto fixo para comercialização para os/as empreendedores/as, na medida em que 96% dos/as participantes responderam positivamente na questão que versou sobre a importância da existência do ponto fixo. Foi mencionado que o ponto fixo possibilita aos clientes uma

referência de onde encontrar seus produtos. A localização fixa propicia o recebimento de encomendas, além de ser uma oportunidade de apresentação de outros produtos, funcionando como uma forma de divulgação e na fidelização de clientes.

Foram questionadas também, quais as motivações que levaram os empreendedores a entrar para a economia solidária, sendo que nesta questão não havia restrição de resposta. As motivações mais apontadas estão no Gráfico 2, sendo: fonte complementar de renda com 33 citações (67,3%) e participar do movimento de ES com 27 (55,1%), ainda foi mencionada por uma participante que sua motivação para entrar na ES relaciona-se a ideologia social que segue.

**Gráfico 2 - Razões que motivaram a entrar para a ES**



Fonte: elaborado pelas autoras

Com relação a como os participantes da ES aprenderam o ofício do artesanato, venda de produtos alimentícios e ou serviços pode-se destacar no Gráfico 3 que aponta que 38,8% (19) dos empreendedores aprenderam sua profissão sozinhos.



**Gráfico 3 – Como aprendeu o ofício que exerce**

Fonte: elaborado pelas autoras

Quanto a outras formas de comercialização, como observado no Gráfico 4, os pontos mais citados foram em *sites* de *internet* e/ou redes sociais com 38,77% (19), em feiras municipais 32,65% (16) e em feiras de abrangência regional, estadual ou nacional com 18,36% (9). Ainda foram citados outros pontos como: Festa Junina (1); no SENAI, SENAC, ONGs (1), em casa sob encomenda (4), eventos e festa particulares/municipais (5); escritório (1).

**Gráfico 4 - Como é realizada a comercialização**

Fonte: elaborado pelas autoras

Das 49 pessoas participantes, somente 2 (4%) responderam não ter importância outros pontos de comercialização, alegando que somente a comercialização na feira é suficiente.

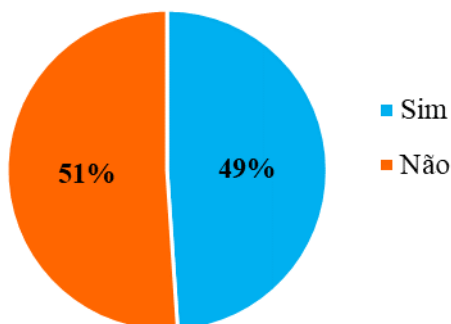
Observa-se que muitos comentaram sobre a pouca divulgação que a Feira da Praça XV, que isso atrapalha um pouco as vendas, que muitos clientes passam pela feira e alegam que não sabiam que ela funcionava todo domingo, ou não sabiam que além da feira

haveria algum evento cultural no local. Nesse ponto destacaram a relevância em melhorar a divulgação da feira, que poderia ser anunciada em sites e redes sociais.

Em relação à satisfação em relação a quantidade de consumidores que compram os produtos dos EES. Quando questionados se a quantidade é suficiente, 36 (78%) disseram que a quantidade de clientes não é suficiente, que gostariam de ter mais fregueses, e conseqüentemente, mais vendas; 11 (22%) disseram que estão satisfeitos com o volume de compradores e 2 pessoas não responderam à questão. Ressalta-se no caso específico dos produtos de artesanato, em que 29 (80,55%) das pessoas respondentes disseram que a venda está muito difícil para eles.

Outro ponto significativo na ES é a preocupação com o meio ambiente e a sustentabilidade. O Gráfico 5 demonstra que 23 pessoas (49%) respondentes relataram que dialogam com os clientes sobre a preocupação com o meio ambiente na confecção dos seus produtos. Porém 24 (51%) dessas pessoas disseram que não explicam e não sabem se as demais pessoas que comercializam na feira dialogam sobre esse tema e 2 pessoas não responderam.

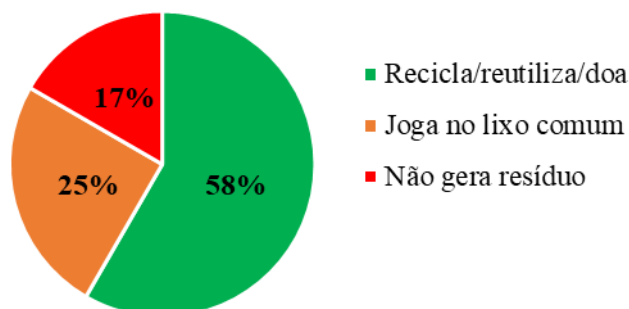
**Gráfico 5 - Diálogo com consumidores sobre a preocupação com o meio ambiente na confecção dos produtos**



Fonte: elaborado pelas autoras

Também foi abordado sobre a geração de resíduos na produção e/ou serviço e sua destinação. As respostas são observadas no Gráfico 6, sendo que uma pessoa não respondeu essa questão.

**Gráfico 6 – Destinação de resíduos gerados na produção/serviço**

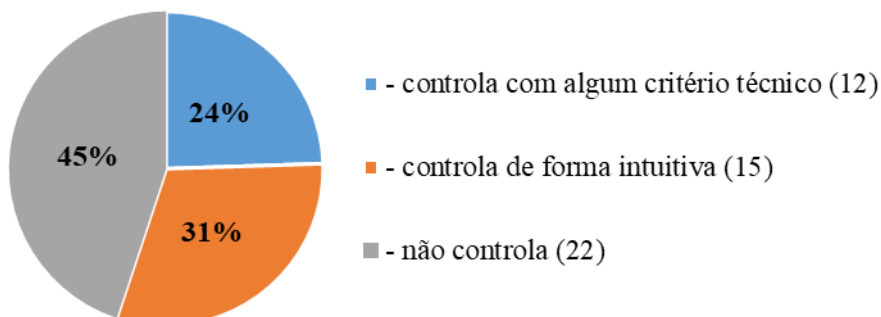


Fonte: elaborado pelas autoras

Observa-se que 83% destinam seus resíduos com o intuito a desenvolver uma política de sustentabilidade. Entretanto, muito embora a literatura aponte as ações sustentáveis como uma característica importante do movimento de economia solidária nas relações com os consumidores, a pesquisa evidenciou que, para o grupo de respondentes da pesquisa, essa questão ainda não é muito trabalhada, apresentando-se como um quesito a ser aprofundado entre os/as empreendedores/as da Feira da Praça XV, para ter consonância com as relações de comércio justo já apontadas neste trabalho.

A coleta de dados abordou a forma de controle de custos pelos/as empreendedores/as, se é feito algum tipo de registro, quais requisitos são considerados para a precificação de seus produtos, se consideram na precificação percentual de estrutura e do trabalho necessário para a confecção do produto/serviço. Por fim, foi questionado se tinham interesse em participar de uma atividade que discutisse conteúdos de como colocar preço em seu produto. Os resultados do controle na gestão de custos da matéria-prima estão no gráfico 7.

**Gráfico 7 - Controle sobre os custos da matéria-prima que utiliza para fabricação do produto/serviço**

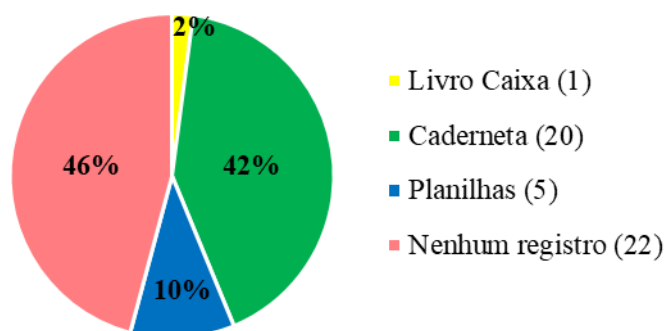


Fonte: Elaborado pelas autoras

Quanto ao controle sobre os custos da matéria-prima, utilizada para a fabricação de produtos observou-se no Gráfico 7, que 27 dos respondentes declararam que têm algum tipo controle, porém mais da metade, 55,55% (15) de forma intuitiva, 22 respondentes declararam que não possuem nenhum tipo de controle. Observa-se assim uma grande informalidade na gestão de custos, uma vez que 75,5% das pessoas que responderam o questionário ou não controlam ou o fazem de forma intuitiva.

É indispensável o registro de custos para a precificação, ou seja, uma formalização dos custos. No caso dos EES estudados, não grande complexidade nos sistemas de produção, caracterizando-se como produção artesanal. Assim a forma de registro pode ser simplificada, como o uso de livros-caixa, cadernetas, planilhas, etc. O Gráfico 8 mostra que quase a metade das pessoas respondentes não faz nenhum tipo de anotação (46%), estabelecendo seus preços sem nenhuma variável, fazendo isso de forma instintiva. Uma pessoa não respondeu essa pergunta.

**Gráfico 8- Registro dos custos da matéria-prima**



Fonte: elaborado pelas autoras

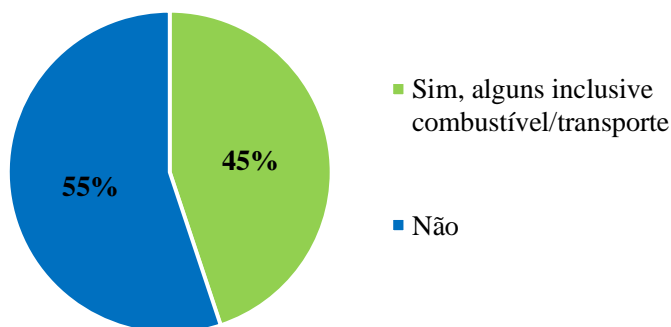
Observa-se no Gráfico 9 que a grande maioria, 63,26% (31) dos EES colocam o preço de forma intuitiva, estipulando um percentual que varia de 30% a 100% sobre os custos de matéria-prima, não considerando a hora trabalhada, nem custos fixos ou outras variáveis.

Quando abordados/as se colocam os custos das variáveis de estrutura (energia elétrica, água ou gás, por exemplo, quando a produção ocorre em casa) no cálculo dos custos de seus produtos,

O Gráfico 9 demonstra que 22 participantes disseram que sim, inclusive o combustível ou custo com transporte que utilizam para ir até à Feira da Praça XV ou

entregar em domicílio produtos encomendados. Entretanto alguns alegaram que não colocam em todos os produtos. As outras 27 pessoas que responderam declararam não considerar essas variáveis, que suas bases são totalmente intuitivas, ou, consideram apenas o valor de venda de outros/as empreendedores/as da Feira da Praça XV como parâmetro para precificação.

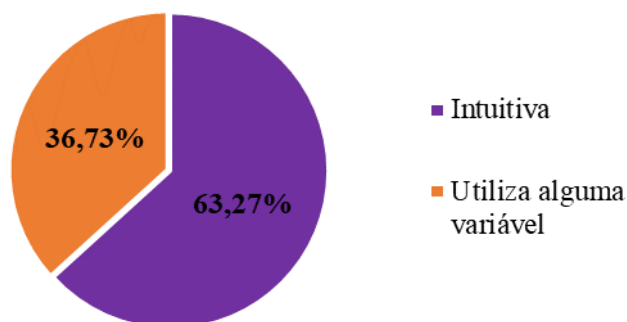
**Gráfico 9 - Gasto com estrutura na gestão de custos de custo**



Fonte: elaborado pelas autoras

Dada a informalidade da gestão de custos, a precificação de produtos e serviços por parte dos membros de EES mostrou-se também informal. O Gráfico 10 mostra que a grande maioria, 63,27% (31) dos EES colocam o preço de forma intuitiva, estipulando um percentual que varia de 30 a 100% sobre os custos de matéria-prima, não consideram a hora trabalhada necessária para confecção do produto ou execução de um serviço e nem custos fixos ou outras variáveis.

**Gráfico 10 - Forma de precificação**

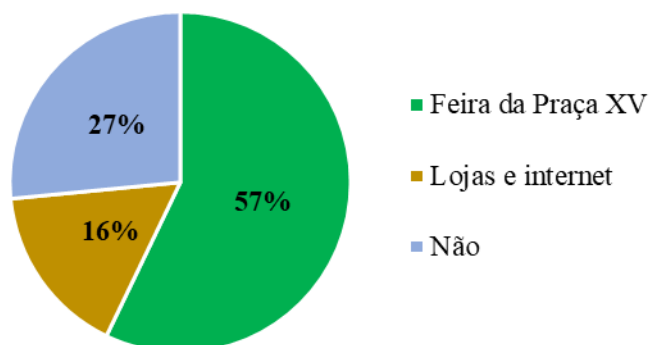


Fonte: elaborado pelas autoras

A pesquisa de mercado é fundamental para formação de preço, compreendendo como os consumidores aceitam seus produtos e qual o preço que seus concorrentes vendem produtos similares; auxilia na determinação do valor da comercialização dos produtos. A

investigação apontou que 57% dos/as respondentes revelaram que fazem uma pesquisa com outros/as empreendedores/as da ES que estão na Feira da Praça XV, 16% em *sites* e lojas, 27% disseram que não fazem nenhum tipo de pesquisa, conforme aponta o Gráfico 11.

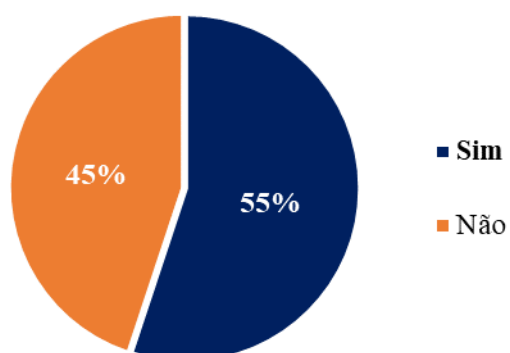
**Gráfico 11 - Pesquisa de mercado para auxiliar na precificação**



Fonte: elaborado pelas autoras

O tempo médio de trabalho é um elemento indispensável quando se trata das variáveis compostas no preço. Este critério inclui o trabalho efetivamente realizado, e nos casos estudados, como se trata de produtos artesanais e gastronômicos não industrializados, essa variável tem uma importância ainda mais relevante. No Gráfico 12 pode-se observar que 27 (55%) respondentes da pesquisa manifestaram considerar o tempo médio trabalhado. Entretanto, 22 (45%) empreendedores alegaram não saber como calcular essa variável, portanto, não incluem em seus preços.

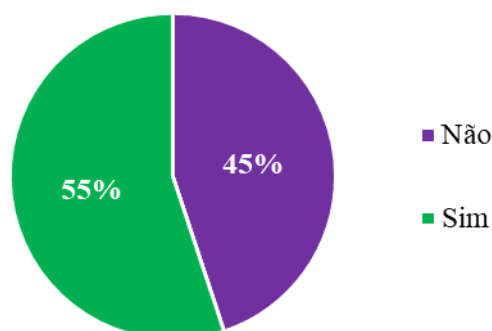
**Gráfico 12 - Tempo médio de como critério para a precificação**



Fonte: elaborado pelas autoras

Apesar de muitos não considerarem a variável estrutura e tempo médio de trabalho, no Gráfico 13 observa-se que 22 (45%) empreendedores/as afirmaram que não sentem dificuldades para precificar seus produtos. Os 27 (55%) restantes expuseram que sentem muita dificuldade, pois não sabem qual variável considerar, como calcular preços para produtos que demoram mais a serem confeccionados. Relataram que se sentem inseguros em colocar um preço muito acima ou muito abaixo do mercado, não alcançando a essência do comércio justo.

**Gráfico 13 - Dificuldade para precificar produtos / serviços**



Fonte: elaborado pelas autoras

Neste sentido, 95,83% (46) empreendedores/as consideram seu preço justo, apesar de afirmarem que sentem muita dificuldade em precificar e 4,17% (2) participantes disseram que não, alegando que o preço de venda de seus produtos está abaixo do que consideram um preço justo, mas se colocarem um preço maior de venda, não conseguem comercializar e 2,04% (1) não respondeu essa questão.

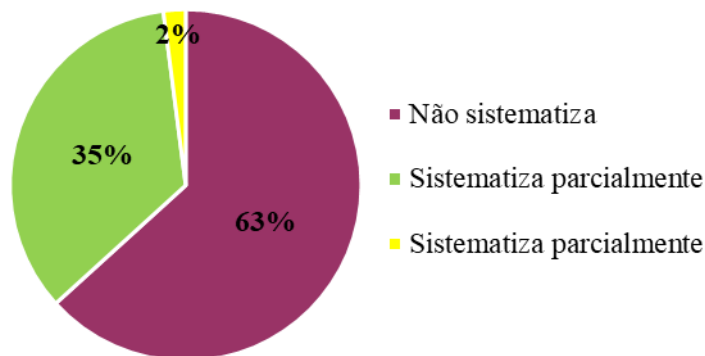
Quando abordados/as se sentem falta de um manual ou cartilha, que ajude na colocação de preço de seus produtos, constatou-se que 96% dos/as empreendedores/as responderam que sim. Uma respondente sugeriu que seria interessante ter um material escrito por um empreendedor/a solidário/a, que esteja cooperando em algum grupo de ES, que comercialize em alguma feira solidária, pois dessa forma, vindo de alguém que vive a realidade dos EES, porventura esse material conseguiria transmitir melhor os conceitos da Economia Solidária e formação de preço.

Outro questionamento realizado foi referente à participação em atividades de precificação. Observou-se que quase metade dos respondentes 49% (24) já participaram de alguma atividade que discutiu como se coloca preço em produtos e serviços, a outra metade nunca participou e uma pessoa não respondeu essa questão.

O Gráfico 14 aponta um diagnóstico sobre a sistematização de custos por parte das pessoas respondentes da pesquisa, inferindo que que 63% (31) dos/as empreendedores/as

não sistematiza os custos para formação de preço (não considera nenhuma variável, coloca o preço de forma totalmente intuitiva), 35% sistematizam parcialmente (consideram entre uma e duas variáveis) e 2% sistematiza todas as variáveis de custos para colocar preço em seus produtos.

**Gráfico 14 - Diagnóstico sobre sistematização de custos**



Fonte: elaborado pelas autoras

Realizado o diagnóstico, ficou evidenciada a necessidade de aprofundamento sobre quesitos de precificação de produtos por parte dos respondentes. Neste sentido, conforme colocado nos objetivos específicos dessa pesquisa, foi proposto aos/às empreendedores/as a realização de uma oficina sobre utilização de técnicas de gestão de custos e formação de preços de venda com vistas a otimizar os processos de comercialização.

Para realização da oficina foi necessário levantar as dificuldades acima descritas, afim de diagnosticar quais as variáveis determinantes de preço necessitavam ser esclarecidas.

Com base no diagnóstico, foi possível a realização da oficina, que foi oferecida no período escolhido pela maioria dos membros participantes da pesquisa, sendo realizada em uma quinta-feira à tarde.

Na elaboração da oficina foi planejada uma estrutura simples e dinâmica, que possibilitasse um fácil entendimento. A ideia da oficina foi esclarecer como os custos fixos e variáveis ajudam na composição do preço de venda, e foram considerados como custos fixos: energia elétrica; água; gás; aluguel; imposto territorial e telefone;

Na metodologia utilizada essas variáveis foram transformadas em custo/h para cada produto confeccionado. Sabendo-se o total de horas gastas para a confecção de um produto ou a prestação de um serviço, é possível determinar o custo fixo por produto.



A mesma lógica foi usada para o custo variável. Para os custos variáveis, foram considerados os seguintes elementos: matérias-primas; embalagens; combustível e tempo de trabalho na confecção do produto ou execução do serviço.

Os custos variáveis foram divididos pela quantidade que foi comprada para saber o valor unitário de cada um. Então foi multiplicado o valor unitário à quantidade que foi utilizada para fabricação de determinado produto.

Para o tempo de trabalho, o/a empreendedor/a determinou quanto deseja ter de retirada mensal, e, posteriormente, foram feitos os cálculos de quanto está ganhando por produto escolhido. A título da oficina, foi utilizado como referência, o valor do salário mínimo federal.

A oficina ocorreu em novembro/2017, teve duração de três horas, foi realizada uma apresentação em PowerPoint para contextualização do assunto e aplicação da dinâmica. O convite para participação na oficina foi aberto a todos da economia solidária, não apenas para empreendedores da Feira da Praça XV, pois acredita-se que essa necessidade de aprofundar conhecimentos sobre precificação é comum à maioria das pessoas do movimento.

Compareceram cinco pessoas, sendo um participante da Feira da Praça XV, um participante é postulante a iniciar comercialização na Feira da Praça XV em abril de 2018, e os demais, comercializam em outros espaços.

A oficina ocorreu de forma prática e dinâmica, momento em que todos os participantes puderam falar um pouco do seu ofício e, após contextualização, cada um dos respondentes escolheu um produto de comercialização, afim de desenvolver a formação de preço deste item.

Ao final da oficina foi entregue um formulário de avaliação a cada participante, com o intuito de identificar se oficina contribuiu para o entendimento na formação de preço. Neste sentido, 60% (3) dos respondentes disseram que entenderam que precisam considerar os custos da mão de obra e de estrutura. Como nas relações econômico solidárias não há compra e venda de mão de obra, o custo fica restrito ao tempo médio necessário para a produção e/ou prestação de um serviço. Os/as participantes perceberam a importância da pesquisa de concorrentes e por fim compreenderam que o preço dos produtos tem de ser justo e solidários para quem produz e para quem consome. Já os outros 40% (2) apontaram que oficina contribuiu para revisão de cálculos e que há necessidade de contabilizar os produtos da prateleira e do estoque para calcular os custos corretos.

Observa-se que o preço de mercado, nas relações estritamente capitalistas, considera, para além dos custos, a relação oferta e demanda. Na ES essa relação não deveria ser um parâmetro de precificação, na medida em que a prática do Comércio Justo deve orientar a precificação. Entretanto, como as relações de comercialização dos EES acontecem no mercado capitalista, é necessário chegar a um meio termo entre o preço de mercado e o preço justo.

Somente um participante expôs que teve dificuldade devido à complexidade e muita informação passada na oficina, os outros 4 relataram que gostaram e que o conteúdo abordado foi fácil de praticar. Por fim, 60% (3) dos/as participantes disseram que auxiliou de forma simples como colocar preço no produto e a conscientização da importância do comércio justo. Um respondente (20%) disse que ajudou entender que é preciso estudar os custos e especificidades de cada item comercializado para aplicação a precificação correta a cada produto, e o outro que os novos conhecimentos serviram de apoio para a precificação dos produtos.

## **7. Considerações Finais**

Considera-se após este estudo que os/as empreendedores/as solidários/as precisam compreender as variáveis que determinam a formação de preços dos seus produtos, para uma melhoria na gestão do EES. Observou-se a necessidade de entendimento no que diz respeito a realizar pesquisa de mercado para ter uma visão de como o público consumidor se posiciona em relação aos produtos ou serviços comercializados pelos EES (se conhece, se aprova, se tem alguma sugestão a fazer, como se comportam diante dos preços, etc.).

Uma das limitações observadas foi a baixa participação de empreendedores da economia solidária na oficina. A ausência de participação deveu-se, especialmente, pelo período de final de ano, momento em que há muitas encomendas de produtos, além de realização de eventos, dificultando uma participação mais efetiva desses/as empreendedores/as. Também 18,37% (9) dos respondentes demonstraram desinteresse em participar, quando consultados/as no questionário, justificando que já fizeram cursos semelhantes no passado e que estão satisfeitos com a forma em que colocam preços em seus produtos. Essa questão aparece como uma dicotomia, já que a maioria expressou dificuldade na gestão de custos e precificação.

Como estudos futuros sugere-se a elaboração de um material didático, de baixa complexidade, que possa auxiliar esses homens e mulheres que vivem do seu trabalho, empreendendo coletivamente nos EES, no sentido de trazer uma maior eficiência e eficácia na gestão desses empreendimentos.

### Referências

- ASTI, Ana Larronda. Uma Reflexão Sobre as Dinâmicas do Comércio Justo: dilemas do crescimento. In: STELZER, Joana; GOMES, Rosemary (Org.). **Comércio justo e solidário no Brasil e na América Latina**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração, 2016. 412 p.
- BARBIERI, Luciana.; RUFINO, Sandra. A gestão da autogestão nas cooperativas . In: **A gestão da autogestão na economia solidária**: contribuições iniciais. Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade de São Paulo; Núcleo de Gestão da ITCP-USP (orgs). Porto Alegre, RS: Calábria; São Paulo, SP: ITCP-USP, 2007. pp. 16-24.
- CANEVER, Felipe Pereira et al. Formação de Preços: Um Estudo em Empresas Industriais de Santa Catarina. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 14 - 27, maio/ago. 2012.
- FBES: Fórum Brasileiro de Economia Solidária. **Proposta do texto da Lei da Economia Solidária**. 2010. Disponível em: [http://www.fbes.org.br/?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=1131](http://www.fbes.org.br/?option=com_docman&task=doc_download&gid=1131)>. Acesso em: 30 out. 2011
- GAIGER, Luiz Inácio. **A economia solidária diante do modo de produção capitalista**. CADERNO CRH, Salvador, BA, n. 39, p. 181-211, jul./dez. 2003. Disponível em [http://www.ufpa.br/itcpes/documentos/eco\\_sol\\_mod\\_cap.pdf](http://www.ufpa.br/itcpes/documentos/eco_sol_mod_cap.pdf)>. Acesso em: 30 out. 2011.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- GOMES, Rosemary. Comércio Justo: Entre a Solidariedade e a Utopia. **Proposta**, Rio de Janeiro, v.10, n. 98, p.46 - 55, nov. 2003.
- HUYBRECHTS, Benjamin,; DEFOURNY, Jacques. **Explorando a diversidade do comércio justo na economia social**. Ciências Sociais Unisinos, São Leopoldo, v. 47, n. 1, p.44-55, abr. 2011. Trimestral. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93820778005>>. Acesso em: 11 ago. 2017.
- KAIRÓS, I.; CAPINA (org.). **Práticas de comercialização**: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar. São Paulo, SP: Instituto Kairós, 2013. 159 p.
- LEITE, M. P. A economia solidária e o trabalho associativo: teorias e realidades. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. 2009. Vol 24 nº 69.p. 31-51 Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/107/10713664003.pdf>>. Acesso em: 30 out. 2011

METELLO, D. G. **Os Benefícios da Associação em Cadeias Produtivas Solidárias: O Caso da Justa Trama – Cadeia Solidária do Algodão Agroecológico**, 2007. 146 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

NASCIMENTO, Claudio. Autogestão: economia solidária e utopia. **Otra Economía** – Revista Latinoamericana de Economía Social y Solidaria. Volumen II - Nº 3 - 2º semestre/ 2008. pp 27-40.

NASCIMENTO, Rayanna Nayhara Oliveira do; RÊGO, Thaiseany de Freitas; DIAS, Thiago Ferreira. **Gestão de Custos e formação de preço: um estudo das práticas adotadas pelos empreendimentos econômicos solidários**. In: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 2014. Natal, RN: Associação Brasileira de Custos, 2014. p. 1 - 16. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3757/3758>>. Acesso em 02.maio.2017.

PINTO, José Paulo Guedes. **A estimação de preços dos serviços e de distribuição das retiradas em cooperativas de serviços**. In: **A gestão da autogestão na economia solidária: contribuições iniciais**. Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares da Universidade de São Paulo; Núcleo de Gestão da ITCP-USP (orgs). Porto Alegre, RS: Calábria; São Paulo, SP: ITCP-USP, 2007. pp. 88-97.

POMPERMAYER, Cleonice Bastos; LIMA, João Evangelista Pereira. A importância da gestão de Custos. In: \_\_\_\_\_. **Coleção gestão empresarial: uma contribuição ao mundo dos negócios - Gestão de Custos**, cap. IV. Curitiba: FAE Business School/Gazeta do povo. 2002. p. 49 – 58. Disponível em: <<http://www.academia.edu/download/34492866/4.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2017.

SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo, SP: Fundação Perseu Abramo, 2002. 127 p.

\_\_\_\_\_. Economia Solidária: um modo de produção e distribuição. In: SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (orgs). **A Economia Solidária no Brasil: a autogestão como resposta ao desemprego**. 2ª Ed. São Paulo, SP: Contexto, 2003, pp. 11-28. (Coleção Economia).

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis, SC: UFSC, 2000.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Traduzido por Daniel Grassi, 2ª ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001. 205 p.