

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS PARA O DESENVOLVIMENTO DE IMPERATRIZ/MA

Italo Campelo Conceição

*Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Maranhão (Brasil).
dcampelo84@gmail.com*

Cleanecir de Sousa Silva

*Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Maranhão (Brasil).
cleanecirsilva@gmail.com*

Walter Saraiva Lopes

*Doutorando em Engenharia Biomédica pela Universidade de Mogi das Cruzes e Professor na Universidade Federal do Maranhão (Brasil).
w.saraiva@yahoo.com.br*

Antonia Francisca da Silva Saraiva

*MBA em Recursos Humanos pela Universidade Nove de Julho e Graduada em Ciências Contábeis pela Faculdade do Vale do Itapecuru (Brasil).
antonyafc@hotmail.com*

Ocionira Rodrigues Soares

*Mestre em Gestão e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Maranhão. Graduada em Direito pela Faculdade de Educação Santa Terezinha. Professora universitária (Brasil).
prof_ocionira@hotmail.com*

Neimar Sousa Pinto Pereira

*Doutoranda em Ciências Empresariais pela Universidade do Minho (Portugal) e Professora na Universidade Federal do Maranhão (Brasil).
neimar.anjo@gmail.com*

Uma boa gestão de formação do preço de venda de produtos ou serviços é um dos fatores responsáveis pelo sucesso das micro e pequenas empresas (MPEs). Essa gestão pode resultar no desempenho dessas empresas e, conseqüentemente refletir influenciando no desenvolvimento local. Este estudo teve como objetivo identificar a influência dos fatores de formação do preço de venda das MPEs no desenvolvimento (local) do município de Imperatriz/MA. A pesquisa foi realizada com dez empreendedores de micro e pequenas empresas do município de Imperatriz. Os participantes responderam um questionário, com questões que abordavam informações sobre gestão da formação do preço de venda, considerando essas empresas como materializadoras do desenvolvimento local. Como principais resultados, foi possível observar que essas empresas têm um processo de formação do preço de venda definidos. Os gestores consideram que elas estão funcionando adequadamente e vêm promovendo resultados econômicos. Conclui-se que, a gestão do processo de formação do preço de venda vem atingindo seu objetivo, que é

potencializar os resultados das MPEs, sendo o financeiro e econômico. Neste sentido, notou-se que uma gestão eficiente do negócio influencia na contribuição do desenvolvimento econômico local. E um bom gerenciamento das MPEs resulta em ganhos para o município, ou seja, traz desenvolvimento para Imperatriz/MA, podendo ser social e econômico.

Palavras-Chave: Micro e pequenas empresas; Formação do preço de venda; Desenvolvimento local.

INTRODUÇÃO

As micro e pequenas empresas (MPEs) representavam 98% das empresas do Brasil e são responsáveis por parte da economia brasileira (SEBRAE, 2014 e 2017). Essas empresas com base nos dados do SEBRAE, contribuíram com 27% do Produto Interno Bruto (PIB), 54% dos empregos formais e pagaram 44,1% dos salários formais. Contudo, as MPEs ainda enfrentam muitas dificuldades para se manterem no mercado. Isso se deve, em grande parte, pela falta de profissionalismo na gestão do negócio (SEBRAE, 2016) e pelo baixo nível de escolaridade dos proprietários/gestores (Saraiva, 2019).

Para Bonetto et al. (2015), a fixação do preço de venda é uma decisão importante do gestor, pois o valor monetário (dinheiro) que entra na empresa pela venda de um produto ou serviço deve cobrir os custos para sua colocação no mercado. Ainda conforme os autores, esses recursos provindos das vendas poderão pagar as despesas e parte do valor retorna em forma de lucro, para os proprietários.

As MPEs por meio do gerenciamento da formação do preço de venda, contribuem para o desenvolvimento local. Segundo Cavalcanti e Lourenço (2014) e Saraiva (2019), essas contribuições serão materializadas através da geração de empregos, movimentação da economia, geração de tributos, entre outras contribuições. Esses fatores confirmam que as empresas estudadas apresentaram resultados que favorecem o desenvolvimento econômico do município de Imperatriz, a partir da gestão.

Neste contexto, as MPEs são atores que influenciam no desenvolvimento local (Martinelli & Joyal, 2004). Corroborando com esta afirmação, o presente artigo tem como questão de pesquisa a seguinte pergunta: Como a gestão da formação do preço de venda das MPEs tem contribuído para o desenvolvimento local?

Este trabalho se faz relevante ao considerar a importância da formação do preço de venda para a continuidade das MPEs e as suas influências na contribuição do desenvolvimento local. Dessa forma, esta pesquisa teve como objetivo identificar a

influência dos fatores de formação do preço de venda das MPEs no desenvolvimento (local) do município de Imperatriz/MA.

PREÇO DE VENDA E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

O processo de formação do preço de venda é fator crucial dentro das organizações, pelo fato da venda ser o principal meio de entrada de recursos financeiros na empresa. Com um resultado satisfatório na formação do preço de vendas, as micro e pequenas empresas (MPEs) contribuem para o desenvolvimento local.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Na busca de uma boa formação do preço de venda, para Martins (2010) e Canever et al. (2012), consideram que não há nada melhor do que conhecer as informações de custos (gastos com produção) e despesas (gastos com administração e comercial) de uma empresa para melhor visualizar áreas que não agregam valor ao produto, e que devem passar por adaptações. Ainda segundo os autores, conhecer os custos e as despesas proporciona ao gestor de uma MPE as informações da competitividade dos produtos comercializados e lucratividade.

Na formação do preço de venda, a precificação envolve vários fatores, sendo esses, por vezes, muito complexos para o nível de conhecimento dos empreendedores das MPEs. Contudo, é recomendado que seja considerado o maior número de fatores possível no momento da formação do preço, pelo risco de formar o preço de forma errada (Zahaikevitch & Matos, 2013).

A fixação do preço de venda do produto ou do serviço, é em grande parte, a responsável pela continuidade da empresa no mercado, por afetar diretamente as vendas e, conseqüentemente, o lucro (Bonetto et al., 2015; Domingues, 2015).

Para fixar o preço de venda, segundo Martins (2010) e Bruni (2008), podem ser usados quatro elementos na formação dos critérios: Com base nos custos; Com base no mercado; Com base na concorrência e; Com base na combinação de todos os outros fatores.

Empresas que utilizam pelo menos dois desses métodos, simultaneamente, para a definição de seus preços de venda têm mais chances de conseguir um preço que agrade tanto aos clientes quanto aos próprios empreendedores (Licoviski, Lima & Hersen,

2014). Segundo o SEBRAE (2012), para uma correta formação do preço de venda, conhecer apenas os fatores financeiros não é suficiente.

A formação do preço com base no mercado, envolve a demanda pelo produto e o valor percebido pelos clientes. É importante que se leve em consideração o mercado, pois é um fator responsável pela definição do preço final (Resende, 2010).

O valor percebido pelos clientes também é uma variável de mercado, que pode influenciar na constituição do preço. Se a empresa conseguir agregar valor e expuser esse valor ao mercado, a empresa poderá cobrar um preço maior que o de seus concorrentes (Costa, 2014).

Outro fator a ser analisado é o preço com base no concorrente em que muitas empresas se deparam com concorrentes que praticam preços abaixo do mercado (Resende, 2010). Analisar o preço dos concorrentes é crucial para o estabelecimento de um ponto de referência para fixar os níveis de preço (Macedo et al., 2011). Para os autores, uma empresa deve sempre monitorar o preço de seus concorrentes para não praticar preços muito altos em relação às demais empresas, pois esta prática a fará perder sua fatia de mercado.

A formação do preço de venda com base em uma combinação de custos, mercado e concorrência, para Resende (2010), tem que buscar o equilíbrio entre os fatores internos e externos relativos à empresa de forma a lhe proporcionar o retorno desejado.

Devido à competitividade do mercado, para Martins (2010), pode-se concluir que a formação do preço de venda passa a ser feita quase que exclusivamente em função da oferta e demanda.

DESENVOLVIMENTO LOCAL

É importante destacar que os fatores do processo de gestão de formação do preço de venda são elementos gerenciais que impulsionam os resultados econômicos das MPEs. Para Cavalcanti e Lourenço (2014) uma gestão eficiente das MPEs colabora com a sua consolidação, atuação, sobrevivência, e por conseguinte, impacto no desenvolvimento local.

De acordo como o SEBRAE (2014 e 2017), as MPEs contribuem com o PIB, na geração de empregos formais, na distribuição de renda e na movimentação da economia. No Brasil, as MPEs são vistas como estimuladoras do desenvolvimento regional pelo grande número dessas empresas (Eliza, 2014).

As MPEs colaboram com o fortalecimento da economia na região em que estão inseridas, gerando empregos e rendas, promovendo, assim, a economia local (Eliza, 2014). As MPEs pagaram R\$ 28,4 bilhões para 17,1 milhões de empregados registrados conforme RAIS 2015 (SEBRAE, 2017), cujos recursos esses que são aplicados na região de atuação dessas empresas. As MPEs ainda contribuem comprando matéria prima, pagando tributos, contratando serviços, etc. (Saraiva, 2019).

As MPEs do município de Imperatriz, no ano de 2016, atingiram um total de 4.599 empresas, compostas pelos setores da indústria, comércio, serviços e agronegócio (MTE/RAIS, 2018). Ainda conforme MTE/RAIS, essas empresas, no mesmo ano, geraram 30.667 empregos formais.

O PIB do município de Imperatriz, no ano de 2017, foi de R\$ 5.964.890,00, ocupando o 2^a lugar no *ranking* (aproximadamente 8%) do estado do Maranhão (IMESC/Maranhão, 2016; Imperatriz, 2017). O município de Imperatriz está entre as dez cidades com menor custo de vida do Brasil (Imperatriz, 2017). Ainda segundo a Prefeitura de Imperatriz, sendo a segunda maior cidade do estado do Maranhão e com uma economia alavancada, por ser um dos principais polos energéticos do Nordeste, e possui diversidade cultural, comercial e econômica.

Portanto, o desenvolvimento local é de extrema importância, no qual envolvem atores que não apenas se beneficiam do cenário, mas participam ativamente no seu desenvolvimento (Martinelli & Joyal, 2004). Neste sentido, as MPEs, por meio da gestão, têm desempenhado seus papéis social e econômico, que incentivam e patrocinam a potencialização do desenvolvimento local (Cavalcante & Lourenço, 2014).

METODOLOGIA

Esta pesquisa é definida como exploratória e descritiva, pois visa promover as características que envolvem a formação do preço de venda das micro e pequenas empresas (MPEs). Com uma aplicação de natureza qualitativa, pela associação na compreensão do comportamento do processo de formação do preço de venda na contribuição do desenvolvimento econômico local.

Os participantes da pesquisa foram os gestores responsáveis pela formação do preço de venda das MPEs do município de Imperatriz no estado do Maranhão. Eles foram escolhidos com base no conhecimento preliminar sobre a formação do preço de venda que cada empresa vinha desenvolvendo.

Inicialmente, vinte (20) gestores foram convidados a participar da pesquisa. Com aplicação de um questionário com questões abertas, de livre resposta, e questões fechadas, com opções para escolha da resposta (Prodanov & Freitas, 2013).

A aplicação do questionário ocorreu no mês de novembro e dezembro de 2017. Primeiramente, foram fornecidas aos gestores orientações sobre a finalidade da pesquisa, em seguida, realizada a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e disponibilizado o questionário para ser respondido e retirado em outro momento. Dos vinte questionários disponibilizados, no final dez (10) foram entregues e considerados válidos.

As análises consistiram em buscar a associação da formação do preço de venda com a contribuição para o desenvolvimento econômico local, ou seja, do município de Imperatriz.

RESULTADOS

A pesquisa está relacionada com a importância da gestão de formação do preço de venda para obter o melhor desempenho das micro e pequenas empresas (MPEs). O levantamento possibilitou identificar vários fatores e características dessas empresas, com a prática de formação do preço de venda, bem como identificar a contribuição delas para o desenvolvimento local.

Na Tabela 1, são apresentadas as principais características identificadas nas 10 empresas que participaram da pesquisa respondendo o questionário.

Tabela 1

Características das empresas

Empresas	Tempo de Atividade*	Ramo de Atividade	Número de Proprietários	Número de Funcionários	Porte da Empresa
1	37	Indústria	3	50	PE
2	6	Serviço	4	7	ME
3	7	Comércio	1	3	ME
4	26	Serviço	1	7	ME
5	35	Comércio	3	3	ME
6	8	Serviço	4	8	ME
7	18	Comércio	2	2	ME
8	3	Comércio	2	5	ME
9	6	Comércio/ serviço	2	0	ME
10	11	Comércio	2	6	ME

Fonte: Elaboração própria. *Em anos.

As características dos formadores do preço de venda apresentaram formações acadêmicas diversificadas. A Tabela 2 mostra as principais características dos responsáveis pela formação do preço. Estes gestores são representados em 70% (7) com conhecimento ou noção em gestão empresarial.

Tabela 2

Características dos formadores do preço de venda

Empresas	Formador de preço	Nível de formação	Curso
1	Diretor	Superior	Economia
2	Diretor	Ensino Fundamental/Médio	Médio
3	Administrador	Ensino Fundamental/Médio	Médio
4	Administrador	Superior	Administração
5	Administrador	Superior Incompleto	Ciências Contábeis
6	Administrador	Superior	Administração
7	Sócio Administrador	Superior Incompleto	Administração
8	Sócio Administrador	Superior	Administração/Economia
9	Sócio Administrador	Superior	Administração
10	Sócio	Superior	Farmácia

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 1 e a Tabela 2, conforme Saraiva (2019), evidenciaram que essas MPEs e seus gestores apresentam características essenciais para desempenharem uma boa gestão e garantirem o sucesso dessas empresas. Para a autora, uma gestão eficiente resulta no potencial para desenvolvimento econômico que elas podem gerar aos agentes envolvidos.

Os responsáveis pela formação do preço de venda foram questionados sobre as informações de custos, mercados e concorrentes. Esses fatores para Bruni (2008), Zahaikevitch e Matos (2013) e SEBRAE (2012), chamaram atenção para o fato de que a gestão da formação do preço é muito importante para a sobrevivência das MPEs. Na Tabela 3 apresentam-se os fatores utilizados pelos gestores ao formarem os seus preços de venda.

Os fatores apresentados na Tabela 3 contribuem para um valor justo na formação dos preços dos produtos ou serviços. Segundo Bonetto et al. (2015) e Domingues (2015), a formação do preço de venda justo atrai os clientes, não podendo esquecer-se da margem de lucro que o empreendedor pretende ter com as vendas.

Tabela 3

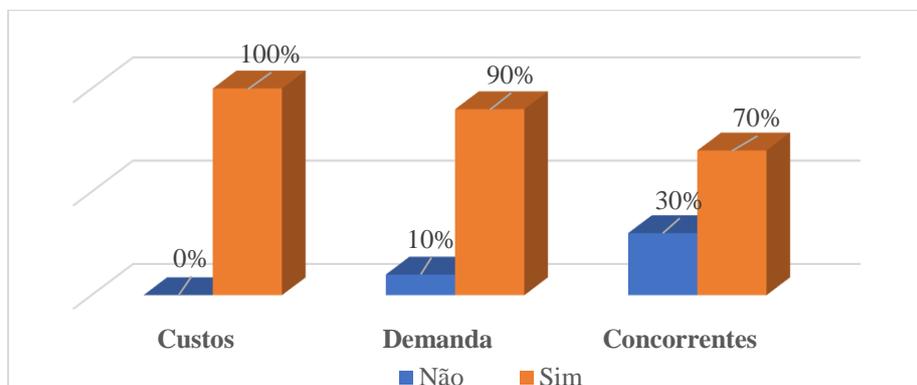
Fatores considerados no momento de formar o preço

Fatores na formação do preço de venda	Número de Empresas	Percentual (%)
Custos	10	100%
Despesas	8	80%
Preço dos concorrentes	4	40%
Preço com base no capital investido	2	20%
Procura pelo produto	2	20%
Quantidade de concorrentes	0	0%
N.D.A.	0	0%

Fonte: Elaboração própria.

Na Figura 1, são representados os elementos utilizados pelos gestores de formação do preço de venda para definir os seus preços de venda.

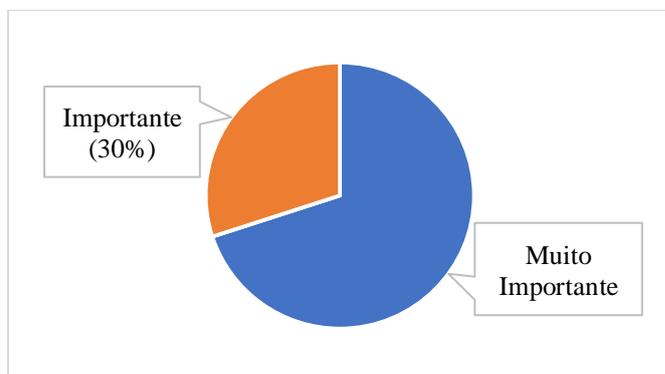
Figura 1 Elementos de formação do preço das empresas pesquisadas



Fonte: Elaboração própria.

A formação do preço de venda é considerada um fator importante para potencializar o desempenho das micro e pequenas empresas, conforme Figura 2.

Figura 2 Grau de importância da formação do preço de venda para a sobrevivência das MPEs



Fonte: Elaboração própria.

As empresas estudadas consideraram importante ou muito importante a formação do preço de venda para a permanência no mercado. Neste contexto, estes resultados implicam em estimar os impactos gerados pelas MPEs e sua real contribuição no desenvolvimento social e econômico.

DISCUSSÃO

As micro e pequenas empresas (MPEs) estudadas apresentaram aproximadamente 17 anos de média e desvio padrão de ± 12 anos no mercado de Imperatriz. O tempo de atividade encontrado no estudo realizado por Saraiva (2019) nas micro e pequenas indústrias da cidade de Imperatriz foram de 12 anos de média e ± 10 anos de desvio padrão. A autora chama atenção para 50,77% das empresas pesquisadas estarem com mais de dez anos de sobrevivência. Os dados da pesquisa (Tabela 1) e os mencionados pela autora, estão superiores à média nacional e superando a mortalidade precoce das MPEs (SEBRAE, 2019). Para Filion (2000) uma boa gestão determina o tempo dessas empresas no mercado.

Evidenciou-se que 70% dos gestores de formação do preço de venda são profissionais que possuem formações com conhecimento em gestão. Na pesquisa realizada por Saraiva (2019), foi identificada baixa escolaridade dos gestores das MPEs, embora eles sejam os responsáveis por toda a gestão do negócio. A diferença em relação ao estudo atual, é que selecionou empresas que praticavam formação do preço de venda, por uma pessoa específica.

Os participantes da pesquisa mostraram usar as informações contábeis e outras informações de gestão para a formação do preço. Para Ribeiro et al. (2019) ao utilizar a contabilidade como ferramenta de gestão, tem-se maior possibilidade para alcançar resultados econômicos aos agentes envolvidos. Esses fatores ficaram evidentes nas empresas estudadas.

A formação do preço de venda é considerada uma ferramenta adequada para gerar lucro e desenvolvimento, enquanto uma definição equivocada compromete o resultado econômico. O preço de venda, segundo Conceição et al. (2016), de forma correta pode ser um diferencial dentro das MPEs, podendo promover impacto positivo ao empreendimento. Neste sentido, foi considerado, por 100% dos participantes da pesquisa, que a formação do preço de venda é essencial para a permanência da empresa no mercado competitivo.

Os fatores que promovem o desempenho direto ou indireto das MPEs passam a gerar oportunidades e contribuições para o crescimento econômico por meio dessas empresas. Sendo bem geridas são consideradas instrumentos que estimulam o desenvolvimento social e econômico (Cavalcanti & Lourenço, 2014; Saraiva, 2019).

No momento em que as MPEs formam um preço justo dos seus produtos e serviços, elas vão gerar lucros e resultados para o empreendimento. Neste sentido, essas empresas são responsáveis pela geração de empregos e renda, movimentação da economia local, pagamentos de tributos, além de oferecerem produtos e serviços à sociedade. Esses fatores poderão proporcionar a diminuição das desigualdades e promover ações públicas em prol da comunidade (Milone, 1998). Neste sentido, pode-se considerar que essas empresas fazem parte da sustentação da economia local de Imperatriz, sendo assim, ajudando o município a se desenvolver.

A gestão da formação do preço de venda é somente um dos fatores que influenciam e estimulam o desenvolvimento do município de Imperatriz. A contabilidade é uma ferramenta de suporte à gestão, principalmente para as micro e pequenas empresas (Ribeiro et al., 2019). Para os autores, estas empresas, sendo bem administradas geram resultados que refletem no desenvolvimento econômico.

CONTRIBUIÇÕES, LIMITAÇÕES E FUTURAS PESQUISA

As contribuições deste artigo são destinadas ao meio acadêmico e social. Para o meio acadêmico, como uma ferramenta de conscientização de que as pesquisas devem ser aplicáveis e, também, constituem uma fonte de pesquisa. Em especial, na gestão social, em que os interessados em pesquisas de desenvolvimento local podem usar como uma fonte do contexto em gestão do negócio, influenciando o desenvolvimento social e econômico de uma região.

A principal limitação desta pesquisa foi o número de participantes. Outro fator limitador foi o receio dos participantes em divulgar as informações gerenciais ou estratégicas de suas empresas, temendo ter suas informações divulgadas.

Essas limitações dão embasamento para novas pesquisas, uma vez que pode ser realizada a mesma pesquisa em outras regiões ou em segmentos de mercado específicos. Outra sugestão é estudar a gestão dessas empresas e como elas contribuem para o desenvolvimento local, ou melhor, para a economia de Imperatriz.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As micro e pequena empresas apresentam dificuldades na gestão do negócio, que impede o seu desempenho. A formação do preço de venda justo é um diferencial competitivo, mas o valor do preço é um dos fatores que influenciam na gestão, sendo uma das ferramentas importante para a tomada de decisões. Uma boa gestão de preço pode gerar e desenvolver as empresas, que vão influenciar no desenvolvimento local.

Ficou evidente nesta pesquisa que a formação do preço de venda alavanca os resultados e determina o tempo de sobrevivência dessas empresas estudadas no mercado de Imperatriz. Neste contexto, as consequências refletem na geração do desenvolvimento de Imperatriz, com a promoção social e econômica.

SALE PRICE FORMATION OF MICRO AND SMALL COMPANIES IN FAVOR THE DEVELOPMENT OF IMPERATRIZ/MA

ABSTRACT: A good management of the sale price formation of products or services is one of the factors responsible for the success of micro and small companies (MSEs). This management can result in the performance of these companies and, consequently, reflect influencing local development. This study aimed to identify the influence of the factors of the sale price formation of MSEs in the (local) development of the municipality of Imperatriz/MA. The research was carried out with ten entrepreneurs of micro and small companies in the municipality of Imperatriz. The participants answered a questionnaire, with questions that approached information on managing the formation of the sale price, considering these companies as materializing local development. As main results, it was possible to observe that these companies have a process the defined sales price formation. The managers consider that they are working properly and have been promoting economic results. It is concluded that, the management of the sales price formation process has been reaching its objective, which is to enhance the results of the MSEs, being the financial and economic. In this sense, it was noted that efficient business management influences in the contribution of local economic development. And a good management of MSEs results in gains for the municipality, that is, it brings development to Imperatriz/MA, which can be social and economic.

Keywords: Micro and small company; Sales price formation; Local development.

REFERÊNCIAS

- Bonetto, P. C. P., Pistore, G. C., Philereno, D. C., Rotta, C., Pandolfi, C. (2015). Formação do preço de venda de um produto semipersonalizado: Em estudo de caso em uma empresa de móveis de Caxias do Sul- RS. *Revista Científica da Escola de Gestão de Negócios*, 4(2) 55-71, fev/jul.
- Bruni, A. L. (2008) *A administração de custo, preços e lucros*. São Paulo: Atlas.
- Canever, F. P.; Lunkes, R. J.; Schnorrenberger, D.; Gasparetto, V. (2012). Formação de preços: Um estudo em empresas industriais de Santa Catarina. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ* (online), Rio de Janeiro, 17(2), 14-27, maio/ago.
- Cavalcanti, K. A.; Lourenço, R. L. (2014). Controle e contabilidade em prol do desenvolvimento local: status quo de micro e pequenas empresas pontaporanenses. In: *VII Encontro de Administração, Economia e Ciências Contábeis - ECAECO*. 07-09/Out/2014, Ponta Porã.
- Conceição, I. C., Silva, C. S., Saraiva, A. F. S., Lopes, W. S. (2016) A importância do processo de formação do preço de venda nas micro e pequenas empresas. *Revista UNIVAP*, 22(40), 1-5.
- Costa, F. A. (2014). Custo e formação do preço de venda: Uma análise das práticas adotadas nas empresas da cidade de Esperança-PB. *Trabalho de conclusão de curso (Monografia) - Curso de graduação em ciências contábeis*, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB.
- Domingues, O. G. D. (2015). Gestão do capital de giro e formação do preço de venda praticado pelas MPes. 101 p. *Dissertação (Mestrado). Programa de Mestrado Profissional em Administração da Faculdade Campo Limpo Paulista- FACCAMP*, Campo Limpo Paulista/SP.
- Eliza, F. (2014). Redes de cooperação de micro e pequenas empresas: Mecanismo de desenvolvimento local no polo industrial de Juruáia-MG. *Revista de Gestão e Organizações Cooperativas-RGC*, Santa Maria, 1(1) 54-60, 1º Sem.
- Filion, L. J. (2000). O empreendedorismo como tema de estudos superiores. In: *Instituto Euvaldo Lodi – IEL. Empreendedorismo: ciência, técnica e arte*, 2ª ed. Brasília: CNI/IEL.
- IMESC/MA (2016). Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos do Maranhão. Produto Interno Bruto dos Municípios do Estado do Maranhão: Período 2010 a 2014. *Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos (IMESC)*, v. 10, 1-67, São Luís.
- Imperatriz - Prefeitura Municipal de Imperatriz/MA (2017). *Imperatriz é destaque pela evolução do PIB e baixo custo de vida*. Disponível em: <https://bit.ly/2K7mSKj> Acesso em: 22 abr. 2018.

Licoviski, E., Lima, L. F., Hersen, A. (2014). A elasticidade-preço de demanda no segmento supermercadista de varejo: Um estudo de caso com abordagem empírica. *Revista Capital Científico*, 12(3), 75-90. jul/set.

Macedo, M. A. S., Souza, M. A. F., Rosadas, L. A.S., Almeida, K. (2011). Análise da estratégia de preço: Uma proposta metodológica a partir da análise envoltória de dados (DEA). *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 16(1), 62-78. jan/abr.

Martinelli, D. P., Joyal, A. (2004). *Desenvolvimento local e o papel das pequenas e médias empresas*. 1 ed. Barueri, SP, Manole. 314p.

Martins, E. (2010). *Contabilidade de custos*. 10. ed. São Paulo: Atlas.

Milone, P. C. (1998). Crescimento e desenvolvimento econômico: teorias e evidências empíricas. In: *Montoro Filho, A. F. et al. Manual de economia*. São Paulo: Saraiva.

MTE/RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego (2018). *Relação Anual de Informações Sociais*. Disponível em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/login.php>. Acesso em: 10 mar. 2018.

Prodanov, C. C., Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed., Novo Hamburgo: Feevale.

Resende, J. F. B. (2010). *Como elaborar o preço de venda*. Belo Horizonte: Sebrae/MG. Disponível em: <https://goo.gl/NPSCyS> Acesso em: 20/ jul /2016.

Ribeiro, D. C., Lopes, W. L., Makosky, H. N.; Saraiva, A. F. S. (2019). Contribution of accounting in small business management to the development of Imperatriz/MA: In the perception of the students of accounting sciences. In: *16th International Conference on Information Systems and Technology Management - CONTECSI*. São Paulo: FEA/USP.

Saraiva, A. F. S. (2019). Gestão das micro e pequenas empresas da indústria de transformação na contribuição do desenvolvimento de Imperatriz/MA. 171 f. *Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR)* da Universidade Federal do Tocantins (UFT), Palmas/TO.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2017). *Boletim Estudos & Pesquisas*. Disponível em: <https://goo.gl/i2V5v6>. Acesso em: 20 jul. 2017.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2012). *Como definir o preço de venda no comércio*. Disponível em: goo.gl/jN2OxL Acesso em: 08 set. 2016.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2019). *Panorama das MPEs paulista de 2015*. Disponível em: <https://bit.ly/2GvRZ1L>. Acesso em: 09 fev. 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira*. Brasília, Sebrae, 2014. Disponível em <https://goo.gl/bskBYS> Acesso em: 15 jul. 2016.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2016). *Sobrevivência das empresas no Brasil*. Brasília: Sebrae. Disponível em: <<https://goo.gl/bKaYdt>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

Zahaikevitch, E. V., Matos, S. N. (2013). Formação de preço de venda em micro e pequenas empresas: Um estudo de caso nas empresas do ramo de informática em uma cidade do interior do Pará. *FACESI em Revista*, 5(1), p. 1-11.