

Precificação de Produtos e Serviços pelos Microempreendedores Individuais do Ramo de Alimentação em Cacoal, Rondônia (Brasil)

ANGÉLICA KREITLOW DE OLIVEIRA

Acadêmica concluinte do Curso de Ciências Contábeis da
Fundação Universidade de Rondônia

Campus Professor Francisco Gonçalves Quiles
Cacoal, Estado de Rondônia. Brasil

CLEBERSON ELLER LOOSE

Professor e pesquisador da Fundação Universidade Federal de Rondônia
Campus Prof. Francisco Gonçalves Quiles

Cacoal, Estado de Rondônia. Brasil

ELISEU ADILSON SANDRI

Professor e Pesquisador da Universidade Federal de Roraima – UFRR
Curso de Gestão em Saúde Coletiva Indígena

Instituto Insikiran de Formação Superior Indígena da UFRR
Boa Vista – Estado de Roraima. Brasil

Resumo

A figura do Microempreendedor Individual (MEI) surgiu para diminuir os índices de trabalhadores atuantes na informalidade, proporcionando a equiparação de algumas categorias profissionais a pessoas jurídicas de maneira legal, além de diversos outros benefícios. A formação do preço de venda é um desafio para as empresas em geral, posto que isso exige conhecimento dos elementos incorridos no processo de produção ou prestação de serviços, além de considerar os impostos incidentes sobre isso, bem como a margem de lucro desejada. Isso se acentua quando se trata dos MEI's, porque, geralmente, os gestores possuem pouca habilidade técnica ou acadêmica para realizar a formação correta do preço de venda. Sendo assim, estes devem estar atentos quanto à precificação de seus produtos ou serviços para que possam obter lucro e elaborar novas estratégias competitivas. Nessa pesquisa, almejou-se, pois, averiguar quais são as dificuldades encontradas pelos Microempreendedores Individuais do ramo de

alimentação em Cacoal-RO quanto à precificação de seus produtos e serviços. Para tanto, foi construído um embasamento teórico e utilizado o método dedutivo com objetivos exploratórios. Depois, foi aplicado um formulário com abordagem quali-quantitativa a uma amostra limitada com questões pertinentes a respeito do que é tratado nesse estudo, chegando-se ao resultado de que há margem para aprimorar a maneira que os MEI's de Cacoal-RO realizam a precificação de seus produtos.

Palavras-chave: Dificuldades. Individual. Precificação.

1 INTRODUÇÃO

Devido aos elevados índices de trabalhadores atuando na informalidade, o Governo Federal identificou a necessidade de implementar programas que trouxessem benefícios para esses indivíduos. A partir disso, surgiu a figura do Microempreendedor Individual (MEI), que proporcionou a algumas categorias profissionais a possibilidade de se equipararem a pessoas jurídicas por meio da Lei Complementar n.º 128/08 (Lei do MEI), a qual prevê a oportunidade de o profissional formalizar-se e passar a contribuir com os cofres públicos, bem como a usufruir da seguridade social (PAULA, 2014; PORTAL SEBRAE, 2019).

Dentre os benefícios oferecidos ao Microempreendedor Individual, estão os direitos previdenciários, a isenção de taxa na abertura de empresa, a tributação simplificada, a desobrigação de escrituração contábil, a possibilidade de emissão de nota fiscal, a facilidade com declarações que permitem que se mantenha dentro da legalidade, a facilidade de acesso a financiamentos e créditos bancários, entre outros (TOMAZETTE, 2017; PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

Vale destacar que, independentemente da área de atuação, toda organização tem necessidade de contar com um bom gestor que possua conhecimentos sobre a situação financeira da empresa e capacidade para traçar estratégias de negócio, posto que, sem a definição desse tipo de estratégia ou sem a correta precificação dos produtos, o empreendimento corre o risco de não resistir no mercado (PINTO, 2016).

A formação dos preços de venda é um desafio para as empresas em geral, pois é um dos fatores mais relevantes para o sucesso ou fracasso de uma organização (PORTILHO, VERNER, CAMARGO, 2018). Nada obstante, a precificação exige conhecimentos dos custos e despesas, dentre outras questões, incorridos no processo de produção ou prestação de serviços (MARTINS, 2018).

Além disso, faz-se necessário levar em consideração os impostos incidentes sobre produtos e serviços e a margem de lucro desejada. Sendo assim, as organizações devem estar em constante alerta quanto à precificação de seus produtos ou serviços para que não só possam avaliar a sua lucratividade, como também elaborar novas estratégias competitivas (PORTILHO; VERNER; CAMARGO, 2018).

Nesse sentido, vale destacar que uma das maiores dificuldades encontradas na administração das micro e pequenas empresas é a definição do preço do seu produto e/ou serviços ofertados ao mercado. Essa dificuldade é mais evidente nessas duas categorias de empresas, porque, geralmente, os gestores possuem pouca habilidade técnica ou acadêmica para realizar a formação correta do preço de venda (GUILHERME, SANTOS, NEVES JÚNIOR, 2019). A pesquisa almejou, pois, averiguar quais são as dificuldades encontradas pelos Microempreendedores Individuais do ramo de alimentação em Cacoal-RO quanto à precificação de seus produtos e serviços.

Para conduzir o presente estudo, a metodologia usada foi a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo, no que foi construído, então, um embasamento teórico para a posterior aplicação de formulário adaptado com questões pertinentes a respeito do que é tratado nesse estudo sem deixar de observar, claro, os objetivos aqui propostos. Nesse cenário, escolheu-se uma amostra de Microempreendedores Individuais do ramo de alimentação do município de Cacoal-RO, havendo sido os dados obtidos submetidos a uma análise com o auxílio de ferramentas eletrônicas, como *Microsoft Excel*, os quais, em seguida, foram agrupados de acordo com o seu grau de similaridade para facilitar a elaboração da discussão de tais resultados.

Ao final, foi possível verificar que ainda há margem para aprimorar a maneira com que os MEI's do ramo de alimentação do município de Cacoal/RO procedem a precificação de seus produtos fazendo-se plenamente relevante que organizações, como o Serviço

Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), realizem mais cursos de orientação sobre o tema para essa modalidade de empresa de modo periódico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse tópico, é trazida uma revisão da literatura referente aos temas: Microempreendedor Individual, Contabilidade Gerencial, Gestão Financeira, Administração Estratégica de Preço e Formação de Preço.

2.1 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

A Lei Complementar n.º 128/2008 inseriu na Lei Complementar n.º 123/2006 (Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte), como um método simplificado do ramo empresarial, a figura do Microempreendedor Individual (MEI) com vistas a formalizar trabalhadores que atuavam de maneira irregular e/ou informal, gerar novos empregos, distribuir renda, além de intensificar a economia do país (BRASIL, 2008).

Por MEI, nos termos dessa lei, compreende-se o empresário individual que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços e que possua o teto de renda bruta anual de R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais). Concomitantemente, cumpre com a opção pelo Simples Nacional e deve dispor de somente um estabelecimento, ou seja, não pode ser empresário individual em outra atividade, sequer sócio ou administrador de sociedade. Além disso, é possível a contratação de, no máximo, um empregado que receba exclusivamente um salário-mínimo vigente ou o piso salarial da categoria profissional a que pertence (BRASIL, 2016; TOMAZATTE, 2017).

Ressalta-se que o objetivo do Governo é simplificar ao máximo a adesão ao programa para acabar com as informalidades em todo país. Diante disso, o MEI não tem obrigação com a escrituração dos livros fiscais e contábeis, nem a obrigatoriedade de emitir notas fiscais desde que a venda de mercadoria ou a prestação de serviços não seja para outras pessoas jurídicas, salvo quando esse destinatário emitir nota fiscal de entrada (MIZAEL, 2013).

Conforme o Portal SEBRAE (2019), o MEI tem a oportunidade de se enquadrar em uma ocupação principal e até 15 secundárias de

acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE). Ademais, a lista das ocupações encontra-se disponível facilitadamente no sítio do Portal do Empreendedor (PORTAL SEBRAE, 2019).

Outrossim, o Portal do Empreendedor do Governo Federal reitera que, dentre as facilidades de quem opta pelo microempreendimento individual formalizado, tem-se a inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) e alvará de funcionamento sem custo e sem burocracia, emissão de nota fiscal, possibilidade de vender para o Governo, acesso a produtos e serviços bancários de modo facilitado e com melhores taxas, tributação de valor fixo com menor custo, apoio técnico do SEBRAE, assim como direitos e benefícios previdenciários (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

A tabela 1 demonstra os benefícios previdenciários adquiridos tanto pelo empreendedor quanto por sua família, dependendo do tipo de benefício, juntamente com o tempo mínimo de contribuição para adquirir o direito de recebimento:

Tabela 1 - Benefícios previdenciários do MEI e tempo de contribuição necessário

BENEFÍCIOS	CARÊNCIA
Aposentadoria por idade (mulher aos 60 anos e homem aos 65 anos)	15 anos de contribuição
Aposentadoria por invalidez	12 meses de contribuição
Auxílio-doença	12 meses de contribuição
Salário-maternidade	10 meses de contribuição
Pensão por morte	A partir do primeiro pagamento
Auxílio-reclusão	A partir do primeiro pagamento

Fonte: SEBRAE (2019)

Para gozar de todos esses benefícios, o MEI apenas precisa se manter em dia com o Documento de Arrecadação do Simples Nacional do Microempreendedor Individual (DASMEI), o qual deverá ser pago num valor mensal fixado a cada ano, consoante alteração no salário-mínimo, equivalente à soma das parcelas correspondentes à contribuição previdenciária e ao Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) e/ou ao Imposto sobre Serviços (ISS) conforme o caso. Em consonância à Lei do MEI, todas as demais taxas foram reduzidas a zero para o Microempreendedor Individual Nesse espectro, portanto, o MEI

optante pelo Simples Nacional fica isento de Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), Programa de Integração Social (PIS) e contribuição patronal (CAMPANHA et al., 2017; PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

Para a realização do cálculo simplificado do valor mensal do Simples Nacional a fim de adimplemento, o Governo dispõe do sistema eletrônico Programa Gerador do Documento de Arrecadação do Simples Nacional do Microempreendedor Individual (PGMEI) em concordância com a Lei Complementar n.º 123, de 2006. Igualmente, pode-se gerar esse documento pelo Totem SEBRAE nas sedes espalhadas por todo o Brasil e também pelo aplicativo disponível nos serviços de distribuição digital dos *smartphones*, de modo a facilitar o cotidiano do microempreendedor e, sobretudo, estimular o recolhimento regular. Por fim, há a opção de cadastramento em débito automático, facilmente solicitável por meio do Portal da Receita Federal (BRASIL, 2019).

Devido à facilidade encontrada na adesão do MEI e ao campo de atuação extremamente vasto no qual indivíduos que procuram uma autonomia financeira encontram grandes oportunidades para desenvolver seu negócio, em pouco tempo, essa figura empresarial adquiriu grande espaço no mercado, o que contribuiu positivamente para economia do país (ANTUNES; MATOS; MENEZES JÚNIOR, 2018). Ao consultar o Portal do Empreendedor, do Governo Federal, datando o mês de outubro de 2019, constatou-se a existência de mais de 9 milhões de MEIs no país (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2019).

Fica nítido, desse modo, o quão relevante se fez a alternativa governamental de formalização daqueles que trabalhavam clandestinamente, posto que se viam desestimulados e, principalmente, impossibilitados de arcar com toda a burocracia e tributação que existia para tornar-se uma Pessoa Jurídica. Com a possibilidade propiciada pelo Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, juntamente com a Lei do Microempreendedor Individual, viabilizou-se benefícios mútuos entre os indivíduos interessados no microempreendimento individual e o Governo Federal.

Ante a toda essa formalização da figura do MEI, o microempreendedor individual precisa, indubitavelmente, utilizar-se de diversas informações para que se efetive uma boa gestão do seu

negócio, dentre elas, a formação do preço de venda dos seus produtos e/ou serviços são de extrema importância.

2.2 CONTABILIDADE GERENCIAL

De acordo com Marion (2018), a Contabilidade pode ser considerada como a ciência que fornece o máximo de informações úteis, transformando todos os registros contábeis em relatórios de modo a auxiliar os gestores a tomarem decisões dentro e fora da empresa, haja vista que as organizações sofrem constantes mudanças e, frequentemente, carecem de controle preciso para se adequar às novas situações de mercado.

Nesse passo, embora a Contabilidade tenha sido, durante muito tempo, reconhecida somente como um sistema de informação tributária, com o decorrer dos anos, ela passou a ser encarada como um instrumento gerencial, uma vez que fornece informações valiosas para o processo de tomada de decisões nas empresas. Dessa forma, a contabilidade gerencial dispõe de ferramentas aos gestores da organização para colaborar nas funções gerenciais, favorecendo a aplicação dos recursos econômicos da empresa, mediante um controle apropriado, realizado por um sistema de informação gerencial. Além disso, contribui para proporcionar a sobrevivência da empresa (CREPALDI, 2017).

Logo o contador gerencial deve prezar pelas informações repassadas aos responsáveis (usuários internos) para que estes tomem o melhor caminho estratégico a longo prazo de maneira mais facilitada (QUEIROZ, 2015). Tais informações são relevantes em qualquer tipo de empresa, inclusive nas micro e pequenas empresas, pois, geralmente, as organizações de pequeno porte são gerenciadas pelos próprios empreendedores, que, na maioria das vezes, possuem pouca formação administrativa para gerenciar seu negócio (SANTOS; DOROW; BEUREN, 2016).

Esse fator contribui para elevados índices de falência e encerramento das micro e pequenas empresas logo após sua abertura. Nesse sentido, a informação contábil vem com o propósito de auxiliar no planejamento, no controle e na tomada de decisão, conseqüentemente, evitando o perecimento da empresa. Em vista disso, é muito importante que os MEIs tomem conhecimento a respeito desse

tipo de controle financeiro-administrativo (CREPALDI, 2017; BISETTO, 2016).

2.3 GESTÃO FINANCEIRA

A Lei do MEI oferece diversas garantias e possui um sistema bem simplificado com o objetivo de favorecer os pequenos empresários. Diante dessa facilidade, observa-se que a grande maioria dos MEIs não adota o planejamento financeiro, ou seja, não possuem previsão de suas despesas e receitas para os meses subsequentes (TOMAZETTE, 2017). Alguns empresários não levam em consideração a necessidade de possuir uma gestão financeira eficiente para alcançar os objetivos organizacionais, trazendo grandes transtornos ao seu negócio. Exercer planejamento contribui grandemente para o sucesso de uma organização que almeja alcançar suas metas (GITMAN; ZUTTER, 2017).

Visto que é relevante que todas as organizações, independentemente de seu porte ou área de atuação, tenham uma gestão financeira adequada com intuito de manter seu negócio, assim como aderir a um planejamento financeiro, é essencial que o gestor tenha previsão aproximada de quais serão suas receitas e despesas dos meses seguintes (RASOTO et al., 2012). Não possuir gestão financeira adequada pode custar a sobrevivência de uma organização (CREPALDI, 2017).

Muitos empreendedores, ao iniciar seu empreendimento, talvez não tenham vindo de uma cultura empreendedora, nada obstante de uma cultura na qual estavam acostumados a receber salário uma única vez ao mês. Ao começar seu próprio negócio, começam a lidar com dinheiro diária e diretamente e passam a enfrentar grandes desafios em administrar corretamente as finanças (PINTO, 2016).

Apesar de sua fonte de renda ser por meio de sua empresa, a organização financeira pessoal e profissional devem ser distintas. Ocorre que muitos MEI's cometem o grave erro de misturar as finanças de seu negócio com as particulares e, conforme Bisetto (2016), não é apropriado usar finanças pessoais para cobrir despesas organizacionais ou vice-versa.

Gerenciar finanças pode ser considerado um grande desafio para o MEI, contudo utilizar técnicas de controle financeiro para saber distinguir quais são os gastos e as receitas obtidas pela empresa

contribuirá para elevar a lucratividade da organização, assim como compreender a respeito do fluxo de caixa (SOUZA, 2014).

2.4 CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custos era uma ferramenta utilizada, inicialmente, para oferecer elementos para avaliar os estoques e apurar os resultados. No entanto, nas últimas décadas, passou a contribuir exponencialmente para a contabilidade gerencial, fornecendo dados de custos de maneira a auxiliar no controle e tomada de decisões (VICECONTI; NEVES, 2017).

No decorrer dos anos, as empresas passaram a lidar cada vez mais com os gastos. Para manter o negócio dentro das exigências do mercado, é necessário estar sempre informado com as novas tendências, manter-se atualizado com o desenvolvimento tecnológicos, *marketing*, melhora de atendimento ao cliente, qualidade no produto e preços acessíveis. Diante disso, a gestão de custos e preço é um elemento fundamental para tomada de decisão (QUEIROZ, 2015).

A contabilidade de custos pode ser compreendida como um ramo da contabilidade geral que permite compreender todos os gastos de uma empresa, bem como identificar melhorias na tomada de decisões com base em fundamentos (MARTINS, 2018). Apresenta o entendimento exato em qual local estão inseridos e de qual maneira os custos se comportam dentro dela, além de todos os custos que são agregados sobre o produto ou serviço oferecidos ao cliente (QUEIROZ, 2015).

O controle de custos eficiente contribui para a sobrevivência da organização. A falta deste controle interfere nos resultados e pode influenciar na queda de produtividade. A empresa que adere a uma gestão de custos eficaz certamente diminuirá os gastos e obterá maiores lucros. Essa gestão fornecerá, ainda, informações importantes que auxiliarão grandemente nos atos decisórios da empresa (MARTINS, 2018; SEBRAE, 2019).

Martins (2018) destaca algumas nomenclaturas para facilitar o entendimento a respeito da contabilidade de custos:

- a) Gastos:** sacrifícios financeiros para obtenção de um produto ou serviço;
- b) Desembolso:** ato de pagar a compra de produto ou serviço;

- c) Investimento:** gasto utilizado através da sua vida útil ou de benefícios futuros;
- d) Custos:** gastos relacionados ao processo de produção de produtos e/ou serviços;
- e) Despesas:** consumo de produtos ou serviços com objetivo de obter receita; e
- f) Perda:** consumo de aspecto anormal e involuntária de produtos e serviços.

No que tange aos custos e despesas, nota-se que há uma grande diferença entre eles. Os custos são os recursos envolvidos diretamente na produção de um bem ou na realização de algum serviço. Já as despesas, são gastos que não possuem vínculo com o processo de produção dos produtos e/ou serviços, não obstante elas estão associadas aos recursos gastos com os sistemas administrativos e comercial da empresa (VICECONTI; NEVES, 2017).

Ainda de acordo com Martins (2018), os custos podem ser classificados em fixo e variáveis, bem como diretos e indiretos, conforme trazido a seguir:

- a) Custos fixos:** independente do volume de produção do período, o custo não sofre variação;
- b) Custos variáveis:** variação do custo oscila de acordo com o volume de produção;
- c) Custos diretos:** atribuídos diretamente sobre o processo de produção ou venda das mercadorias ou serviços; e
- d) Custos indiretos:** gastos que precisam de rateios e divisões para serem agregados ao custo final e têm participação indireta nos resultados.

Por fim, Queiroz (2015) pontua que a empresa que almeja obter grande sucesso carece de ter conhecimento sobre os custos, pois contribui para o desempenho das operações e fornece informações relevantes para as tomadas de decisões no que se refere à formação do preço de venda, controle de estoque e controle dos gastos.

2.5 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA DE PREÇO

Toda organização tem o propósito de ser cada vez mais eficiente no mercado em que atua. Em vista disso, os seus gestores devem tomar

decisões gerenciais constantemente, e, dentre elas, destaca-se a definição do preço de venda. Ante a importância da precificação, essa tarefa se torna fundamental para que a empresa obtenha sucesso. Nesse processo, o gestor deve ter bem definido as metas a serem alcançadas, tal como os elementos que podem interferir direta ou indiretamente no preço, associada às atualidades do mercado consumidor, observando as políticas de preços utilizadas pelos principais concorrentes do ramo (PINTO, 2016).

Existem variadas maneiras de estabelecer o preço de venda, no entanto, normalmente, o empresário de pequeno porte se depara com grandes dificuldades para definir o valor de seus produtos de maneira fácil, segura, eficaz e lucrativa. Isso ocorre porque, geralmente, o pequeno empresário tem dificuldade em definir quais são os verdadeiros custos, qual a margem de lucro a ser inserida ao produto, bem como determinar o ponto de equilíbrio a partir do qual a organização passa a obter lucro (GONSALVES, 2017).

Nesse impasse, a administração estratégica dos custos é considerada um procedimento essencial para os gestores aprimorarem o desempenho financeiro de sua empresa, visto que é de suma importância ter acesso a ferramentas que lhe proporcionem alcançar o conhecimento sobre os custos do seu produto e/ou serviços, e, para isso, a contabilidade de custos é a ferramenta ideal (CREPALDI, 2017).

Adquirir e manter clientes é uma tarefa muito difícil para todo empresário que almeja alcançar suas metas organizacionais, posto que os clientes estão sempre em busca de qualidade aliada a preços acessíveis. Haja vista esse princípio, dentre tantas decisões a serem tomadas pelas organizações, confirma-se que a definição correta do preço de venda se destaca como um dos principais desafios para a organização (PINTO, 2016).

Se a empresa possui um gestor que tem conhecimento em relação aos gastos fixos e variáveis e estipula a margem que deseja, essa organização conseguirá formar preço de venda de modo adequado e poderá buscar negociação com seus fornecedores para adquirir mercadorias ou serviços mais em conta ou procurar outros fornecedores com preços mais atrativos. Sendo assim, tem a possibilidade de diminuir a margem quando o cliente quiser comprar em grande quantidade, calculando o quanto irá precisar faturar por mês para

atingir o ponto de equilíbrio e, consecutivamente, evitando prejuízos (SEBRAE, 2019).

2.6 FORMAÇÃO DE PREÇO

A formação do preço de venda dos produtos não apenas é uma função técnica, como também um elemento que define a sobrevivência organizacional, porque, caso a organização pratique um preço muito elevado, dificultará a venda e, se for muito baixo, é possível que não gere o retorno desejado (MACHADO; FIORENTIN; SCARPIN, 2015). Diante disso, é necessário que o gestor tenha capacidade técnica junto a uma visão estratégica ao tomar decisão sobre o preço (HOJI, 2017). Bruni e Gomes (2010, p. 155), define preço de venda como:

[...] o valor monetário que a empresa cobra de seus clientes em uma transação comercial. Este valor deve ser suficiente para que a empresa cubra todos os gastos que foram necessários para colocar o produto, mercadoria ou serviço, à disposição do mercado, até a transferência da propriedade e da posse destes, incluindo o lucro desejado ou possível.

Os procedimentos de definição de preço oscilam de acordo com porte da empresa, do ramo em que ela atua e das situações de mercado. Embora haja variedades de técnicas de precificação, os custos fixos e variáveis devem estar sempre inseridos. O que diferencia é o grau de precisão que cada processo relaciona os preços aos custos (VICECONTI; NEVES, 2017).

O preço de venda deve conter todos os custos e despesas e ainda proporcionar lucro. Entretanto é importante ressaltar que a quantidade de produtos vendidos influenciará nos resultados e que alguns produtos proporcionam mais lucros enquanto outros não têm um retorno tão compensatório, contudo o montante final é que oferece sucesso (MACHADO; FIORENTIN; SCARPIN, 2015).

Alguns dos motivos que uma empresa tem o preço diferente de outras, conforme Gitman e Zutter (2017), são os valores pagos aos fornecedores, que podem ser maiores ou menores; a margem estabelecida pode estar muito alta ou muito baixa; a qualidade do produto oferecido ao cliente pode ser diferente daquela do seu concorrente. Outra questão, pode ser o valor das embalagens ou, inclusive, a percepção que o cliente tem do valor dos seus produtos ou serviços, porquanto o peso da marca importa.

Nessa seara, faz-se importante apresentar alguns termos que vêm a estar envolvidos no tocante à formação do preço de venda de um produto ou serviço.

a) Preços promocionais: a formação de preço estabelecida de acordo com esse procedimento visa oferecer produtos com preços atrativos para chamar a atenção de clientes com o principal objetivo de despertar o público alvo para o local, os quais acabam conhecendo mais o estabelecimento e adquirindo tanto os produtos que realmente estão na promoção quanto os demais (MARTINS, 2018). Outra finalidade que se destaca nos preços promocionais é a estratégia de redução de perdas imprevistas, como aquelas mercadorias que ficam muito tempo paradas no estoque sem saída por falta de demanda, ou prestes a vencer, dentre outros motivos (SANTOS; DOROW; BEUREN, 2016).

b) Imitação de preço ou preço do concorrente: esse método é utilizado quando o gestor não tem conhecimento de que maneira se deve estabelecer o preço de venda e se baseia nos preços dos produtos do concorrente que tenha semelhanças com os seus (HOJI, 2017).

c) Preço concorrente: utiliza-se esse método em casos de produtos que são comercializados a preços iguais por todos os concorrentes, visto que, sozinho, o responsável em estabelecer o preço de venda na empresa não tem capacidade de influenciar sobre os preços praticados no mercado (HOJI, 2017).

d) Preços agressivos: compreende a redução drástica nos preços de produtos e serviços com o objetivo de levar as empresas que possuem menos estabilidade competitiva às ruínas, visando adquirir mais espaço no mercado (MARTINS, 2018).

3 METODOLOGIA

O presente estudo foi norteado pelo método dedutivo, visto que, parte de uma premissa geral (os MEI's geralmente possuem dificuldades para precificar seus produtos e serviços) para avaliar o particular (MEI's do ramo de alimentação do município de Cacoal/RO). Para isso, fez-se uma pesquisa bibliográfica, que se refere a uma revisão da literatura por intermédio do levantamento de obras e trabalhos acadêmicos relevantes a respeito do tema que se aborda.

Nesse seguimento, inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica em bases de dados, como os Periódicos CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – e o *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), além de consultas aos livros pertinentes contidos na Biblioteca Setorial Dhiego Albares Passamani do *Campus* Professor Francisco Gonçalves Quiles, pertencente a esta Fundação Universidade Federal de Rondônia, para construir a fundamentação teórica deste trabalho, na qual foi feita uma análise do ponto de vista de autores relevantes sobre os temas associados aos microempreendedores individuais, formação de preço e gerenciamento de empresa.

No que se refere aos critérios de inclusão e exclusão nessa fase de elaboração, foram incluídos trabalhos acadêmicos publicados no período compreendido entre o ano de 2013 e 2020, encontrados de maneira integral, gratuita e em língua portuguesa; e excluídos os trabalhos com acesso restrito e em língua estrangeira. Em se tratando das obras escolhidas, para a inclusão, optou-se por utilizar livros de autores de grande importância no âmbito dos temas abordados, selecionando a edição mais atualizada que estivesse disponível na biblioteca escolhida, no que se excluiu, logo, aquelas edições mais ultrapassadas.

Além disso, buscou-se legislações pertinentes nos sítios eletrônicos oficiais do Governo Federal, as quais foram observadas com base em doutrinas do direito empresarial para melhor entendimento e embasamento legal. Ademais, consultou-se portais, como o do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), que possuem informações bastante relevantes e de maneira muito simplificada, que facilitam a compreensão a respeito dos bônus e ônus, direitos e deveres, da modalidade Microempreendedor Individual no âmbito do ordenamento brasileiro.

Posteriormente, realizou-se uma pesquisa de campo de natureza aplicada com abordagem quali-quantitativa e objetivos exploratórios, posto que visa adquirir informações sobre o problema ou hipótese, aplicando-se a técnica de coleta de dados (PRODANOV; FREITAS, 2013). Nesse sentido, foi utilizado um formulário contendo 17 (dezesete) questões de múltipla escolha e 01 (uma) questão subjetiva, o qual foi aplicado no período de 07 de outubro de 2020 a 05 de novembro de 2020 a uma amostra de Microempreendedores

Individuais do ramo de alimentação da cidade de Cacoal-RO, abrangidos nas avenidas principais da região central da zona urbana, quais sejam: avenidas Belo Horizonte, Cuiabá, Amazonas, Guaporé, São Paulo, Dois de Junho, Porto Velho, Sete de Setembro e lado par da Avenida Castelo Branco. Entretanto, ressalta-se que na Avenida São Paulo não foi encontrado nenhum MEI do ramo de alimentação e na Avenida Belo Horizonte haviam muitos informais ou já classificados como micro ou pequena empresa, não tendo sido identificado, nessa avenida, também nenhum microempreendedor individual.

Após a obtenção dos dados, estes foram analisados por meio do *Microsoft Excel*, no qual se converteu os dados em gráficos que serão apresentados na forma de figuras mais adiante para melhor visualização e compreensão, juntamente com a análise e a discussão baseadas no referencial teórico já trazido neste trabalho. Finalmente, apontou-se as considerações a respeito dos resultados obtidos, aludindo se, de fato, há dificuldade por parte dos Microempreendedores Individuais do município de Cacoal-RO no que tange à precificação de seus produtos e/ou serviços e aventando maneiras de dirimir dificuldades, se o caso for, ou maneiras de aprimorar o que os MEI's locais já abarcam em sua bagagem gerencial.

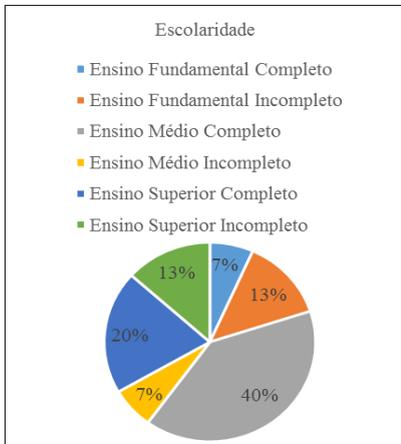
4 RESULTADOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO

Em seguida, são apresentados os resultados obtidos a partir da pesquisa de campo realizada junto à referida amostra de MEI's do ramo de alimentação da cidade de Cacoal-RO. Os resultados foram organizados por meio de gráficos de cada pergunta com suas respectivas respostas agrupados por assunto. Ao mesmo tempo, é realizada a análise e discussão desses dados com base teórica já aclarada neste artigo.

4.1 FORMAÇÃO ACADÊMICA E TÉCNICA DOS ENTREVISTADOS

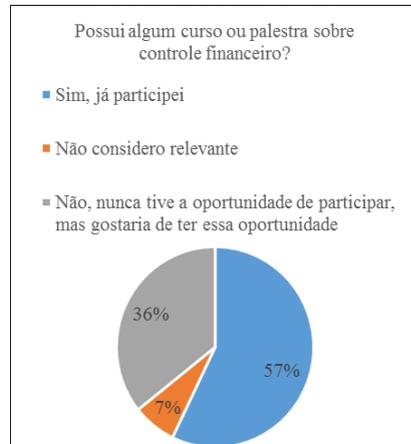
Na figura 1, observa-se que a maioria (40%) dos entrevistados possuem apenas o Ensino Médio Completo, sendo que 7% não o concluíram. A respeito do Ensino Superior, somente 20% tem alguma graduação, enquanto 13% ainda não concluiu ou não pôde concluir. Por fim, menos de 10% possui tão somente o Ensino Fundamental Completo e quase 15% sequer pôde finalizar essa fase.

Figura 1 – Escolaridade dos Entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 2 – Entrevistados que já participaram de algum curso ou palestra sobre controle financeiro



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Tais dados ilustram o que Guilherme, Santos e Neves Júnior (2019) dispuseram sobre a maior parte dos Microempreendedores Individuais não possuírem habilidade técnica ou acadêmica adequada quando na gerência de um negócio e a conseqüente necessidade de precificação de seus produtos e serviços.

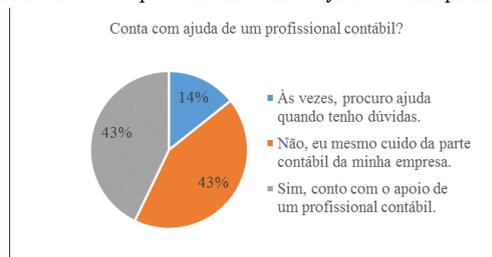
Entretanto, no mesmo sentido, quando perguntados sobre possuir algum curso ou participou de alguma palestra sobre controle financeiro, a maioria (57%) respondeu que já havia realizado algum curso ou participado de alguma palestra sobre o tema ao passo que apenas 7% não considera relevante a participação nesse tipo de atividade e o restante (36%) disse nunca ter tido a oportunidade, mas que gostaria de tê-la, conforme é demonstrado na figura 2. Com isso, embora não tenham formação acadêmica propriamente dita, constata-se que muitos MEI's buscam de um modo ou de outro inteirar-se a respeito das questões que envolvem o gerenciamento de um negócio, seja ele pequeno ou não, para que consigam suceder a precificação e toda a administração de seu empreendimento da melhor forma possível.

4.2 PERCEPÇÃO SOBRE A NECESSIDADE DE AJUDA PROFISSIONAL CONTÁBIL

Partindo da asseveração de que a maioria, de fato, não possui, plenamente, uma habilidade técnica ou acadêmica que torne mais fácil

a formação de preço, perguntou-se se recebiam o auxílio de algum profissional contábil, posto que Queiroz (2015), Bisetto (2016) e Crepaldi (2017) reiteraram que é bastante importante uma contabilidade gerencial minuciosa de modo que viabilize uma visão geral da situação atual do negócio e, por consequência, uma tomada de decisão mais assertiva. Dos respondentes, 43% disseram que sim e a mesma porcentagem relatou que não, enquanto o restante (14%) disse que procura um profissional quando está com dúvidas em algum sentido. É o que traz a figura 3.

Figura 3 – Entrevistados que contam com a ajuda de um profissional contábil



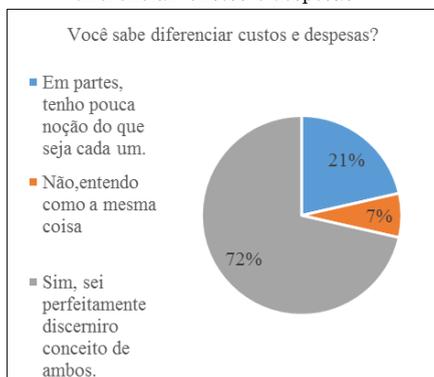
Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Assim sendo, verifica-se que os microempreendedores individuais da área de alimentação do município de Cacoal, ainda se encontram divididos em procurar o auxílio de um profissional de contabilidade, muito provavelmente pelo desconhecimento da sua necessidade em conjunto com a ausência de informação a respeito do quão acessível é esse serviço se observado o elevado custo-benefício de sua contratação para a empresa a longo prazo.

4.3 PRECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS

Do mesmo modo, perguntou-se se sabiam diferenciar custos e despesas, elementos quais Martins (2018) ressalta serem de extrema relevância quando na administração de um negócio para a devida precificação tanto de produtos quanto de serviços. Para tanto, fica demonstrado, pela figura 4, que a maior parte dos entrevistados responderam que sabem, efetivamente, a diferença entre custos e despesas, ao mesmo tempo em que 21% disseram ter apenas noção do que se tratava e a minoria entendia que significava a mesma coisa.

Figura 4 – Entrevistados que sabem diferenciar custos e despesas



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 5 – Entrevistados que conhecem as despesas de seu negócio

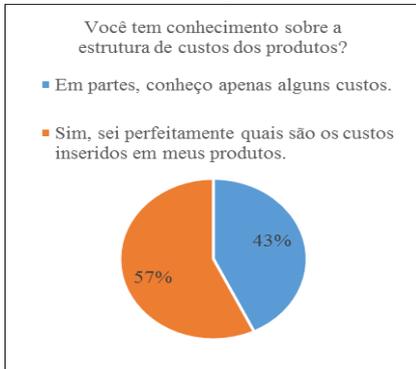


Fonte: Dados da pesquisa (2020)

E, quando questionados sobre ter conhecimento a respeito das despesas de seu negócio, em análise à figura 5, tem-se que quase 80% respondeu positivamente e somente 21% respondeu não saber exatamente todas as despesas que tinham. À vista disso, não se convalida, pois, o que Tomazette (2017) apontou sobre a grande maioria dos MEI's não adotar um planejamento financeiro, logo não possuir uma previsão de suas despesas e ganhos para os meses seguintes, alegando que a facilidade oferecida pela Lei Complementar n.º 128/08 acabava por atrapalhar o microempreendedor individual nesse sentido de certa forma.

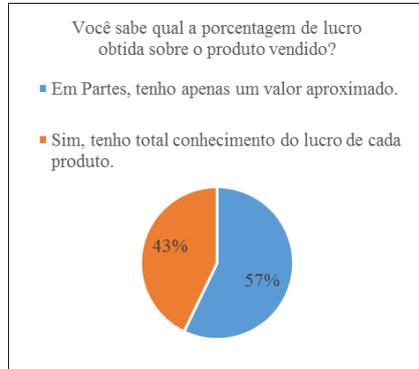
Na mesma lógica, se conheciam a estrutura de custos dos produtos, de acordo com a figura 6, a maioria (57%) respondeu que sim e a fração restante (43%) disse conhecer em partes, ou seja, apenas alguns custos. Números esses que se repetiram ao perguntar se sabiam a porcentagem de lucro obtida sobre o produto vendido como mostrado pela figura 7: 57% tinha apenas um valor aproximado à medida que 43% tinha total conhecimento sobre o lucro de cada produto.

Figura 6 – Entrevistados que tem conhecimento sobre a estrutura de custos dos produtos



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 7 – Entrevistados que sabem qual a porcentagem de lucro obtida sobre o produto vendido



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

No ensejo, aludiu-se sobre os impostos que recaem sobre os produtos comercializados, conforme demonstrado por meio da figura 8, obtendo que 71% dos entrevistados conheciam perfeitamente esses tributos e 29% replicaram negativamente. Nisso, em consonância ao que foi mencionado por Gonsalves (2017), é razoável considerar, observando essas três informações, que ainda há certa, mesmo que tênue, dificuldade por parte do pequeno empresário não só na definição de quais são os verdadeiros custos e impostos incidentes, como também qual a margem de lucro a ser inserida no produto para que, desse jeito, seja determinado o ponto de equilíbrio a partir do qual a empresa passará a lucrar.

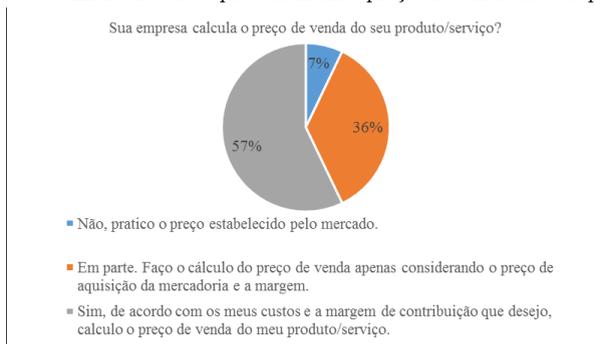
Figura 8 – Entrevistados que conhecem quais impostos incidentes sobre os produtos que vende



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Por essa perspectiva, também pode ser observado, na figura 9, que, em sua maioria, os microempreendedores individuais calculam o preço de venda do seu produto com base em seus custos e margem de contribuição desejada ao mesmo tempo em que 36% deles calculam o preço de venda levando em conta o preço que foi adquirido a matéria-prima e a margem de contribuição almejada, sendo que somente 7% pratica diretamente o preço estabelecido pelo mercado.

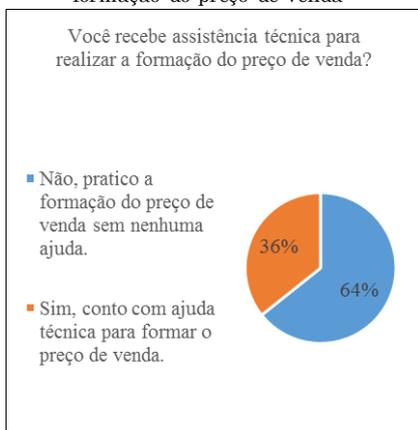
Figura 9 – Entrevistados que calculam o preço de venda de seu produto



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

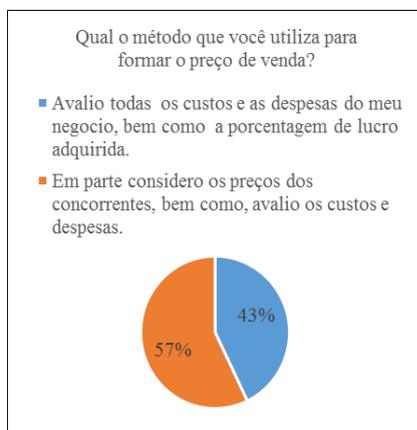
Nessa senda, observada a figura 10, a maioria (64%) não tem apoio técnico específico para suceder a precificação, enquanto o remanescente recebe tal ajuda, indagou-se sobre o método utilizado para o fazer, como mostrado na figura 11, e notou-se que a maior parte (57%) da amostra da pesquisa considera apenas os preços dos concorrentes e pondera os custos e despesas que possui à medida que o percentual excedente (43%) aprecia não só esses aspectos, como também a percentagem de lucro conseguido.

Figura 10 – Entrevistados que recebem assistência técnica para realizar a formação do preço de venda



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 11 – Métodos utilizados pelos entrevistados para a precificação



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

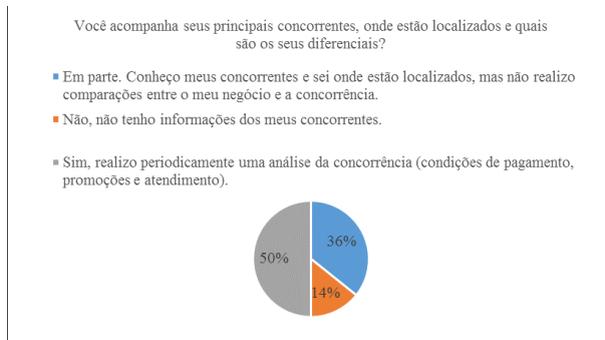
Fica evidente, dessa maneira, que, quando se recebe uma assistência técnica especializada para proceder a formação de preço de venda, essa ação se dá de maneira bem mais precisa e acertada, porque o profissional contábil tem a propriedade a respeito do tema e, com isso, uma visão mais ampla, que consegue abarcar mais elementos suficientes e relevantes para realizar a precificação justa e benéfica tanto para o cliente quanto para o Microempreendedor Individual. Reitera-se, consoante ao que Machado, Fiorentin e Scarpin (2015) dispuseram, que essa parte do gerenciamento do negócio é muito significativa em vista de que define a continuação da existência da empresa, ainda mais para esse tipo de empresa.

4.4 ADMINISTRAÇÃO ESTRATÉGICA DE PREÇOS

Na análise da figura 12, vê-se que metade dos entrevistados acompanham seus principais concorrentes, enquanto que 36%, apesar de estarem a par de quem eram seus concorrentes e sua localização, não realizam comparações com seu negócio e somente 14% não tinham tais informações. Nisso, ao retomar o que Pinto (2016) mencionou quanto a observar as políticas de preços utilizadas pelos principais concorrentes do ramo para que o gestor tenha metas bem definidas a serem alcançadas, denota-se que nem todos os entrevistados dão tanta

importância para esse quesito, exprimindo uma razão para um provável insucesso ou dificuldade na administração do negócio.

Figura 12 – Entrevistados que acompanham seus principais concorrentes

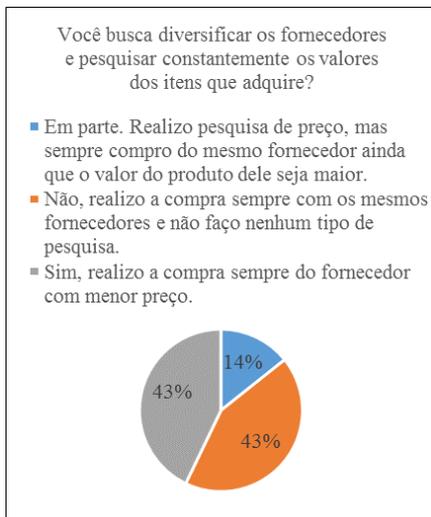


Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Sobre diversificação de fornecedores e levantamento constante de valores de matéria-prima, pouco mais de 40% sempre procede a compra com o fornecedor que tem o menor preço, sendo que a mesma porcentagem de entrevistados respondeu que efetua a compra sempre com os mesmos fornecedores, sem realizar nenhum tipo de pesquisa de preços. O restante declarou que até realiza uma pesquisa de preço, porém acabam por comprar com o mesmo fornecedor ainda que o preço deste seja maior. Essa análise, em particular, contrapõe o que Gonsalves (2017) encontrou em sua pesquisa junto aos MEIs do ramo específico de lanchonetes no mesmo município em questão, posto que este pesquisador obteve que 100% de sua amostra comprava com o fornecedor de menor preço.

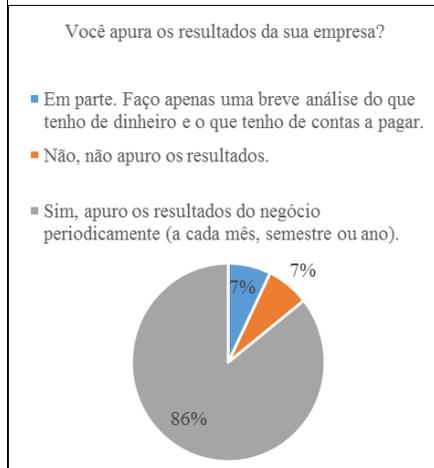
Assim, fica demonstrado, de acordo com a figura 13, o que foi aludido anteriormente no tópico sobre administração estratégica de preços que, se a empresa possui uma gestão que é consciente de seus gastos fixos e variáveis, bem como que estipula a margem de lucro desejada, precificará mais adequadamente. Do mesmo modo, conseguirá negociar com seus fornecedores para comprar mercadorias ou serviços mais baratos, sem abrir mão da qualidade, ou buscar outros fornecedores com preços melhores, o que possibilitará reduzir a margem de lucro quando o consumidor realizar um pedido em grande quantidade, prezando pelo ponto de equilíbrio já explicitado e, consecutivamente, privando-se de prejuízos.

Figura 13 – Diversificação de fornecedores



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 14 – Entrevistados que apuram os resultados da sua empresa

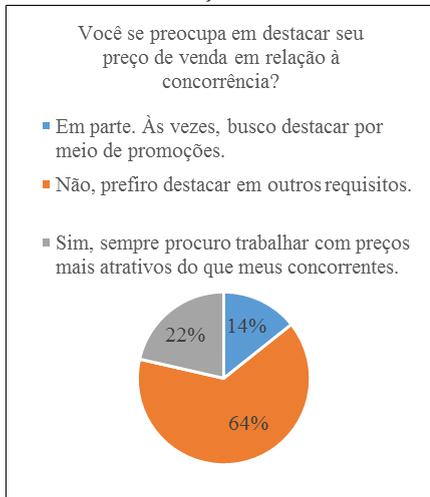


Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Na figura 14, nota-se que a enorme maioria (86%) apura os resultados de sua empresa periodicamente, 7% faz simplesmente uma breve análise de quanto dinheiro tem e de quantas contas tem em aberto e a mesma porcentagem não apura seus resultados. Um resultado louvável que expressa compromisso e zelo de cada gestor com seu próprio negócio, tal qual é um importante indicador de que, se necessário for, esses gestores aprenderão rapidamente como precificar da melhor maneira para alavancar sua empresa.

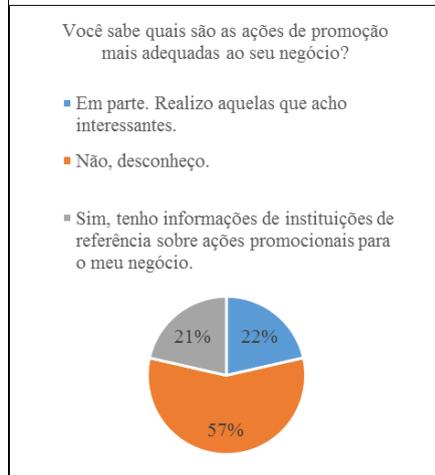
Em relação a se preocupar em destacar seu preço de venda quando comparado à concorrência, 22% dos entrevistados procuram trabalhar dessa maneira, 64% preferem se destacar em outros quesitos e 14% busca se destacar por meio de promoções de vez em quando, com base na figura 15. Diante disso, entende-se que muitos preferem investir em um bom atendimento, em uma matéria-prima de qualidade, em um local agradável de se estar, agregando valor ao seu produto com intuito de dirimir qualquer reclamação por parte do cliente ao mesmo tempo que o fidelizando ao seu negócio, pois sairá satisfeito e, espera-se, que consciente do ótimo custo-benefício atrelado ao produto que comprou, enquanto poucos microempreendedores optam pelas modalidades remetidas no tópico de formação de preços.

Figura 15 – Entrevistados que se preocupam em destacar seu preço de venda em relação à concorrência



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Figura 16 – Entrevistados que sabem quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Já a figura 16, exprime que 57% dos microempreendedores individuais não sabem quais são as ações de promoção mais adequadas ao seu negócio, na mesma proporção que 22% realiza as que julga interessante e 21% baseia-se em instituições de referência para praticar ações promocionais. Esse é um fator que, aliado à desconsideração do acompanhamento das empresas concorrentes, certamente, pode vir a prejudicar o ato de formação do preço de venda ao consumidor final, pois deveria apreciar o que está em voga no seu ramo de trabalho.

4.5 DIFICULDADES PARA DEFINIÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Na questão subjetiva a respeito das maiores dificuldades encontradas para definir o preço de venda, a figura 17 evidencia que grande parte dos entrevistados responderam não ter dificuldade alguma, mais de 25% dos entrevistados responderam que o maior empecilho era o fornecedor, seguido de 21% que alegaram ser a oscilação de preços das matérias-primas e, por fim, 14% que relataram que a dificuldade era em lidar com o cliente quando este questiona o preço dos produtos, não tendo sido referida nenhuma outra situação.

Figura 17 – Maiores dificuldades relatadas pelos entrevistados para definir o preço de venda



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

4.6 NÍVEL DE SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO DESEMPENHO DA EMPRESA

Finalmente, Gitman e Zutter (2017) atestaram que alguns empresários não julgam necessário ter uma boa gestão financeira para alcançar os objetivos organizacionais, o que traz transtornos ao seu negócio, e que seguir um planejamento contribui muito para o sucesso de uma organização.

Figura 18 – Satisfação dos entrevistados quanto ao desempenho da sua empresa



Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Com isso, na figura 18, tem-se que 57% da amostra está satisfeita com os resultados de seu negócio, 36% crê que poderia estar melhor e não mais que 7% encontra-se insatisfeita com esse tópico, aclarando que, mesmo não tendo formação específica e aprimorada ou ajuda técnica especializada, a amostra de microempreendedores individuais da região central de Cacoal-RO consegue formar um preço de venda adequado o suficiente para propiciar satisfação a seus gestores e manter a existência do seu negócio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A formação do preço de venda dos produtos é elemento que define a sobrevivência da empresa, conseqüentemente o seu sucesso, fazendo-se indispensável uma capacidade técnica e visão estratégica de quem esteja na gestão ao tomar qualquer decisão sobre o preço a ser praticado. Isto posto, é prudente constatar que, pelo menos no tocante à amostra de microempreendedores individuais do ramo de alimentação de Cacoal-RO trazida neste estudo, esta tem conseguido formar seu preço de venda mesmo não tendo todas as formações técnicas geralmente apontadas como fundamentais pela literatura existente sobre o tema.

Todavia, é nítido que há possibilidade desta prática ser aprimorada ainda mais, o que acarreta ser bastante interessante e benéfico tanto para os MEI's quanto para a economia local e, posteriormente, nacional, que o SEBRAE Cacoal realize e divulgue mais intensamente cursos de aperfeiçoamento de gestão de negócio e, principalmente, de precificação de produtos e serviços aos microempreendedores individuais.

Dessa forma, será, cada vez mais, fortalecida essa categoria de empresa, tal qual incentivará que mais pessoas que ainda se encontram na informalidade, busquem se tornar microempreendedores individuais e usufruir dos benefícios ofertados, contribuindo proveitosamente aos cofres públicos, o que acarretará em demais benfeitorias à população.

Por fim, é importante destacar que o presente trabalho não pode, nem tem a pretensão de esgotar o assunto, pois outros trabalhos poderão e deverão ser desenvolvidos, com o propósito de enriquecer cada vez mais a pesquisa em questão, fazendo deste, um parâmetro para explorar o assunto sob um novo enfoque temático ou até mesmo demonstrar um posicionamento contrário às considerações aqui feitas.

REFERÊNCIAS

1. ANTUNES, Renato Ribeiro; MATOS, Vitor Augusto Pereira; MENEZES JÚNIOR, Eumar Evangelista. Microempreendedor Individual: especificidades, regularização e avanços no Brasil. In: Congresso Internacional de Pesquisa, Ensino e Extensão, 3, 2018, Anápolis. **Anais**. v. 1. Anápolis: UniEVANGÉLICA, 2019.
2. BISETTO, Marly Gomes. **Algumas Considerações sobre as Limitações da Gestão do Microempreendedor Individual (MEI)**. 2016. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Processos Gerenciais) – Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia, Caraguatatuba, 2016.
3. BRASIL. **Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Brasília, 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm>. Acesso em: 22 set. 2019.
4. _____. **Lei Complementar n.º 128, de 19 de dezembro de 2008**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, altera as Leis nos 8.212, de 24 de julho de 1991, 8.213, de 24 de julho de 1991, 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil, 8.029, de 12 de abril de 1990, e dá outras providências. Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm>. Acesso em: 22 set. 2019.
5. _____. **Lei Complementar n.º 155, de 27 de outubro de 2016**. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, para reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes pelo Simples Nacional; altera as Leis nos 9.613, de 3 de março de 1998, 12.512, de 14 de outubro de 2011, e 7.998, de 11 de janeiro de 1990; e revoga dispositivo da Lei no 8.212, de 24 de julho de 1991. Brasília, 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/Lcp155.htm>. Acesso em: 22 set. 2019.
6. _____. **Portal do Empreendedor**. Estatísticas. Disponível em: <<http://www.portaldompeendedor.gov.br/estatisticas>>. Acesso em: 30 out. 2019.
7. _____. Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. **Perguntas e Respostas MEI e Simei**. Atualizado em: 12 jul. 2019. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/PerguntasaoMEI.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2019.
8. _____. Receita Federal. Resolução do Comitê Gestor de Tributação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte n.º 58, de 27 de abril de 2009. Dispõe sobre o Microempreendedor Individual - MEI no âmbito do Simples

- Nacional. **Diário Oficial da União**. Brasília, 28 de abril de 2009. p. 24. Disponível em: <<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=32861&visao=original>>. Acesso em: 20 nov. 2019.
9. _____. Resolução do Comitê Gestor de Tributação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte n.º 140, de 22 de maio de 2018. Dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional). **Diário Oficial da União**. Brasília, 24 de maio de 2018, seção 1, p. 20. Disponível em: <<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?visao=anotado&idAto=92278>>. Acesso em: 20 nov. 2019.
 10. BRUNI, Adriano Leal; GOMES, Sônia Maria da Silva (orgs.) **Controladoria Empresarial: conceitos ferramentas e desafios**. Salvador: EDUFBA, 2010. 342 p.
 11. CAMPANHA, Lucas José et al. Formulação e implementação, convergências e desvios: facetas da política pública do Microempreendedor Individual (MEI) no plano local. **Gestão & Produção**. São Carlos. v. 24. n. 3. p. 582-594. set. 2017. Disponível em: <<http://ref.scielo.org/695sww>>. Acesso em: 27 nov. 2019.
 12. CREPALDI, Sílvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 640 p.
 13. GESTÃO de custos: como ter um com controle financeiro. **Portal SEBRAE**. Disponível em <<http://www.SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE/artigos/gestao-de-custos-como-ter-um-bom-controle-financeiro,890c9733dedbc410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 17 nov. 2019.
 14. GITMAN, Lawrence J; ZUTTER, Chad J. **Princípios de Administração Financeira**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017. 848 p.
 15. GONSALVES, Luiz Wagner Leigue. **Gestão dos Microempreendimentos do Ramo de Lanchonetes no Município de Cacoal/RO**. 2017. 43 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Fundação Universidade Federal de Rondônia, Cacoal, 2017.
 16. GUILHERME, Denise Bezerra; SANTOS, Márcio da Silva; NEVES JÚNIOR, Antônio da Silva. **Análise do Gerenciamento e Controle Financeiro do Microempreendedor Individual em seu Negócio no Segmento de Salão de Beleza no Bairro Vila Amorim na Cidade de Barreiras-BA**. Barreiras: FASB, 2019. Disponível em: <<http://avef.fasb.edu.br/pluginfile.php>>. Acesso em: 01 dez. 2019.
 17. HOJI, Masakazu. **Administração Financeira e Orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras e orçamento empresarial**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2017. 576 p.
 18. MACHADO, Débora Gomes; FIORENTIN, Marlene; SCARPIN, Jorge Eduardo. Formação de Preços: Um Estudo em Empresas do Setor Metalúrgico do Estado de Santa Catarina. **Revista de Administração e Contabilidade**. v. 14. n. 28. jul/dez. 2015. p.9-42. Disponível em: <<http://local.cneccsan.edu.br/revista/index.php/rac/article/view/360>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

19. MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2018. 320 p.
20. MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2018. 408 p.
21. MIZAEL, Raiza Oliveira do Carmo. Microempreendedor Individual como instrumento de desenvolvimento socioeconômico e empresarial. *Amazon's Research and Environmental Law*. v. 1. n. 2. 2013. Disponível em: <<http://www.faar.edu.br/portal/revistas>>. Acesso em: 30 out. 2019.
22. PAULA, Rosemberg Ribeiro de. **Microempreendedor Individual: uma análise dos resultados do MEI dos anos de 2009 a 2014**. 2014. 56 f. Monografia (Bacharel em Ciências Econômicas) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2014.
23. PINTO, Weverton de Araújo. **Formação de Preço de Venda em Micro e Pequenas Empresas de Materiais de Construção**. 2016. 13 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.
24. PORTILHO, Thiago Molina; VERNER, Wagner Aparecido; CAMARGO, Gilmar José. **Aplicação de Custos para Formação de Preço de Venda**. Cascavel: FAG, 2018. Disponível em: <<http://tcconline.fag.edu.br:8080/app/webroot>>. Acesso em: 01 dez. 2019.
25. PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. [recurso eletrônico]. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum>>. Acesso em: 30 out. 2019.
26. QUAIS os benefícios previdenciários do MEI? **Portal SEBRAE**. Disponível em: <<https://www.SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE>>. Acesso em: 22 set. 2019.
27. QUEIROZ, Felipe César de Moura. **A Utilização da Contabilidade Gerencial Como Um Fator Determinante para Tomada de Decisão: Um Estudo Multicaso em Empresas do Bairro Montese, em Fortaleza/CE**. 2015. 20 f. Artigo (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015.
28. RASOTO et al. **Gestão Financeira: enfoque em Inovação**. Curitiba: Aymarã Educação, 2012. Disponível em: <<http://repositorio.utfpr.edu.br>>. Acesso em: 30 out. 2019.
29. SANTOS, Vanderlei dos; DOROW, Diego Roberto; BEUREN, Ilse Maria. Práticas Gerenciais de Micro e Pequenas Empresas. **Revista Ambiente Contábil**. v. 8. n. 1, p. 153-186, Natal, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, jan./jun. 2016. Disponível em: <<http://www.atena.org.br/revista/ojs>>. Acesso em: 02 nov. 2019.
30. SOUZA, Aline Cristina Amorim de. **Finanças Comportamentais: uma investigação sobre a gestão financeira pessoais de micro-empresendedores individuais do Município de Fortaleza-Ceará**. 2014. 73 f. Monografia (Bacharel em Administração) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2014.
31. TOMAZETTE, Marlon. Curso de direito empresarial: Teoria geral e direito societário. 8. ed. v. 1. São Paulo: Atlas, 2017.

32. TUDO o que você precisa saber sobre o MEI. **Portal SEBRAE**. Disponível em: <<http://www.SEBRAE.com.br/sites/PortalSEBRAE/SEBRAEaz>>. Acesso em: 22 set. 2019.
33. VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. **Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.
34. VIEIRA, Euselia Pavaglio et al. **A Formação de Preços e Análise de Resultados nas Empresas da Região Noroeste**. 2015. Trabalho apresentado ao 23. Seminário de Iniciação Científica, Ijuí, 2015.