

## **Análise de Custos e Formação de Preço de Venda em um Estabelecimento Varejista da Serra Gaúcha**

**Aluno: Claucir Claus Mariano**  
**Orientador no TCC I: Me Matheus Tumelero Dornelles**  
**Orientador no TCC II: Me Matheus Tumelero Dornelles**  
**Semestre: 2020-4**

### **Resumo**

O sucesso e a longevidade de um empreendimento passam pelo gerenciamento de custos e a devida formação do preço de venda, tornando estes temas fatores determinantes para a competitividade da empresa. Neste sentido, o objetivo deste estudo foi analisar quais seriam os critérios que deveriam ser estabelecidos na análise dos custos e formação de preço de venda, em um comércio varejista da Serra Gaúcha. Deste modo, a metodologia foi embasada em: Estudo de caso, pesquisa bibliográfica, pesquisa quantitativa e pesquisa descritiva. O estudo foi realizado em uma empresa comercial varejista localizada na Serra Gaúcha, aliando os conceitos teóricos apresentados da pesquisa bibliográfica e, aplicando-os de forma prática. Através deste formato, foi possível sugerir a implantação de novos Markups para determinadas linhas de produtos, que visam posicionar a empresa de uma maneira mais competitiva no mercado. Ainda, possibilitou a empresa objeto de estudo o real conhecimento da sua estruturação de custos e da sua margem de lucro de uma forma segmentada, podendo ser visualizada através de cada linha produto e, até mesmo, para cada item, sendo possível, inclusive, determinar qual será o lucro almejado. Sugere-se que a empresa mantenha e revise periodicamente os critérios sugeridos e, também, recomendou-se para estudos futuros, analisar as variáveis pelo regime do Lucro Real, para fins de comparabilidade com os resultados obtidos neste.

Palavras-chave: Varejista. Custos. Preço de Venda. Markup. Competitividade.

### **1. Introdução**

O grande desafio dos empresários é tornar seu negócio sólido, duradouro e, ao mesmo tempo, lucrativo. Neste contexto, Crepaldi (2018) define a contabilidade de custos como uma ferramenta estratégica e fundamental na gestão de um negócio de sucesso. Indo de encontro ao autor, um dos principais objetivos da gestão de custos é oferecer segurança e fontes de informações que auxiliam no momento de definições importantes e planejamentos eficazes.

De acordo com Lorentz (2019) o crescimento exponencial no interesse pela contabilidade de custos é reflexo de um mercado em franca globalização exigindo, assim, uma elevação no nível de organização, controle e gerenciamento das entidades. No cenário atual, o aumento significativo de competitividade entre os mercados, baseado na lei da oferta e da procura, pode provocar a oscilação e baixa dos preços. Neste momento, fica evidente a importância de um gerenciamento de custos aprimorado e alinhado com os objetivos da empresa, possibilitando ao empresariado o desenvolvimento de estratégias que mantenham a empresa competitiva e sustentável.

Neste sentido, este estudo tem por problema de pesquisa: Quais são os critérios que

deverão ser estabelecidos na análise dos custos e formação de preço de venda em um comércio varejista da Serra Gaúcha?

Como objetivo geral, pode-se destacar que o propósito foi demonstrar a importância e a necessidade da gestão de custos, visando o auxílio nas tomadas de decisões, controle da organização, diagnósticos confiáveis, redução dos custos e maximização dos lucros com a devida apuração do preço de venda.

Este estudo justifica-se por se tratar da problemática relativa à composição dos custos e formação do preço de venda. Bernandi (2017) ratifica que a formulação do preço de venda influencia diretamente na sustentabilidade da empresa, possibilitando o conhecimento da sua base de custos bem como a lucratividade de cada linha de produtos ou, até mesmo, a variável de forma individual. Também, pode-se destacar o aprimoramento e o desenvolvimento de aspectos estratégicos e mercadológicos essenciais para que os objetivos da empresa sejam atingidos.

Para isso, é imprescindível o estudo e a análise detalhada do custo fixo, custo variável, margem de contribuição e markup. Através do aprimoramento destes métodos, pode-se evidenciar as seguintes vantagens: verificação do ponto de equilíbrio da empresa; identificação da lucratividade; visualização macro dos custos e despesas fixas; diferenciação entre as linhas de mercadoria que contribuem em maior escala para a absorção do custo fixo e a formulação de um preço estratégico de venda, considerando, também, o que o mercado determina. Sendo assim, na seção seguinte apresentam-se os aspectos teóricos sobre o tema que embasam a análise efetuada.

## **2. Referencial Teórico**

Yanase (2018) salienta que a apuração dos custos é indispensável para a otimização dos lucros e a redução dos gastos, tanto na atividade industrial quanto na atividade comercial. Com isso, destacam-se no estudo a análise e o entendimento dos conceitos acerca do tema. Assim, nas seções seguintes apresentam-se as especificidades de custos, formação de preço de venda, margem de contribuição e ponto de equilíbrio.

### **2.1 Terminologias em Custos**

Para o estudo da contabilidade de custos, torna-se necessária a abordagem dos principais tópicos acerca deste tema que seriam: gastos; desembolso; investimentos; despesa; perdas e custo. Com estes, torna-se possível analisar os sistemas de custeio.

Sob o ponto de vista contábil, Crepaldi (2018) considera gasto como sendo todas as ocorrências que geram compromissos financeiros que a empresa assume a condição de devedora, a fim de obter um bem ou um serviço, sendo classificados como: custos, despesas, investimentos ou perdas. Na empresa objeto de estudo, um exemplo de gasto é a aquisição de mercadoria para revenda.

Para Martins (2003) todo o gasto para adquirir um bem ou um serviço para a obtenção de uma receita depende de um pagamento, podendo ocorrer antes, durante ou, até mesmo, após a entrada da aquisição. Em compras realizadas com o pagamento a vista, o gasto e o desembolso ocorrem de formas simultâneas, em contrapartida, nas compras a prazo o gasto ocorre de forma imediata, porém o desembolso ocorre somente no momento do pagamento.

Investimento, conforme Viceconti e Neves (2018) são todos os bens ou serviços estocados, ou seja, são gastos ativados em função do tempo de vida útil ou benefícios futuros. Essa ativação pode ocorrer em diversos períodos subsequentes, em função da venda, consumo, depreciação, entre outros eventos. Na empresa objeto de estudo pode se evidenciar como um investimento a mercadoria estocada para posteriormente ser comercializada e gerar receita.

Despesa, para Crepaldi (2013) consiste em todo gasto necessário para a transformação ou comercialização de um determinado produto que futuramente acarretará uma receita. A despesa pode ser de caráter fixo, como a taxa de aluguel, e, também, variável, como a comissão de um vendedor. Essas são contas que representam o desprendimento na ação continuada para a obtenção de receitas.

Quanto as perdas, Bruni (2018) afirma que as mesmas se caracterizam em eventos ocasionais, que acabam gerando dispêndio financeiro no decorrer das operações e não retornarão para a empresa. Mesmo as entidades podendo desenvolver facilitadores que visam prevenir as perdas, essas são denominadas como imprevisíveis.

Custo, segundo Veiga e Santos (2016) consiste em todo processo com um gasto econômico para atingir um objetivo operacional. Portanto, é todo recurso empregado ao trabalho para a comercialização ou a produção de um bem ou serviço que futuramente possibilitará um retorno financeiro para a organização. O mesmo também não deixa de ser um gasto, porém só é reconhecido como custo no efetivo momento em que ocorre a sua utilização.

Ainda, para Martins (2003) todo mecanismo realizado funciona como uma engrenagem, respeitando cada etapa: gasto, desembolso e investimento; finalizando, assim, o ciclo e compondo o custo. Como exemplo, na empresa objeto de estudo, todo o desembolso financeiro empregado na mercadoria antes da efetiva venda é alocado como custo dos estoques. Os custos podem ser classificados em fixos e variáveis e, ainda, apropriados de forma direta e indireta.

Na visão de Lorentz (2019) custo fixo se caracteriza por possuir custos independentes do nível de atividade da empresa. Estes não sofrem qualquer alteração, ou seja, não são influenciados pelo número de vendas ou, pela quantidade produzida. Assim, também são denominados como custo de estrutura e são utilizados como parâmetro pelas entidades para obtenção da base que se gasta com bens e serviços. Na empresa objeto de estudo um exemplo de custo fixo é o salário dos colaboradores.

Martins e Rocha (2015) definem o custo variável como exatamente o oposto do custo fixo, onde este varia conforme a quantidade produzida ou comercializada, sendo assim, gastos que sofrem impactos de forma proporcional ao nível da atividade. São exemplos de custos variáveis: matéria prima; fornecedores; mão de obra terceirizada; comissões e tributos incidentes sobre as vendas (Icms, Pis, Cofins, Iss, Ipi, Irpj, Csl, entre outros). Ainda, podem-se salientar aspectos secundários que interferem no custo variável como, por exemplo, a variação cambial.

De acordo com Dubois, Kulpa e Souza (2019), custo direto é aquele que pode ser atribuído de maneira objetiva no cálculo de produção, apropriando diretamente a um bem ou um serviço. Assim sendo, não há necessidade de rateio para direcionar ao produto final, o que, de certa forma, facilita a sua mensuração. Alguns custos diretos são: matérias primas e mão de obra direta. No comércio, os materiais diretos configuram-se pelas mercadorias, mas obedecendo aos mesmos critérios e procedimentos adotados na indústria.

Em contrapartida, Ribeiro (2013) caracteriza o custo indireto pela sua dificuldade em atribuir um valor para cada unidade produzida. Então, para a apropriação dos custos indiretos utiliza-se o critério de rateio, o qual definirá um valor para cada unidade. Vale ressaltar que o rateio pode ser feito de diferentes formas e, considerando os mais diversos critérios como, por exemplo, considerando unidades produzidas, tempo de máquina, horas trabalhadas, entre outros. Desta forma, fica sob responsabilidade de cada empresa a análise e a definição dos critérios utilizados conforme as suas especificidades. Na empresa objeto de estudo pode-se exemplificar como custo indireto a energia elétrica.

Visto as especificidades teóricas sobre custos, na seção seguinte apresenta-se o embasamento teórico sobre sistemas de custeio.

## 2.2 Sistema de Custeio

Conforme Martins (2018) custeio consiste na alocação de todos os recursos contabilizados durante o processo de fabricação ou comercialização de bens e serviços de forma geral. Dentre as formas de custeio podem-se destacar os sistemas ABC, Variável, RKW, entre outros. Neste estudo foi abordado e aplicado o sistema de custeio por absorção. Vale ressaltar que todos os métodos destacados acima possuem assertividades e delimitações que se adequam a peculiaridade de cada segmento ou empresa. Então, conhecendo as suas necessidades, cabe a gestão analisar e determinar o sistema mais adequado. Na empresa objeto de estudo foi enfatizado o sistema de custeio por absorção.

Segundo Wernke (2019) o sistema de custeio por absorção, também conhecido como custo integral, é o mais usual para fins contábeis, inclusive tendo sua exigência determinada pela legislação brasileira. Esse método possibilita com que cada produto absorva uma determinada parcela de custos diretos ou indiretos, possuindo como uma de suas grandes virtudes o direcionamento das despesas de forma direta, confrontando com o resultado do período. Apenas gastos que não estão ligados com a fabricação ou comercialização, como administrativos, financeiros e despesas com vendas não são absorvidos, sendo que, estes são classificados como despesas ou custos do período, podendo ser atribuídos no mark-up, por exemplo, na formação do preço de venda.

Já para Padoveze (2013) o custeio por absorção está alinhado com os princípios básicos da contabilidade, pois apropria e contabiliza todos os custos da cadeia produtiva aos produtos elaborados, possibilitando com que cada produto absorva uma parcela dos custos ocorridos durante o processo de produção. Se não bastasse, o custo padrão é uma base de comparabilidade que possibilita um controle rigoroso dos custos.

A Figura 1 apresenta demonstração do esquema básico do sistema de custeio por absorção.

Figura 1 – Custeio por Absorção

<b>Gastos</b>	<b>\$</b>	<b>Utilização</b>
<b>Gastos diretos</b>		
Materiais diretos	460.000	No custeio por absorção
Materiais auxiliares	36.000	No custeio por absorção
Mão de obra direta	200.000	No custeio por absorção
Comissões sobre vendas	204.000	Não utiliza
Soma	900.000	
<b>Gastos indiretos</b>		
Salários dos departamentos de apoio à produção	200.000	No custeio por absorção
Despesas dos departamentos de apoio à produção	90.000	No custeio por absorção
Depreciações industriais	150.000	No custeio por absorção
Salários e despesas administrativas	70.000	Não utiliza
Salários e despesas comerciais	50.000	Não utiliza
Soma	<u>560.000</u>	
<b>Total</b>	<b>1.460.000</b>	

Fonte: Padoveze (2013, p. 220)

Pode-se observar na mesma, que, conforme mencionado anteriormente, todos os gastos ligados à operação são utilizados no custeio. Com referência ao sistema de custeio integral no comércio, Bertó e Beulke (2013) qualificam que utilizam os mesmos moldes da indústria, alocando todos os custos e despesas, neste caso, diretamente às mercadorias. Ainda que existam algumas distorções acerca de adequar as despesas administrativas, consideram esse como o método mais adequado para ser adotado no comércio, deste modo, foi o critério utilizado na análise de dados. Com os custos devidamente alocados, pode-se apurar o devido preço de venda, objeto de análise teórica na seção seguinte.

### 2.3 Formação do preço de venda

Bernardi (2017) considera que a ligação estreita entre os mercados, aliado a volatilidade econômica e a expansão digital tornou o mercado mais exigente e competitivo. Com isso, fica vidente a importância de um bom trabalho de gestão e, conseqüentemente, um controle rigoroso de custos, tanto para redução de gastos como, também, para a formulação do preço de venda. Com a sensibilidade do mercado e, com a alta lei de oferta, uma alternativa para que as empresas se mantenham competitivas e rentáveis passa por um gerenciamento eficiente de custos.

Nas palavras de Assef (2011) a formação do preço consiste em estratégias que visam um equilíbrio, para que não ocorra o superfaturamento de um bem ou serviço e, também, para que não haja defasagem, mantendo a empresa sustentável e rentável. Uma estratégia adequada na formação dos preços de venda, observando toda a linha de custos abordada nas seções 2.1 e 2.2, acompanhada de apropriações tributárias de forma correta e um conhecimento de mercado, podem proporcionar a maximização dos lucros em função do tempo.

Os preços de venda podem ser apurados com base em critérios matemáticos, via Markup e, também, com base no mercado que, seria a concorrência. Tais métodos estão especificados nas seções seguintes.

#### 2.3.1 Markup

Santos (2012) define o markup como um valor atribuído ao custo para a formação do preço de venda, ou seja, é o valor resultante da diferença entre o custo e o valor de venda. O markup geralmente é utilizado em forma percentual e, poderá variar dentro da mesma empresa conforme os segmentos distintos.

Neste sentido, Stopatto (2020) atribui a elaboração do markup diretamente aos dados retirados da demonstração do resultado, utilizando esses percentuais como base para a formação do preço de venda. Ainda, entende que através do Markup pode-se estimar a margem de lucro desejada para determinado bem ou serviço, podendo essa, ser diversificada dentro de cada empreendimento.

A formação de preço através deste método, ainda, possibilita a utilização de dois formatos diferentes: o markup divisor e markup multiplicador. Apresenta-se, na Figura 2, as duas formulas para a formulação do preço de venda.

Figura 2 – Fórmula de markup

Quadro 01 – Formação percentual do preço de venda	
Preço de Venda	100,00%
ICMS da Venda	17,00%
Pis/Cofins	3,65%
Despesas	10,00%
Lucro Antes dos Tributos	15,00%
Total	45,65%

O mark-up divisor será:  $\frac{100\% - 45,65\%}{100} = 0,5435$

O mark-up multiplicador será:  $1/0,5435 = 1,8399264$

Fonte: Souza (2007, p. 11)

Conforme Padoveze (2013) a ideia do markup divisor, como o próprio nome já evidencia, consiste na divisão do preço de aquisição pelo índice encontrado de custo fixo e custo variável, somados a margem de lucro desejada determinando, assim, o valor de venda. Este método é muito utilizado para a determinação do preço de venda do comércio em geral. Inclusive, na empresa objeto de estudo utilizou-se a técnica do markup divisor.

Já para Crepaldi (2008) o markup multiplicador também é uma solução na formação do preço de venda. Muito semelhante ao método anterior, porém através de um multiplicador. Desta maneira, a intenção é encontrar um percentual que, multiplicado pelo custo de aquisição, aponte o preço de venda mais adequado para a empresa. O mesmo se torna mais usual em empreendimentos onde existe uma padronização de custos operacionais.

### 2.3.2 Concorrência

Na Visão de Assef (2011), contrariando o que muitos empresários alegam empregar, salvo em algumas exceções, o fator preço é definido pelo próprio mercado, onde o consumidor estabelece o padrão de valor pago por determinados bens e serviços. De uma forma geral, os preços estão sempre alinhados com a concorrência, mas não deve se levar em conta somente esse aspecto mercadológico para a formação do preço, sendo este, apenas um componente que forma todo o conjunto abordado durante esse estudo.

Nesta linha, Bernardi (2017) destaca a globalização como uma quebra de paradigmas originando uma revolução no mercado atual. Neste cenário, o consumidor demonstra um grande anseio pela diversidade, conectado às novas tecnologias e novas tendências. Isso faz com não ocorra mais o modelo tradicionalista de concorrência, baseado somente em marca e renome, tornando o mercado mais dinâmico, desafiando grandes marcas a novas estratégias. Ainda, na visão do autor, estratégias competitivas são um misto de diversificação, inovação, preço e qualidade.

### 2.4 Margem de Contribuição

Além disso, para Wernk (2001) através da margem de contribuição é possível identificar a parcela com que cada produto contribui para cobrir os custos fixos da empresa. Para melhor compreensão, a margem de contribuição nada mais é, do que irá sobrar do preço

de venda após a dedução dos custos e despesas variáveis obtendo-se, então, o lucro bruto, o qual será utilizado para quitar os custos e despesas fixas.

Figura 3 – Formula da margem de contribuição

$$\text{Margem de Contribuição Unitária} = \text{Preço} - \text{Custos Variáveis Unitários}$$

Fonte: Bornia (2019, p. 55)

Neste cenário Bornia (2019) discorre a margem de contribuição como um índice representativo resultante da sobra da receita líquida para honrar com os custos fixos e obter lucro. Ratificando que, antes disso, devem-se diminuir os custos e as despesas variáveis provenientes do período.

Figura 4 – Análise da Margem de Contribuição

	Custo Direto Variável	Custo Indireto Variável	Custo Variável Total	Preço de Venda	Margem de Contribuição
Produto L	\$700	\$80	\$780	\$1.550	\$770/un.
Produto M	\$1.000	\$100	\$1.100	\$2.000	\$900/un.
Produto N	\$750	\$90	\$840	\$1.700	\$860/un.

Fonte: Martins (2018, p.166).

Comparando os três produtos, apresentados na Figura 5 e, baseado nas diretrizes apresentadas neste subcapítulo, pode-se observar que o produto M é o mais rentável, pois sua margem de contribuição é maior que os demais produtos. Com base neste cenário, a empresa poderá gerenciar algumas tomadas de decisões, como fomentar a venda deste item, já que é o mais rentável, e balizar o estoque para que não ocorram faltas do mesmo.

## 2.5 Ponto de Equilíbrio

Do mesmo modo, para Padoveze (2013) o ponto de equilíbrio evidencia o nível de venda, tanto em quantidade, quanto em valor, que a empresa precisa obter para trabalhar sem lucro ou prejuízo. Portanto, demonstra apenas a necessidade de venda para cobrir todos os custos fixos e variáveis, confrontando o total de receitas com o total de gastos. Dentre o ponto de equilíbrio, é possível dividir o cálculo de três maneiras: ponto de equilíbrio contábil; ponto de equilíbrio econômico e ponto de equilíbrio financeiro.

Figura 5 – Fórmulas dos pontos de Equilíbrio

$$\text{PE contábil} = \frac{\text{Custos Fixos}}{\text{Margem de Contribuição (R\$)}}$$

$$\text{PE financeiro} = \frac{\text{Custos Fixos} - \text{Depreciações} + \text{Dívidas do período}}{\text{Margem de Contribuição (R\$)}}$$

$$\text{PE econômico} = \frac{\text{Custos Fixos} + \text{Lucro Desejado}}{\text{Margem de Contribuição (R\$)}}$$

Fonte: Fontoura (2013, p. 70).

Neste contexto, Wernke (2019) destaca a importância da análise do ponto de equilíbrio na identificação e na demonstração do ponto mínimo que o empreendimento, ou o segmento, precisa operar para não obter prejuízo. O próprio autor, também, faz referências sobre a grande diversidade de informações que o PE fornece aos administradores e gestores.

As especificidades de cada método são apresentadas nas seções seguintes, identificando os pontos principais e diferenciações entre as mesmas.

#### 2.5.1 Ponto de Equilíbrio Contábil

Na visão de Yanase (2018) o ponto de equilíbrio contábil indica o momento em que o total de receitas será o mesmo montante que os custos e despesas financeiras. Desta forma, o volume representado é o mínimo que o empreendimento precisa atingir para se manter neutro, ou seja, não obter lucro nem prejuízo.

De forma a elucidar o caso, apresenta-se um exemplo hipotético de uma empresa comercial de uniformes:

- Custo de R\$ 50,00 por unidade comercializada;
- Custos variáveis são de R\$ 40,00 por unidade;
- Margem de Contribuição = R\$ 50,00 (–) R\$ 40,00 = R\$ 10,00 por unidade;
- Custos e despesas fixas de R\$ 4.000 por mês;
- PE Contábil = R\$ 4.000,00 / R\$ 10,00 = 400 unidades.

Ou seja, deve-se vender, no mínimo, 400 unidades por ano para esta empresa não obter prejuízo.

#### 2.5.2 Ponto de Equilíbrio Financeiro

No entendimento de Bruni (2018) a grande diferença do ponto equilíbrio financeiro, para os demais, é a exclusão dos custos com depreciação, mantendo apenas despesas que representam desembolso monetário.

Seguindo o exemplo da seção 2.5.1, nesta mesma empresa de uniformes, tem-se:

- Margem de Contribuição: R\$ 10,00 por unidade;
- Custos e despesas fixas: R\$ 4.000,00 por mês;
- Depreciação: R\$ 1.000,00 mensais;
- Custos e despesas fixas desembolsáveis = Custos e despesas fixas Totais (–) Não desembolsáveis;



e) PE Financeiro =  $(R\$ 4.000,00 - R\$ 1.000,00 + R\$500,00) / R\$ 10,00 = 350$  unidades por mês.

Neste caso, a empresa precisa vender, pelo menos, 350 unidades por ano, para não obter prejuízos financeiros.

### 2.5.3 Ponto de Equilíbrio Econômico

Segundo Stopatto (2020), este índice justifica a existência de uma empresa no mercado. O Ponto de Equilíbrio Econômico indica o faturamento necessário para cobrir as despesas e garantir um lucro mínimo. Neste modelo de cálculo é necessário considerar o custo de oportunidade, ou seja, é o risco comparado ao investimento seguro.

Dando continuidade ao mesmo exemplo das seções 2.5.1 e 2.5.2:

- a) Margem de Contribuição: R\$ 10,00 por unidade;
- b) Custos e despesas fixas: R\$ 4.000,00 por mês;
- c) Lucro mínimo exigido pelos investidores e acionistas: R\$ 2.000,00 por mês;
- d) PE Econômico =  $(R\$ 4.000,00 + R\$ 2.000,00) / R\$ 10,00 = 600$  unidades.

Assim, a empresa necessita vender, pelo menos, 600 unidades por mês para honrar com suas obrigações.

Finalizada a contextualização teórica sobre o tema, na seção seguinte apresentam-se as metodologias aplicadas no estudo.

## 3. Aspectos Metodológicos

### 3.1 Delineamento da pesquisa

Quanto aos procedimentos técnicos, foi realizado um estudo de caso relacionado a uma empresa comercial varejista situada na Serra Gaúcha visando aplicar de forma prática os conceitos teóricos levantados através da pesquisa bibliográfica. Segundo Yin (2015), a pesquisa caracteriza-se pela procura de informações sistemáticas e elaboradas, surgindo a partir da necessidade de obter-se embasamentos suficientes para a solução de um determinado problema. Nesta mesma linha, o autor relaciona a pesquisa com uma investigação, a qual resultará em uma estruturação robusta do estudo, tendo em vista que se apresenta diversas análises acerca do problema, proporcionando assim a ampliação e o enriquecimento do conhecimento referente ao tema abordado.

No entendimento de Gil (2018), o estudo de caso dedica-se a estudos intensivos e aprofundados, onde se permite o amplo conhecimento com uma grande abrangência de particularidades e pontos específicos relacionados ao problema abordado como objeto de estudo. Ainda, para o autor, o estudo de caso constitui-se como um dos principais recursos de pesquisa, elucidando descobertas que não seriam possíveis aparecer de outras formas.

Quanto à forma de abordagem do problema, trata-se de pesquisa descritiva. Neste contexto, Marconi e Lakatos (2018) definem a pesquisa descritiva como uma metodologia aprofundada de estudo, se utilizando da coleta de dados e o entendimento dos mesmos, com isso gerando dados para a uma análise concreta em circunstâncias das suposições apresentadas no estudo de caso. Complementando, esse método tem como objetivo a criação de um banco de dados para uma análise detalhada acerca do assunto.

Já em relação aos objetivos, trata-se de pesquisa quantitativa. Seguindo a ideia de Creswell (2010), dados quantitativos vislumbram coletar dados concretos, baseados e estruturados de forma estatística. Esse método apresenta uma amostragem numérica que visa verificar hipóteses a partir da coleta de opiniões quantificáveis.

Diante das colocações dos autores, entende-se que as metodologias escolhidas são as mais adequadas para o tipo de estudo proposto.

### 3.2 Procedimentos de coleta e análise dos dados

Inicialmente foi desenvolvida uma revisão da literatura sobre custos, principalmente os relacionados diretamente ao comércio, o qual caracteriza a amostra de pesquisa. Para isso, foram utilizados livros, revistas, artigos, pesquisas e traços característicos do mercado consumidor da região da Serra Gaúcha.

Posteriormente, foi elaborado um estudo de caso, com o intuito de analisar evidências, fundamentar argumentos e apresentar soluções referentes ao problema abordado. Para que isso fosse possível e os objetivos alcançados, foi criado um banco de dados com as seguintes fontes de estudo: relatórios gerenciais; curva ABC de vendas; curva ABC de compras; coletas de balancetes; extração das informações contidas nas notas fiscais de compra e venda; relatórios de rentabilidade segmentados, entre outros. Visando facilitar o trabalho e conduzir o mesmo de forma mais dinâmica, essas informações foram desmembradas e trabalhadas através de planilhas com o uso do Excel.

## 4. Análise de Dados

### 4.1 Contextualização da Empresa

Este estudo foi desenvolvido e aplicado em um estabelecimento varejista de médio porte, localizado em Bento Gonçalves – RS. O regime tributário adotado pela empresa atualmente é o Lucro Presumido.

Neste estudo selecionaram-se linhas de produtos que possuem grande demanda de mercado e potencial para cobrir boa parte do custo fixo da empresa, porém, em detrimento dos altos preços vivencia-se um cenário oposto e de baixa demanda nestes segmentos.

#### 4.1.2 Cálculo do Markup

Para a formação do preço de venda o método utilizado foi o Markup. Este, considerando os valores da DRE, tributos do Lucro Presumido, lucro desejado pela empresa e o custo fixo. Também, demonstra-se a origem dos percentuais utilizados, considerando suas particularidades tributárias. Os cálculos foram aplicados considerando operações internas, ou seja, operações para o Estado do Rio Grande do Sul, pois a empresa possui suas operações com o foco regional.

Primeiramente, o Quadro 1 apresenta a formação dos custos de aquisição das linhas selecionadas. Para fins de elucidação, utilizou-se como critério o mesmo custo de R\$ 100,00. As variáveis aplicadas foram obtidas com base na análise documental da empresa. Sendo assim, a coluna Preço de Custo da seção 4.1.3.1, 4.1.3.2, 4.1.3.3 e 4.1.3.4 possuem os valores apurados conforme os critérios aqui apresentados.

Quadro 1 – Formação do Custo de Aquisição

CUSTO DA MERCADORIA	100,00	Valores expressos em R\$			
		Compressores	Secadores	Ferramentas	Limpeza
(-) CRÉDITO DE ICMS	8,80%	8,80	8,80	-	-
(+) ICMS/ST	0,00%	-	-	10,22	27,53
(+) IPI	0,00%	-	-	8,00	10,00
(-) PIS	0,00%	-	-	-	-
(-) COFINS	0,00%	-	-	-	-
(+) FRETE	1,60%	1,60	1,60	-	-
<b>CUSTO FINAL DA COMPRA</b>		92,80	92,80	118,22	137,53

Fonte: Elaborada pelo autor

O Quadro 2 apresenta o cálculo do Markup Divisor e Multiplicador aplicado nos cálculos das seções seguintes.

Quadro 2 – Formação do Preço de Venda

	<b>Compressores</b>	<b>Secadores</b>	<b>Ferramentas</b>	<b>Limpeza</b>
<b>ICMS</b>	8,80%	8,80%	0%	0%
<b>LUCRO DESEJADO</b>	8%	8%	8%	8%
<b>PIS</b>	0,65%	0,65%	0,65%	0,65%
<b>COFINS</b>	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
<b>CSLL</b>	1,08%	1,08%	1,08%	1,08%
<b>IRPJ</b>	1,20%	1,20%	1,20%	1,20%
<b>IRPJ ADICIONAL</b>	0,36%	0,36%	0,36%	0,36%
<b>CUSTO FIXO</b>	12,00%	15,00%	12,00%	12,00%
<b>COMISSÃO</b>	2,62%	2,62%	2,62%	2,62%
<b>(=) MARKUP DIVISOR</b>	0,6229	0,5929	0,7109	0,7109
<b>(=) MARKUP MULTIPLICADOR</b>	1,6053	1,6865	1,4066	1,4066

Fonte: Elaborada pelo autor

Para formação do Custo de Aquisição da linha de Compressores extraiu-se da nota fiscal o custo da mercadoria, considerando-se um crédito de ICMS de 8,80%, pois possui benefício fiscal de redução da base de cálculo de 51,11%. Também, foi acrescentado 1,60% de custo referente ao percentual de frete cobrado no conhecimento da transportadora. Para o Markup, se levou em conta a Base de Cálculo do ICMS reduzida, formando a alíquota efetiva de 8,80%; acrescido o lucro desejado de 8% pela empresa e os tributos incidentes no Lucro Presumido, com IRPJ adicional de 0,36% referente a média dos primeiros trimestres de 2020. Ainda, foi atribuído um custo fixo de 12% e comissão de 2,62% conforme a média apresentada pela DRE do primeiro semestre.

A linha de Secadores, assim como os compressores, possui redução na base de cálculo de ICMS. Assim sendo, o critério utilizado para obter o custo final da mercadoria foi exatamente o mesmo apresentado anteriormente. Nesta linha, a proposta de formação de preço foi semelhante a apresentada anteriormente, sendo que, a única diferenciação foi com relação ao percentual de custo fixo, onde nesta foi considerado um custo fixo de 15%. Esse percentual de custo fixo é decorrente de um estoque amplo que é preciso manter, pois como sempre ocorre atrasos nas entregas por parte dos fornecedores, é preciso manter um estoque médio de três a quatro meses.

A elaboração do custo de aquisição da linha de Ferramentas a Bateria, também se deu através do valor extraído da nota fiscal, onde foi acrescentado o percentual de 10,22% referente ao custo efetivo da substituição tributária do ICMS e, a alíquota de IPI de 8%. Vale ressaltar que essa linha de produtos possui uma redução na base de cálculo do ICMS Substituição Tributária de 51,11%. Como neste cenário existe uma cobrança de ICMS ST na entrada da mercadoria, não se levou em conta a alíquota de ICMS para a formação do preço de venda em operações internas. Desta forma, na formação do Markup, considerou-se o lucro desejado de 8%, tributos do Lucro Presumido, IRPJ adicional de 0,36% conforme a média apurada nos dois primeiros trimestres do ano de 2020, atribuição de um custo fixo de 12% e uma média de comissão de 2,62% extraídos, também, da DRE do primeiro semestre de 2020.

Para o cálculo do custo da linha de Limpeza a Bateria, buscaram-se os valores da compra extraídos da nota fiscal, com o acréscimo de 27,53% de custo efetivo do ICMS Substituição Tributária e 10% da alíquota de IPI. Conforme já mencionado, as variáveis para formação do Markup foram obtidas com base na legislação vigente e na demonstração contábil da empresa.

Os resultados de cada linha de produtos são detalhados nas seções específicas de cada segmento.

#### 4.1.3 Composição do preço de venda por linha de produtos

Neste capítulo apresenta-se a formação da estrutura de preços considerando os valores praticados atualmente e, o novo cenário proposto. Ainda, se evidencia um possível crescimento nas vendas em detrimento da análise de mercado.


##### 4.1.3.1 Linha de Compressores

Inicia-se a comparação pela principal linha de produtos da empresa objeto de estudo, os compressores de ar. Estes estão presentes em todas as indústrias, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte e, atualmente, representa cerca de 20% do faturamento total do estabelecimento.

Quadro 3 - Linha de Compressores

(continua)

Descrição	Valores expressos em R\$						Redução nos preços
	Preço de custo	ICMS - 8,80%	Frete 1,60%	Custo Final	Preço de Venda atual	Preço de Venda com o formato proposto	
COMPR ROTOR PLUS 04HP-220V	8.169,00	718,87	130,70	<b>7.580,83</b>	14.266,46	12.785,07	10,38%
COMPR ROTOR PLUS 04HP-380V	8.169,00	718,87	130,70	<b>7.580,83</b>	14.266,46	12.785,07	10,38%
COMPR ROTOR PLUS 04HP-380V	8.169,00	718,87	130,70	<b>7.580,83</b>	14.266,46	12.785,07	10,38%
COMPR ROTOR PLUS 06HP-380V	10.499,00	923,91	167,98	<b>9.743,07</b>	17.750,38	16.431,69	7,43%
COMPR ROTOR PLUS 06HP-220V	10.499,00	923,91	167,98	<b>9.743,07</b>	17.750,38	16.431,69	7,43%
COMPR ROTOR PLUS 10HP-380V	12.189,00	1.072,63	195,02	<b>11.311,39</b>	20.380,20	19.076,66	6,40%
COMPR ROTOR PLUS 10HP-380V	12.189,00	1.072,63	195,02	<b>11.311,39</b>	20.380,20	19.076,66	6,40%
COMPR ROTOR PLUS 10HP-380V	12.189,00	1.072,63	195,02	<b>11.311,39</b>	20.380,20	19.076,66	6,40%
COMPR ROTOR PLUS 15HP-380V	15.589,00	1.371,83	249,42	<b>14.466,59</b>	25.916,54	24.397,91	5,86%
COMPR ROTOR PLUS 15HP-380V	15.589,00	1.371,83	249,42	<b>14.466,59</b>	25.916,54	24.397,91	5,86%
COMPR ROTOR PLUS 15HP-380V	15.589,00	1.371,83	249,42	<b>14.466,59</b>	25.916,54	24.397,91	5,86%
COMPR ROTOR PLUS 15HP-380V	15.589,00	1.371,83	249,42	<b>14.466,59</b>	25.916,54	24.397,91	5,86%

Descrição	Valores expressos em R\$						(conclusão)
	Preço de custo	ICMS - 8,80%	Frete 1,60%	Custo Final	Preço de Venda atual	Preço de Venda com o formato proposto	Redução nos preços
	COMPR ROTOR PLUS 20HP-380V	18.979,00	1.670,15	303,66	<b>17.612,51</b>	31.849,30	29.703,50
COMPR ROTOR PLUS 25HP-380V	22.259,00	1.958,79	356,14	<b>20.656,35</b>	37.836,10	34.836,94	7,93%
COMPR ROTOR PLUS 25HP-380V	22.259,00	1.958,79	356,14	<b>20.656,35</b>	37.836,10	34.836,94	7,93%
COMPR ROTOR PLUS 25HP-380V	22.259,00	1.958,79	356,14	<b>20.656,35</b>	37.836,10	34.836,94	7,93%
COMPR ROTOR 04HP-380V	7.103,00	625,06	113,65	<b>6.591,58</b>	12.520,12	11.116,71	11,21%
COMPR ROTOR 06HP-380V	9.502,00	836,18	152,03	<b>8.817,86</b>	16.101,27	14.871,31	7,64%
COMPR ROTOR 10HP-380V	11.031,00	970,73	176,50	<b>10.236,77</b>	18.108,35	17.264,31	4,66%
COMPR ROTOR 10HP-380V	11.031,00	970,73	176,50	<b>10.236,77</b>	18.105,35	17.264,31	4,65%
COMPR ROTOR 10HP-380V	11.031,00	970,73	176,50	<b>10.236,77</b>	18.108,35	17.264,31	4,66%
COMPR ROTOR 15HP-380V	14.108,00	1.241,50	225,73	<b>13.092,22</b>	23.911,39	22.080,04	7,66%
COMPR ROTOR 15HP-380V	14.108,00	1.241,50	225,73	<b>13.092,22</b>	23.911,39	22.080,04	7,66%
COMPR ROTOR 20HP-380V	17.176,00	1.511,49	274,82	<b>15.939,33</b>	29.910,15	26.881,68	10,13%
COMPR ROTOR 25HP-380V	20.144,00	1.772,67	322,30	<b>18.693,63</b>	35.418,15	31.526,81	10,99%
<b>Média da redução nos preços</b>							<b>7,54%</b>

Fonte: Elaborada pelo autor

Os itens relacionados foram calculados com base nas notas fiscais de compra, conforme explicado no capítulo 4.2.1, com o crédito de ICMS e acréscimo de frete, obtendo-se o custo final de cada produto. Ainda, apresentam-se os preços praticados atualmente, efetuando-se a comparação com os valores obtidos com o Markup proposto resultando, assim, na última coluna que demonstra o percentual possível de redução nos preços. Neste novo cenário será possível reduzir, em média, 7,54% dos valores desta linha. Com essa redução, pode-se alavancar as vendas de compressores de ar.

#### 4.1.3.2 Linha de Secadores

A próxima linha apresentada, é a de secadores de ar comprimido. Este produto possui uma grande demanda no cenário industrial, principalmente na região da Serra Gaúcha, pois devido ao inverno úmido, torna-se fundamental para oferecer um ar de qualidade para as linhas de produção.

Quadro 4 – Linha de Secadores

Descrição	Valores expressos em R\$						Redução nos preços
	Preço de custo	ICMS 8,80%	Frete 1,60%	Custo Final	Preço de Venda atual	Preço de Venda com o formato proposto	
SECADOR DE AR REFRIG 040PCM	3.179,00	279,75	50,86	<b>2.950,11</b>	5.310,20	4.735,81	10,82%
SECADOR DE AR REFRIG 070PCM	3.709,00	326,39	59,34	<b>3.441,95</b>	6.195,51	5.525,37	10,82%
SECADOR DE AR REFRIG 110PCM	4.239,00	373,03	67,82	<b>3.933,79</b>	7.080,83	6.314,92	10,82%
SECADOR DE AR REFRIG 150PCM	4.879,00	429,35	78,06	<b>4.527,71</b>	8.149,88	7.268,34	10,82%
SECADOR DE AR REFRIG 200PCM	5.829,00	512,95	93,26	<b>5.409,31</b>	9.736,76	8.683,57	10,82%
SECADOR DE AR REFRIG 250PCM	7.109,00	625,59	113,74	<b>6.597,15</b>	11.874,87	10.590,41	10,82%

Média da redução nos preços



**10,82%**

Fonte: Elaborada pelo autor

Conforme já explicado na seção 4.1.3.1, para os valores apurados utilizaram-se os mesmos critérios e, foi aplicado o novo Markup.

Essa é a única linha estudada que apresenta uma padronização atual de margem na formação do preço de venda, onde utiliza-se um markup atual divisor de 0,5556. Desta forma, todos os itens obtiveram uma redução média de 10,82%. Com a nova formação de preço e a redução significativa, pode-se esperar um aumento significativo nas vendas de secadores de ar comprimido.


#### 4.1.3.3 Linha de Ferramentas a Bateria

A linha de ferramentas a bateria é um grande potencial de mercado, aliando muita tecnologia empregada e visando a satisfação dos clientes. Com diversos produtos que atendem desde o consumidor final até grandes indústrias, trata-se de uma segmentação que provavelmente será tendência em um mercado futuro.

Quadro 5 – Linha de Ferramentas

(continua)

Descrição							Redução nos preços
	Preço de custo	ICMS/S T 10,22%	IPI 8%	Custo Final	Preço de Venda atual	Preço de Venda com o formato proposto	
CHAVE DE IMPACTO 3/8" 18V	1.262,34	129,01	100,99	<b>1.492,34</b>	2.686,21	2.099,12	21,86%
CHAVE DE IMPACTO 3/8" 18V	461,96	47,21	36,96	<b>546,13</b>	993,03	768,19	22,64%
CHAVE DE IMPACTO 1/2" 18V	1.585,00	161,99	126,80	<b>1.873,79</b>	3.172,82	2.635,67	16,93%
CHAVE DE IMPACTO 1/2" 18V	829,09	84,73	66,33	<b>980,15</b>	1.564,27	1.378,68	11,86%

Descrição	Valores expressos em R\$						Redução nos preços	
	Preço de custo	ICMS/ST 10,22%	IPI 8%	Custo Final	Preço de Venda atual	Preço de Venda com o formato proposto		
CHAVE DE IMPACTO 3/4" 18V	2.279,79	232,99	182,38	<b>2.695,17</b>	4.651,29	3.791,02	18,50%	
CHAVE DE IMPACTO 3/4" 18V	2.900,09	296,39	232,01	<b>3.428,49</b>	5.171,12	4.822,51	6,74%	
CHAVE DE IMPACTO 3/4" 18V	1.471,58	150,40	117,73	<b>1.739,70</b>	3.031,15	2.447,06	19,27%	
FURAD/PARAF DE IMP. 3/8" 12V	397,68	40,64	31,81	<b>470,14</b>	806,25	661,30	17,98%	
FURAD/PARAF DE IMP. 1/2" 18V	568,05	58,05	45,44	<b>671,55</b>	1.101,79	944,60	14,27%	
FURAD/PARAF DE IMP. 1/2" 18V	540,26	55,21	43,22	<b>638,70</b>	1.049,65	898,39	14,41%	
FURAD/PARAF DE IMP. 1/2" 18V	294,26	30,07	23,54	<b>347,87</b>	606,17	489,32	19,28%	
FURADEIRA PARAF IMP. 18V	1.428,32	145,97	114,27	<b>1.688,56</b>	2.900,17	2.375,13	18,10%	
FURADEIRA PARAF IMP. 18V	1.525,00	155,86	122,00	<b>1.802,86</b>	2.930,17	2.535,90	13,46%	
FURADEIRA PARAF IMP. 18V	1.446,35	147,82	115,71	<b>1.709,87</b>	2.718,20	2.405,11	11,52%	
FURADEIRA PARAF IMP. 18V	846,06	86,47	67,68	<b>1.000,21</b>	1.696,40	1.406,90	17,07%	
PARAFUSADEIRA DE IMP. 18V	1.109,66	113,41	88,77	<b>1.311,84</b>	2.161,15	1.845,23	14,62%	
PARAFUSADEIRA DE IMP. 18V	1.109,66	113,41	88,77	<b>1.311,84</b>	2.161,15	1.845,23	14,62%	
COMBO DE FERRAMENTAS	1.109,66	113,41	88,77	<b>1.311,84</b>	2.161,15	1.845,23	14,62%	
COMBO DE FERRAMENTAS	1.109,66	113,41	88,77	<b>1.311,84</b>	2.161,15	1.845,23	14,62%	
ESMERILHADEIRA 4.1/2" 18V	1.109,66	113,41	88,77	<b>1.311,84</b>	2.161,15	1.845,23	14,62%	
ESMERILHADEIRA 4.1/2" 18V	1.109,66	113,41	88,77	<b>1.311,84</b>	2.161,15	1.845,23	14,62%	
MARTELETE COMBINADO 18V	1.202,41	122,89	96,19	<b>1.421,49</b>	2.388,13	1.999,47	16,27%	
MARTELETE COMBINADO 18V	634,65	64,86	50,77	<b>750,28</b>	1.250,12	1.055,35	15,58%	
<b>Média da redução nos preços</b>								<b>15,80%</b>

Fonte: Elaborada pelo autor

Os itens mapeados foram calculados com base nos valores extraídos das notas fiscais e considerando ICMS/ST e IPI, conforme já explicado na seção da formação de Markup 4.2.3. Diante disso, aplicou-se o novo Markup e foi realizada a comparação de preços entre a realidade atual e o novo cenário proposto, obtendo-se, então, a coluna com o percentual de redução nos valores.

Nesta linha foi possível alcançar uma redução média de 15,80% com a utilização do novo Markup.

#### 4.1.3.4 Linha de Limpeza a Bateria

Esse segmento de produtos caracteriza-se por atender públicos diversos, desde clientes finais, indústrias e casas de saúde. Possibilitando uma limpeza eficiente e com grande poder de absorção, é uma solução já bastante utilizada, principalmente em grandes hospitais.

Quadro 6 – Linha de Limpeza

Descrição	Valores expressos em R\$						Percentual de redução nos preços
	Preço de custo	ST 27,53%	IPI - 10%	Custo Final	Preço de Venda atual	Preço de Venda com o formato proposto	
ASPIRADOR DE PO 12V	353,35	97,28	35,34	<b>485,96</b>	824,83	683,55	17,13%
ASPIRADOR DE PO 12V	145,66	40,10	14,57	<b>200,33</b>	318,13	281,78	11,43%
ASPIRADOR DE PO 12V	160,00	44,05	16,00	<b>220,05</b>	347,18	309,52	10,85%
ASPIRADOR DE PO 18V	168,76	46,46	16,88	<b>232,10</b>	385,12	326,47	15,23%
ASPIRADOR DE PO 18V	207,00	56,99	20,70	<b>284,69</b>	495,14	400,44	19,13%
ASPIRADOR DE PO 18V	168,76	46,46	16,88	<b>232,10</b>	388,24	326,47	15,91%
ASPIRADOR DE PO 18V	819,68	225,66	81,97	<b>1.127,31</b>	1.735,12	1.585,67	8,61%
ROBO ASPIRADOR 18V	3.662,90	1.008,40	366,29	<b>5.037,59</b>	8.577,18	7.085,87	17,39%

Média da redução nos preços



**14,46%**

Fonte: Elaborada pelo autor

Conforme explicado na seção 4.1.3.3, os itens desta linha seguiram os mesmos critérios para determinação do custo de aquisição e, em seguida, aplicação do novo Markup.

Com a utilização do novo Markup, será possível reduzir os preços, em média, em 14,46%. Com essa redução, em um mercado em franca expansão, espera-se um aumento relevante nas vendas desta linha de produtos.

No Quadro 7, apresenta-se uma síntese das reduções médias de preços das linhas de produtos analisadas.

Quadro 7 – Resultados obtidos

Linha de Produtos	Percentual Médio de Redução dos Preços
Linha de compressores	7,54%
Linha de Secadores	10,82%
Linha de Ferramentas	15,80%
Linha de Limpeza	14,46%

Fonte: Elaborada pelo autor

Conforme o Quadro 7 demonstra, com a aplicação do novo Markup, todas as linhas sofrerão redução de preços de forma significativa. A linha de ferramentas apresenta o percentual mais relevante, em contrapartida, os compressores apontam a menor redução comparada com as demais.

Baseado nos dados apresentados neste, pode-se concluir que a empresa objeto de estudo pode estar perdendo competitividade de mercado devido os preços praticados atualmente. Com isso, recomenda-se uma adequação nos preços por um período experimental, assim, será possível realizar uma comparação nas vendas e na rentabilidade do estabelecimento.



## 5. Conclusão

Este estudo de caso teve como objetivo demonstrar a importância da análise dos custos e a formação do preço de venda em um estabelecimento varejista localizado na Serra Gaúcha. Em um mercado globalizado, é fundamental entender a complexidade e o dinamismo dos custos para a apropriação correta dos mesmos, assim podendo formular um preço de venda competitivo e com a rentabilidade desejada pela empresa.

Neste contexto, o estudo teve como problema de pesquisa analisar quais os critérios que deveriam ser estabelecidos para a formação do preço de venda, de forma competitiva e rentável. Essa problemática foi estruturada e respondida com o desenvolvimento do estudo, podendo ser identificada de forma teórica no capítulo 2 e, também, demonstrada nos cálculos aplicados no capítulo 4.

Desta forma, conclui-se que, de fato as empresas de uma forma geral precisam olhar detalhadamente para a estruturação dos custos e a formação do preço de venda, os quais são pontos chaves para o sucesso de um negócio. Como o estudo apresentou alternativas que possam vir a contribuir para a competitividade da empresa objeto de estudo, pretende-se sugerir a utilização dos critérios e da sistemática demonstradas nesse estudo de caso, para a revisão dos critérios de formação de preço.

Reitera-se que este estudo se limitou a análise durante o primeiro semestre do ano de 2020. Sendo assim, sugere-se que as mesmas sejam mantidas e revisadas periodicamente pela empresa.

Para estudos futuros sugere-se a manutenção das análises de custos e formação de preços de venda. Também, pode-se analisar a temática para o Lucro Real para fins de comparabilidade com os resultados obtidos.

## Referências

ASSEF, Roberto. **Guia Prático de Formação de Preços**: aspectos mercadológicos, tributários e financeiros para pequenas e médias empresas. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595156357/cfi/6/2!/4/2/4@0:32.9>. Acesso em: 29 mar. 2020.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Formação de preços**: estratégias, custos e resultados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011531/cfi/6/2!/4/2/2@0:48.3>. Acesso em: 08 mar. 2020.

BERTÓ, Dalvio José; BEULKE, Rolando. **Gestão de Custos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise Gerencial de Custos**: aplicação em empresas modernas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522485048/cfi/0!/4/2@100:0.00>. Acesso em: 03 abr. 2020.

BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de custos, preços e lucros**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018431/cfi/6/2!/4/2/2@0:0>. Acesso em: 26 mar. 2020.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522481057/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>.  
Acesso em: 13 mar. 2020.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade de Custos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014181/cfi/6/2!/4/2@0.00:0>.  
Acesso em: 27 mar. 2020.

CRESWELL, John W.. **Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536323589/cfi/0!/4/2@100:0.00>.  
Acesso em: 26 mai. 2020.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de Custos e Formação de Preços: conceitos, modelos e ferramentas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022803/cfi/6/2!/4/2/2@0:0>. Acesso em: 24 mai. 2020.

FONTOURA, Fernando Batista Bandeira da. **Gestão de Custos: uma visão integradora e prática dos métodos de custeio**. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483723/cfi/0!/4/2@100:0.00>.  
Acesso em: 13 abr. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/cfi/6/2!/4/2@0:0>. Acesso em: 17 mai. 2020.

LORENTZ, Francisco. **Contabilidade e Análise de Custos: uma abordagem prática e objetiva**. 2. ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos Editora, 2019.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597013535/cfi/6/2!/4/2/2@0:19.6>.  
Acesso em: 23 mai. 2020.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018080/cfi/6/2!/4/2@0.00:0>.  
Acesso em: 29 mar. 2020.

MARTINS, Eliseu; ROCHA, Welington. **Métodos de Custeio comparados: custos e margens analisados sob diferentes perspectivas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522498314/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>. Acesso em: 03 abr. 2020.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade de custos: teoria, prática, integração com sistemas de informações (erp)**. São Paulo: Cengage Learning, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113835/cfi/0!/4/2@100:0.00>. Acesso em: 09 abr. 2020.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de Custos Fácil**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502202092/cfi/0!/4/4@0.00:5.40>. Acesso em: 03 abr. 2020.

SANTOS, Joel José dos. **Fundamentos de Custos para Formação do Preço e do Lucro** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522472147/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>. Acesso em: 26 mar. 2020.

SOUZA, Kath Kalry Nascimento de. **Formação do Preço de Venda – Mark up**. 2007. 15 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Pará, Pará, 2007. Disponível em: <http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Kath-Kalry-Nascimento-de-Souza-Forma%C3%A7%C3%A3o-do-Pre%C3%A7o-de-Venda-Mark-Up.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2020.

STOPATTO, Mauro. **Contabilidade de Custos Simplificada e Interativa: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Atlas, 2020. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024739/cfi/6/2!/4/2/2@0:9.94>. Acesso em: 09 abr. 2020.

VEIGA, Windsor Espenser; SANTOS, Fernando de Almeida. **Contabilidade de Custos: gestão em serviços, comércio e indústria**. São Paulo: Atlas, 2016. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008357/cfi/6/2!/4/2/2@0:1.09>. Acesso em: 27 abr. 2020.

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. **Contabilidade de Custos: um enfoque direto e objetivo**. 12. ed. São Paulo: Saraiva, 2018. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547220808/cfi/0!/4/4@0.00:36.0>. Acesso em: 18 mar. 2020.

WERNKE, Rodney. **Gestão de Custos: Uma Abordagem Prática**. Ed Atlas, São Paulo, 2001.

WERNKE, Rodney. **Análise de Custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2019. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131860/cfi/0!/4/2@100:0.00>. Acesso em: 27 abr. 2020.

YANASE, João. **Custos e formação de preços**: importante ferramenta para tomada de decisões. São Paulo: Trevisan Editora, 2018. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595450257/cfi/0!/4/2@100:0.00>.  
 Acesso em: 06 mar. 2020.

YIN, Robert K.. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Disponível em:  
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582602324/cfi/0!/4/4@0.00:58.5>.  
 Acesso em: 23 mai. 2020.

## Anexo A

CUSTOS FIXOS - 2020	jan/20	fev/20	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20
13º SALÁRIO	5.512,19	5.512,19	5.512,19	5.512,19	5.512,19	5.512,19
ÁGUA	130,40	143,16	130,40	124,02	98,50	143,16
ALIMENTAÇÃO	2.082,59	1.651,30	790,00	1.193,50	1.333,00	2.152,50
ALUGUEL / GARAGEM	4.277,84	4.277,84	4.277,84	3.073,58	2.141,87	4.483,32
BRINDES / DOAÇÕES	1.162,00	1.628,15	106,96	1.000,00	200,63	109,20
CAIXA E BANRISUL - EMPRÉSTIMOS / CONSÓRCIOS	1.247,09	903,26	6.351,41	6.273,21	6.252,36	6.208,78
CARTÃO DE CRÉDITO	44,58	18,75	18,75	18,75	18,75	18,75
CELULAR - CLARO	1.786,62	1.788,92	1.778,24	1.900,20	1.919,68	1.857,70
COMBUSTÍVEL	4.044,70	7.023,65	6.644,97	4.487,91	2.367,01	4.700,96
COMERCIAL - VENDEDORES	1.075,00	1.287,00	485,00	255,00	944,24	1.283,00
CONSULTAS SPC / SERASA	396,05	548,97	381,43	411,27	212,13	396,41
CONTABILIDADE	4.927,25	4.934,75	4.933,00	4.930,25	4.930,25	4.932,40
CORREIO	68,00	124,70	191,80	238,80	76,40	50,95
CURSOS / PALESTRAS	0,00	275,00	235,00	0,00	0,00	0,00
ENERGIA ELÉTRICA	1.474,78	910,48	1.143,93	1.239,73	1.183,59	512,66
FÉRIAS	1.505,76	1.505,76	1.505,76	1.505,76	1.505,76	1.505,76
FGTS	8.167,91	5.368,72	5.386,28	5.084,75	265,44	0,00
INSS	23.833,18	21.301,15	21.098,23	9.442,57	8.381,06	15.825,61
INTERNET	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
IOF	89,23	17,44	0,00	0,00	0,00	0,00
IPVA	672,98	672,98	672,98	672,98	672,98	672,98
IRF	3.959,50	545,06	1.205,38	1.605,16	1.254,49	838,62
JUROS BANCÁRIOS	111,25	28,58	0,00	0,17	1,71	1,32
LAVAGEM	320,00	240,00	170,00	225,00	190,00	245,00
LOCAÇÃO EQUIPAMENTOS	615,89	712,04	809,69	615,89	622,34	521,89
MANUT. / MAT. INFORMÁTICA	1.891,08	1.359,27	803,85	591,95	425,00	2.917,05
MANUTENÇÃO VEÍCULOS	1.395,00	1.710,20	1.413,30	3.636,50	1.571,00	2.789,22
MANUTENÇÃO PREDIAL	100,00	0,00	95,00	0,00	38,00	187,43
MATERIAL CONSUMO ASSISTÊNCIA	1.612,55	543,07	1.494,03	1.201,44	4.719,91	851,05
MATERIAL ESCRITÓRIO	205,45	588,25	0,00	506,45	534,30	195,09
MATERIAL EXPEDIENTE	1.001,00	545,80	549,10	1.210,67	1.099,91	754,00
PEDÁGIO / ESTACIONAMENTO	124,00	37,65	72,70	124,00	12,05	60,60

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS / DIVERSOS	5.245,28	15.736,34	8.221,75	8.679,65	8.288,70	9.537,04
PRÓ-LABORE	16.530,99	16.530,99	16.531,59	16.526,78	16.571,27	16.527,45
PUBLICIDADE	2.710,99	2.166,80	691,57	1.526,00	2.602,00	1.613,00
REFEIÇÕES COLETIVAS	3.200,00	3.360,00	3.460,00	3.020,00	1.780,00	2.420,00
RESCISÕES TRABALHISTAS - INSS / FGTS	0,00	0,00	0,00	4.569,26	2.310,33	0,00
SALARIOS / DESP. C/ FUNCIONARIOS	38.859,80	52.366,11	59.430,46	50.304,97	41.875,76	43.761,96
SAUDE OCUPACIONAL	470,00	0,00	180,00	440,00	130,00	0,00
SEGUROS VEICUL / PRED / VIDA	1.782,70	1.782,70	1.782,70	1.782,70	1.782,70	1.782,70
SERVIÇO DE VIGILÂNCIA	1.233,20	233,20	233,20	233,20	233,20	233,20
SICREDI - EMPRESTÍMOS	17.639,87	18.177,80	15.680,70	16.850,59	16.648,31	15.616,27
SINDICATO / MENSALIDADES / ASSINAT.	412,17	432,24	686,28	464,31	432,24	420,24
SOFTWARE	1.288,73	1.288,73	1.288,73	1.288,73	1.288,73	1.288,73
TACCHIMED	4.620,91	4.689,22	4.618,90	5.048,63	4.588,63	5.168,28
TARIFAS DIVERSAS	1.632,50	2.305,27	2.044,06	2.267,37	2.148,68	2.331,28
TELEFONE FIXO	851,74	851,74	851,74	851,74	851,74	851,74
VALE TRANSPORTE	199,75	199,75	199,75	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL CUSTO FIXOS - 2020</b>	<b>170.672,50</b>	<b>186.484,98</b>	<b>184.318,65</b>	<b>171.095,63</b>	<b>150.176,84</b>	<b>161.439,49</b>

<b>FATURAMENTO MENSAL</b>	<b>783.051,03</b>	<b>621.971,48</b>	<b>449.173,31</b>	<b>467.903,20</b>	<b>532.115,77</b>	<b>585.181,02</b>
<b>% CUSTOS FIXOS</b>	<b>21,80%</b>	<b>29,98%</b>	<b>41,04%</b>	<b>36,57%</b>	<b>28,22%</b>	<b>27,59%</b>
<b>FATURAMENTO ANUAL - 2020</b>	<b>3.439.395,81</b>					
<b>% CUSTOS FIXOS - MÉDIA ANUAL - 2020</b>	<b>29,78%</b>					
<b>MEDIA FATURAMENTO MENSAL</b>	<b>573.232,64</b>					

<b>CUSTOS VARIÁVEIS - 2020</b>	<b>jan/20</b>	<b>fev/20</b>	<b>mar/20</b>	<b>abr/20</b>	<b>mai/20</b>	<b>jun/20</b>
COFINS	7.686,06	11.229,89	17.107,98	10.516,47	12.168,46	0,00
COMISSÕES	22.763,53	15.975,70	15.112,38	9.152,75	12.354,87	14.762,64
COMPRAS	367.200,89	428.559,39	351.223,66	108.858,93	226.050,06	240.681,76
CSLL	5.862,60	5.921,23	5.935,30	5.862,60	5.921,23	5.935,30
CSLL PARCELADO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ICMS	17.117,19	39.369,87	25.503,25	13.409,24	30.442,13	25.517,97
IRPJ	8.856,73	8.945,30	8.966,55	8.856,73	8.945,30	8.966,55
IRPJ ADICIONAL	0,00	0,00	7.028,09	0,00	0,00	5.219,88
PIS	1.638,13	4.599,81	3.706,72	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL CUSTO VARIÁVEIS - 2020</b>	<b>431.125,13</b>	<b>514.601,19</b>	<b>434.583,93</b>	<b>156.656,72</b>	<b>295.882,05</b>	<b>301.084,10</b>

<b>FATURAMENTO MENSAL</b>	<b>783.051,03</b>	<b>621.971,48</b>	<b>449.173,31</b>	<b>467.903,20</b>	<b>532.115,77</b>	<b>585.181,02</b>
<b>% CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>55,06%</b>	<b>82,74%</b>	<b>96,75%</b>	<b>33,48%</b>	<b>55,60%</b>	<b>51,45%</b>
<b>FATURAMENTO ANUAL - 2020</b>	<b>3.439.395,81</b>					
<b>% CUSTOS VARIÁVEIS - MÉDIA ANUAL - 2020</b>	<b>62,04%</b>					
<b>IRPJ ADICIONAL</b>	<b>12.247,97</b>					
<b>% DE IRPJ ADICIONAL</b>	<b>0,36%</b>					
<b>COMISSÕES</b>	<b>90.121,87</b>					
<b>% DE COMISSÕES</b>	<b>2,62%</b>					