

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

FERNANDA TORRES FRASSETTO PEGORARO

**FORMANDO PREÇO PARA UMA LOJA DE LOCAÇÃO DE TRAJES NA
CIDADE DE CAXIAS DO SUL – RS.**

CAXIAS DO SUL

2018

FERNANDA TORRES FRASSETTO PEGORARO

**FORMANDO PREÇO PARA UMA LOJA DE LOCAÇÃO DE TRAJES NA CIDADE
DE CAXIAS DO SUL – RS.**

Monografia apresentada como requisito
para a obtenção do Grau de Bacharel em
Ciências Contábeis da Universidade de
Caxias do Sul

Orientador TCC I: Prof. Ma. Maria Salete
Goulart Martins Denicol.
Orientador TCC II: Prof. Ma. Maria Salete
Goulart Martins Denicol.

CAXIAS DO SUL

2018

FERNANDA TORRES FRASSETTO PEGORARO

**FORMANDO PREÇO PARA UMA LOJA DE LOCAÇÃO DE TRAJES NA CIDADE
DE CAXIAS DO SUL – RS.**

Monografia apresentada como requisito
para a obtenção do Grau de Bacharel em
Ciências Contábeis da Universidade de
Caxias do Sul

Orientador TCC I: Prof. Ma. Maria Salete
Goulart Martins Denicol.
Orientador TCC II: Prof. Ma. Maria Salete
Goulart Denicol

Aprovado (a) em ____/____/____

Banca Examinadora:

Presidente

Prof^a. Ma. Maria Salete Goulart Denicol
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Examinadores:

Prof. Ma. Luciani da Silva Muniz
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Prof. Me. Tarcisio Neves da Fontoura
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Dedico esse trabalho a todos meus familiares e amigos que sempre estiveram ao meu lado, me apoiando, em especial a (ao meu marido Rafael e minha mãe Rose) que me deram força e inspiração para que este trabalho atingisse os objetivos.

AGRADECIMENTOS

Quero expressar meus agradecimentos a todas as pessoas que, de uma forma ou de outra, colaboraram para que este trabalho fosse realizado. Em especial a minha orientadora, Prof. Ma. Maria Salete Goulart Martins Denicol, pela sua competência, paciência e orientação durante todo o desenvolvimento desta monografia.

Agradeço de forma toda especial, aos meus pais, que sempre me apoiaram, minha mãe e chefe por ter tanta calma e paciência, pelos incentivos mostrando que sou capaz.

Ao meu marido e companheiro por sempre me apoiar e acreditar em mim, me ajudando sempre que possível para que essa monografia fosse realizada.

A todos eu agradeço profundamente por me fazerem acreditar e nunca permitirem que eu cedesse a tentação de desistir.

Aos meus amigos, pelas alegrias e tristezas compartilhadas, e principalmente a Deus por toda a força para a concretização desta etapa tão importante em minha vida.

“Toda vitória é alcançada com luta e sofrimento; porém a luta passa, o sofrimento é apenas temporário, mas a vitória que se consegue permanece.”

James Allen

RESUMO

As empresas, por menores que sejam, necessitam de um estudo interno para a precificação dos seus itens. Assim, é indispensável o conhecimento e o gerenciamento dos custos dos seus produtos ou serviços. As informações geradas auxiliam os gestores para a tomada de decisões e, assim, manterem-se estáveis no mercado. No entanto, muitas empresas nascem sem ter conhecimento sobre os métodos de custeio que auxiliam a formar e a flexibilizar os preços, precificando puramente com preço de mercado, o que muitas vezes não é suficiente para suprir as necessidades da empresa. Esse estudo de caso tem por objetivo mostrar procedimentos de custeio para calcular o preço de locação em uma loja de locação de trajes localizado na cidade de Caxias do Sul – RS, apresentando os principais conceitos de contabilidade gerencial e de contabilidade de custos, que deram embasamento para o estudo e também calcular o preço de locação de 4 grupos de trajes. A pesquisa se qualifica como descritiva, sua metodologia é bibliográfica e o estudo de caso é qualitativa. Com esse estudo conclui-se que a empresa está obtendo lucro na precificação de seus trajes, pois ao analisar os preços que estavam sendo empregados com os preços calculados, notou-se que o preço praticado está sendo capaz de cobrir todos custos e despesas e, ainda, disponibilizar um lucro bom para a empresa, e possibilitou aos gestores da empresa ter autonomia na hora da negociação, por haver conhecimento dos preços.

Palavras chave: Contabilidade Gerencial. Custos por absorção. Mark-up. Depreciação Preço de locação. Loja de locação de trajes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Representação gráfica do comportamento dos custos fixos e variáveis...	24
Figura 2 - Gráfico representativo da depreciação pela soma dos dígitos.....	26
Figura 3 - Esquema básico de custeio por absorção.	30
Figura 4 - Gráfico comparativo dos preços de locação	53
Figura 5 - Gráfico comparativo dos lucros.....	54

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fórmula para encontrar o preço de venda utilizando o custeio por absorção.....	29
Quadro 2 - Centros de custos na departamentalização	31
Quadro 3 - Demonstração de resultado para custeio por absorção	31
Quadro 4 - Demonstração de resultado para custeio variável.....	33
Quadro 5 - Fórmula do <i>mark-up</i> (multiplicador).....	37
Quadro 6 - Fórmula do <i>mark-up</i> (divisor);	38

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Custos e despesas do mês de fevereiro de 2018.	47
Tabela 2 - Tempo médio para todo o processo da locação.	48
Tabela 3 - Percentual equivalente ao tempo total utilizado para as locações	49
Tabela 4 - Rateio de custos e despesas	49
Tabela 5 - Custo + depreciação	50
Tabela 6 - Cálculo do <i>mark-up</i>	51
Tabela 7 - Preço de locação	51
Tabela 8 - Diferença entre o preço praticado o proposto	52

LISTA DE ABREVIATURAS

Ms.	mestre
n.	número
nº.	número
p.	página
prof.	professor

LISTA DE SIGLAS

CFC –	Conselho Federal de Contabilidade
CIF-	Custo indireto de fabricação
CNAE -	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CPC -	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
CV -	Custo variável
DP-	Despesa variável
DRA-	Doutora
ET. AL-	E outros
IBGE -	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ISS-	Imposto sobre Serviço de qualquer natureza
MC -	Margem de contribuição
NBC -	Normas Brasileiras de Contabilidade
NBR –	Norma Brasileira de Regulamentação
SEBRAE-	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
UCS –	Universidade de Caxias do Sul

LISTA DE SÍMBOLOS

%	por cento
h	horas
m ²	metro quadrado
min	minutos
R\$	reais
s	segundos

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO	15
1.2	TEMA E QUESTÃO DE PESQUISA	16
1.3	OBJETIVOS	17
1.3.1	Objetivo geral	17
1.3.2	Objetivos específicos	17
1.4	ESTRUTURA DO ESTUDO	17
2	CONTABILIDADE	18
2.1	SURGIMENTO DA CONTABILIDADE	18
2.2	CONTABILIDADE GERENCIAL	19
2.3	CONTABILIDADE DE CUSTOS	19
2.3.1	Tipos de gastos: custos e despesas	21
2.3.2	Classificação dos custos	22
2.3.3	Custos diretos e indiretos	22
2.3.4	Custos fixos e custos variáveis	23
2.4	IMOBILIZADO	24
2.5	DEPRECIÇÃO	25
2.6	MÉTODOS DE CUSTEIO	27
2.6.1	Custeio por absorção	28
2.6.2	Custeio variável	32
2.6.3	Margem de contribuição	33
2.6.4	Custeio baseado nas atividades ABC	34
2.7	FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA	35
2.7.1	Formação do mark-up	36
2.8	CUSTOS NAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS	38
2.9	CONTRATO DE LOCAÇÃO DE COISAS	38
3	METODOLOGIA	41
3.1	DELINEAMENTO DA PESQUISA	41
3.2	PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	42

4	ESTUDO DE CASO EM UMA LOJA DE LOCAÇÃO DE TRAJES NA CIDADE DE CAXIAS DO SUL – RS.....	43
4.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DA EMPRESA.....	43
4.1.1	Missão, visão e valores:	44
4.1.2	Estrutura da empresa	45
4.1.3	Mercado de atuação.....	45
4.1.4	Processo de locação de trajes.....	45
4.2	CÁLCULO DO TEMPO UTILIZADO PARA RATEIO DE CUSTOS E DESPESAS.....	46
4.2.1	Custos e despesas.....	47
4.2.2	Departamentalização.....	48
4.2.3	Depreciação.....	50
4.2.4	Mark-up	50
4.3	CONSIDERAÇÕES FINAIS DO ESTUDO DE CASO	51
5	CONCLUSÃO	55
	REFERÊNCIAS.....	57
	APÊNDICE A - TABELA DE TEMPO GASTO PARA O PROCESSO TOTAL DE LOCAÇÃO.	62
	APÊNDICE B - CÁLCULO DA DEPRECIÇÃO ANUAL E MENSAL.	63
	APÊNDICE C – CÁLCULO PARA ENCONTRAR O LUCRO INDIVIDUAL DOS TRAJES	65

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO

O ramo da locação de trajes para eventos sociais vem crescendo muito nos últimos anos na região Sul. O empresário que escolher esse ramo tem a oportunidade de crescer e lucrar, alugando várias vezes os mesmos produtos, sem a necessidade de repor as peças com tanta frequência.

Na atualidade, essas lojas se destacam devido ao custo mais baixo para o consumidor que tem eventos sociais como: casamentos, formaturas, festa de 15 anos e outros. As pessoas, muitas vezes, se deparam com a necessidade de adquirir roupas diferenciadas daquelas que normalmente têm em seus armários, o que acaba sendo um investimento elevado se adquirido em comércios centrais.

É preciso considerar, não somente as roupas, mas também acessórios e sapatos, gerando um custo alto, pois quase sempre são usados apenas em um evento, visto que a maioria das mulheres não gosta de repetir o uso das peças em diferentes ocasiões.

Conforme a dentista Flavia Lima em uma matéria do site Portal do Consumidor.

Festa é sempre motivo para roupa nova. Nenhuma mulher gosta de repetir o vestido, mas, em vez de comprar, muitas preferem alugar. Fica mais barato e tem outra vantagem, o vestido também sai de moda, então você acaba optando por alugar o vestido porque é muito mais prático (PORTAL DO CONSUMIDOR, 2006).

Nestes casos, as pessoas procuram as lojas de aluguel de roupas, onde terão a oportunidade de usar um traje fino, diferente do que já foi usado anteriormente e com um valor mais acessível se comparado com o de compra.

Além disso, uma das preocupações das pessoas é como será vista no meio social, então preferem não repetir o mesmo traje, por isso procuram as lojas de alugueis, nas quais pagam um valor acessível e negociável, e não existem preocupações com lavar, passar e reparar danos causados no uso. Esse serviço a própria loja oferece, entrega a roupa limpa, ajustada e passada, pronta para o uso. E, às vezes, complementada de sapatos e acessórios, já incluídos no valor da locação.

Por se tratar de empresas de pequeno e médio porte, poucas vezes se utilizam da contabilidade de custos, por isso aplicam o preço de mercado, no qual não existe estudo confirmando se o valor é adequado para tal item ou se ele vai suprir toda a necessidade da empresa. Utilizando-se de um método de custeio, é notória a possibilidade de obter uma melhor lucratividade na empresa e desenvolver estratégias para enfrentar a concorrência, sem colocar em risco a empresa.

A proposta desta pesquisa é identificar o preço a ser cobrado no aluguel de trajes para festas, porque a empresa está utilizando o método de valor competitividade. É necessário saber quando alterar o valor, como depreciar os produtos e como demonstrar a lucratividade.

Com o objetivo de facilitar os cálculos de preço de venda desse tipo de comércio o estudo aqui proposto busca desenvolver uma metodologia onde serão inseridas as despesas, os custos e a margem de lucro, para que seja possível calcular o valor correto do preço de locação e verificar se o que está sendo cobrado é viável para a empresa.

1.2 TEMA E QUESTÃO DE PESQUISA

Em um mercado altamente competitivo, para se ter sucesso em uma empresa é preciso administrar bem o negócio, sendo assim, o cálculo dos custos e preço de venda são importantes pois são ferramentas auxiliares para a tomada de decisão.

A questão de pesquisa que o estudo se propõe a responder é: Quais os procedimentos necessários para que uma empresa do ramo de locação de roupas para festas em Caxias do sul-RS possa calcular o preço das locações dos traje com o auxílio de um método de custeio? Embora já existam livros e estudos que falam sobre o preço de venda, a questão sobre preço de locação está bem vago, diante disso, será realizado o estudo sobre preço de locação para uma loja de aluguel de trajes para festas, localizada na cidade de Caxias do Sul – RS, enquadrada no regime tributário do Simples Nacional conforme a Lei complementar nº123/2006.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo geral

Identificar quais os procedimentos corretos para calcular o preço de locação de alguns produtos em uma empresa do ramo de locações de roupas para festa localizada na cidade de Caxias do Sul – RS.

1.3.2 Objetivos específicos

- Realizar uma pesquisa bibliográfica dos métodos de custeio e formação do preço de venda.
- Identificar qual é o método de custeio apropriado para esse ramo de atividade.
- Desenvolver os cálculos necessários para esse diagnóstico.
- Comparar os preços propostos com os preços praticados, através do mark-up.

1.4 ESTRUTURA DO ESTUDO

A estrutura do estudo está dividida em 5 capítulos. O primeiro capítulo é composto pela introdução, uma breve contextualização do estudo, o tema e a questão de pesquisa, os objetivos gerais e específicos a fim de expor a importância e viabilidade do trabalho.

No segundo capítulo são abordados através de fundamentação teórica, os conceitos: contabilidade gerencial, contabilidade de custos, métodos de custeio, preço de venda.

A metodologia utilizada está descrita no terceiro capítulo, evidenciando os procedimentos utilizados para realizar a pesquisa e os objetivos propostos no primeiro capítulo.

O Estudo de caso é apresentado no quarto capítulo, onde foram utilizados cálculos, fórmulas e planilhas para o desenvolvimento do estudo.

Por fim, o quinto e último capítulo apresenta, as principais conclusões geradas através desse estudo.

2 CONTABILIDADE

2.1 SURGIMENTO DA CONTABILIDADE

Para Santos (2006), a contabilidade nasceu quando o homem começou a trocar a vida nômade por lugares fixos, optando por mudar de estilo de vida e com o passar do tempo criaram patrimônios, surgindo a necessidade de controlar, manifestando, assim, os primeiros registros de medição e controle, dando início às primeiras noções de contabilidade.

Guerra (2010, p.2), afirma que “a contabilidade surgiu na Pré-História. Desde o primeiro momento em que o homem se tornou proprietário de alguma coisa, já utilizou um sistema de controle de seu patrimônio. ”.

Para Ribeiro (2013):

A origem dos procedimentos contábeis como mecanismo de controle das operações econômicas relativas às compras, às vendas e aos investimentos realizados pelo homem se perde no tempo. Entretanto, a contabilidade se firmou como ciência com o advento do método das partidas dobradas, no final do século XV. O método das partidas dobradas fundamenta-se na relação débito/crédito, tendo sido divulgado pela primeira vez pelo frade franciscano Luca Pacioli, em seu livro sobre geometria e aritmética, lançado em 1494 na cidade de Veneza na Itália. Esse fantástico mecanismo contábil passou a ser utilizado universalmente, chegando até nossos dias como eficiente instrumento de controle que pode ser aplicado tanto aos patrimônios de pessoas físicas como aos patrimônios de pessoas jurídicas, tenham elas finalidade lucrativa ou não. (RIBEIRO, 2013, p.3).

Hastings (2010), completa que uma das vantagens do método das partidas dobradas era que ele assegura a coerência interna de contabilização de uma organização, tendo assim a confirmação de que a soma das origens de valores deve ser igual à soma dos destinos.

Para Hastings (2010), a Contabilidade é tão antiga quanto o comércio, antigamente as pessoas trocavam um porco que haviam criado por verduras que outros haviam plantado, e não se tinham registros contábeis, por não haver necessidade e nem curiosidade de como estavam os negócios. Ele acrescenta ainda que a partir do momento em que começaram a fazer promessas de entregar o porco depois de gordo em troca das verduras entregues hoje, perceberam que havia a necessidade de registro das trocas.

Para Guerra (2010, p.2), “Contabilidade é a geração de informações

destinadas a apoiar o processo de tomada de decisão”.

2.2 CONTABILIDADE GERENCIAL

Para Bruni e Famá (2008) a contabilidade consiste em registrar mutações que ocorreram no patrimônio de uma entidade, mas, dependendo do usuário e do tipo de informação necessária, a contabilidade pode assumir diferentes formas, tais como: contabilidade financeira, contabilidade gerencial e contabilidade de custos.

Os mesmos autores acima definem que contabilidade gerencial é “voltada à administração de empresas, não se condiciona às imposições legais e tem o objetivo de gerar informações úteis para a tomada de decisões” (BRUNI; FAMÁ, 2008, p.20).

A contabilidade gerencial consiste em auxiliar os administradores a alcançar suas metas e também as empresas que visam lucros. Para alcançar a lucratividade desejada, o fornecedor procura sempre diminuir custos e melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, enquanto o cliente procura melhor produto com preço menor. Assim, para ajudar a organização nessa batalha de custo benefício surgiu a contabilidade gerencial (RIBEIRO, 2011).

Para Tarifa e Silva (2009):

As informações da contabilidade gerencial são voltadas exclusivamente ao público interno da organização, porque a contabilidade gerencial é desenvolvida para atender as necessidades de planejamento, controle e avaliação de desempenho. O público externo não iria compreender tais informações, pois não há uniformidade de comparação entre empresas e não são seguidas regras definidas (Tarifa; Silva, 2009, p.14).

Ribeiro (2011) diz que a contabilidade gerencial auxilia os gerentes na hora de orientar os trabalhadores na execução de suas tarefas, impedindo gastos desnecessários e aumentando o rendimento da produção. Os engenheiros também recebem orientações de como realizar seus projetos de forma eficiente, enfim a entidade em si recebe muitas informações importantes para a continuidade saudável dos negócios.

2.3 CONTABILIDADE DE CUSTOS

Ferreira (2007) afirma que a Contabilidade de custos surgiu na Inglaterra, no

final do século XVIII, através da Revolução Industrial. As empresas que surgiram devido à profunda modificação no sistema produtivo, sentiam a necessidade de informações contábeis mais adequadas, porque passaram a transformar as matérias primas, que antes eram compradas prontas, surgindo, assim, necessidades por informações corretas, para precificar os produtos.

Conforme Neves (2013), com o passar do tempo e o crescimento das indústrias, a contabilidade teve que se adaptar aos procedimentos de apuração do resultado das empresas comerciais, que antes só revendiam mercadorias e agora estavam fabricando. A solução que encontraram foi de usar o mesmo esquema das empresas comerciais para encontrar o resultado, porém substituindo o item compras pelo pagamento dos materiais e gastos utilizados para a fabricação, denominando custo de produção, chamando esse novo esquema de contabilidade de custos.

Para Martins (2010), as primeiras preocupações dos contadores eram utilizar a contabilidade de custos para resolver seus problemas de mensuração monetária dos estoques e dos resultados, não tinham a visão de fazer um instrumento de uso administrativo. Por esse motivo a contabilidade de custos deixou de ser evoluída por um bom tempo.

O mesmo autor afirma que com o crescimento das empresas houve a necessidade do auxílio dessa ferramenta para o melhor desempenho da administração e gerenciamento das entidades, com isso obteve-se uma nova visão por parte dos usuários de custos nas últimas décadas.

Através do uso da contabilidade de custos é possível acompanhar efetivamente o acontecido para comparação com os valores anteriormente definidos. (Martins, 2010).

Conforme Leone (2012),

A Contabilidade de Custos projeta e opera sistemas de custos, determina os custos por departamentos, por função, por centros de responsabilidades, por atividades, por produtos, por territórios, por períodos e por outros segmentos faz a estimacão de custos, estabelece padrões, manipula custos históricos, compara custos de diferentes períodos, compara custos reais com custos calculados, determina custos de alternativas, interpreta e apresenta informacões de custos como um auxílio à gerencia no controle de operacões correntes e futuras. (LEONE, 2012, p. 47)

Cortiano (2014) ressalta que a contabilidade de custos, inicialmente, exercia a função de fornecer informacões para avaliacaão de estoques e apuracaão de

resultados, mas que, nas últimas décadas, evoluiu suas funções, contribuindo com a contabilidade gerencial, trazendo informações através dos dados de custos para o auxílio ao controle e para a tomada de decisões.

Para Morante e Timaco (2009, p.2) “custos são como as unhas: é preciso corta-las de forma sistemática e periódica. Se não o fizermos, as unhas grandes farão com que nossos dedos fiquem praticamente inutilizados, perdendo grande parte de sua função”.

Bruni e Famá (2004, p.21) afirmam que o termo “custo” na contabilidade de custo significa “medidas monetárias dos sacrifícios com os quais uma organização tem que arcar a fim de atingir seus objetivos”.

Martins (2003, p.25) do mesmo modo, declaram que o custo, de uma forma simplificada, dentro da contabilidade de custo quer dizer “gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços”.

2.3.1 Tipos de gastos: custos e despesas

Conforme Bruni e Famá (2011) uma das primeiras discussões da nomenclatura da contabilidade de custos era a diferença entre custos e despesas, os autores ressaltam que custos “vão para prateleiras”, sendo assim estão nos estoques, pois são consumidos durante a produção ou na execução da prestação de serviço, enquanto as despesas estão vinculadas ao período, não estão associados diretamente na produção ou serviços prestados, são gastos administrativos, gastos com vendas, gastos que possuam espécie não fabril.

Ainda os mesmos autores, Bruni e Famá (2011), explicam que despesas não estão diretamente associadas à fabricação do produto, mas sim à obtenção de receitas, como por exemplo comissões e salários dos vendedores, gastos com funcionários do setor administrativo e outros. Para eles custos são gastos ligados diretamente à fabricação do produto, exemplo disso são a matéria prima, as embalagens, a mão de obra fabril, entre outros.

Para Crepaldi (2010), a diferença entre custo e despesa é que custo é tudo o que é gasto no processo produtivo e só ira mudar o resultado da parcela do gasto que condiz aos produtos vendidos. Já as despesas são todos os outros gastos que não correspondem à produção. São os gastos que são possíveis reconhecer na administração, gastos financeiros e que correspondem às vendas, que vão reduzir a

receita, as despesas afetam diretamente o resultado do exercício.

2.3.2 Classificação dos custos

A metodologia utilizada na gestão dos custos tem diversas formas de classificação, depende se é ligada ao produto ou ao serviço, se é associada à fabricação do produto (por unidade) ou de acordo com o volume de produtos fabricados. Os primeiros custos podem ser classificados em custos diretos e indiretos (BRUNI; FAMÁ, 2008).

2.3.3 Custos diretos e indiretos

Para Dubois, Kulpa e Souza (2009), através de medidas de consumo ou de forma arbitrária, como rateios ou estimativas, é possível encontrar os tipos de custos, para bens e/ou serviços produzidos pela empresa.

Segundo Santos (2014), os custos, em função do objeto, podem ser classificados como diretos e indiretos:

Custos Diretos são aqueles alocados diretamente a um produto ou serviço e que podem ser medidos por quilos, litros, quantidade de peças, horas trabalhadas e outros.

Custos Indiretos não estão relacionados diretamente a um produto ou serviço. Como por exemplo o custo de energia elétrica de uma fábrica, que não pode ser relacionado a todas as máquinas que funcionam, separadamente, a não ser que se coloque um medidor em cada máquina que consuma eletricidade.

Ainda sobre custos diretos e custos indiretos Crepaldi (2010) comenta que:

Custos Diretos. São os que podem ser diretamente (sem rateio) apropriados aos produtos, bastando existir uma medida de consumo (quilos, horas de mão de obra ou de máquina, quantidade de força consumida etc.). De maneira geral, associam-se a produtos e variam proporcionalmente à quantidade produzida. Custos indiretos. São os que, para serem incorporados aos produtos, necessitam da utilização de algum critério de rateio. Exemplos: aluguel, iluminação, depreciação, salários de supervisores etc (CREPALDI, 2010, p.8).

Para Martins (2010, p.49), “cada vez que é necessário utilizar qualquer fator de rateio para a apropriação ou cada vez que há o uso de estimativas e não de

medição direta, fica o custo incluído como indireto”.

A classificação custos diretos e indiretos em função do volume de produção dará ênfase à quantidade de produtos. Assim devem ser subdivididos em fixos ou variáveis (Dubois; Kulpa; Souza,2009).

2.3.4 Custos fixos e custos variáveis

Para Dubois, Kulpa e Souza (2009), custos fixos são aqueles que não dependem da quantidade produzida pela empresa dentro de um período relevante, serão sempre iguais. De acordo com os autores, não haverá mudança no custo fixo em função da variação da quantidade produzida.

Conforme Megliorini (2011), custos fixos são aqueles que independem da quantidade produzida pela empresa, serão sempre os mesmos. Como exemplos desses custos temos aluguel e depreciação. Megliorini reforça ainda, que os custos variáveis são o contrário, esses dependem da quantidade produzida, ou seja, variam conforme a empresa for produzindo. São exemplos a matéria-prima e a energia elétrica, quanto maior a produção maior o consumo.

Conforme Martins (2010)

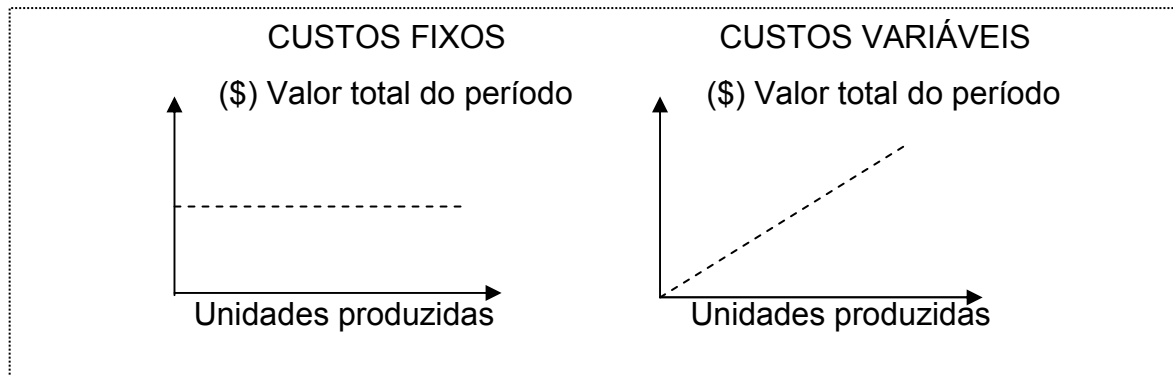
Por exemplo, o valor global de consumo dos materiais diretos por mês depende diretamente do volume de produção. Quanto maior a quantidade produzida, maior seu consumo. Dentro, portanto, de uma unidade de tempo (mês, nesse exemplo), o valor do custo com tais materiais varia de acordo com o volume de produção; logo, materiais diretos são Custos Variáveis. Por outro lado, o valor do aluguel do imóvel em que ocorre a produção geralmente é contratado por mês, independentemente de aumentos ou diminuições naquele mês do volume elaborado de produtos. Por isso o aluguel, geralmente, é um Custo Fixo. (MARTINS, 2010, p.50)

Quando ocorre a eliminação de algum item na fabricação, o custo fixo acaba sobrecarregando os demais produtos, pois independentemente da quantidade de itens produzidos, o valor do custo fixo será sempre o mesmo. Assim, com a menor quantidade de produtos fabricados, será preciso avaliar o impacto que o aumento do custo fixo irá causar aos demais produtos. (RIBEIRO, 2011)

Ainda no mesmo raciocínio Cruz *et. al* (2012) explica:

Custos Variáveis – São os gastos voltados à produção de um bem ou serviço que variam de acordo com a quantidade produzida, ou seja, os valores sofrem variações de acordo com a quantidade de produtos ou serviços prestados pela empresa, existindo apenas se ocorrer o evento operacional. (CRUZ *et al.*, 2012, p. 52)

Figura 1 - Representação gráfica do comportamento dos custos fixos e variáveis.



Fonte: Adaptado de Wernke (2005)

A Figura 1 demonstra a diferença no comportamento dos custos fixos e variáveis, conforme ocorre o aumento das unidades produzidas.

2.4 IMOBILIZADO

Para Padoveze (2009), deve-se classificar os bens e direitos como imobilizado, quando os bens e direitos adquiridos são utilizados para o desenvolvimento das atividades da empresa. Explica ainda que o conceito de imobilização é utilizado quando os bens e os direitos adquiridos não são para a revenda, mas sim para serem utilizados nas atividades operacionais da empresa.

Iudícibus *et al.* (2010) comenta,

O Pronunciamento Técnico CPC27 - Ativo Imobilizado, aprovado pela Deliberação CVM nº 583/09 e tornado obrigatório pela Resolução CFC nº 1.177/09 para os profissionais de contabilidade das entidades não sujeitas a alguma regulação contábil, define o imobilizado como um ativo tangível que: (i) é mantido para uso na produção ou fornecimento de mercadorias ou serviços, para aluguel a outros, ou para fins administrativos; e que (ii) se espera utilizar por mais de um ano (IUDÍCIBUS *et al.*, 2010, p.222).

Complementando Iudícibus, com a norma NBC TG 27 (R3) que dispõe sobre o imobilizado, sofreu algumas alterações e teve vigor em 01 de janeiro de 2018, tem a seguinte redação sobre a baixa de imobilizado:

Entretanto, a entidade que, durante as suas atividades operacionais, normalmente vende itens do ativo imobilizado que eram mantidos para aluguel a terceiros deve transferir tais ativos para o estoque pelo seu valor contábil quando os ativos deixam de ser alugados e passam a ser mantidos para venda. As receitas advindas da venda de tais ativos devem ser reconhecidas como receita de acordo com a NBC TG 47 – Receita de Contrato com Cliente. A NBC TG 31 – Ativo Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada não se aplica quando os ativos, que são mantidos para venda durante as atividades operacionais, são transferidos para o estoque.

Ludícibus (2010), afirma que imobilizado tangível são terrenos, edifícios, equipamentos, instrumentos e ferramentas, móveis e utensílios, moldes, veículos e outros, que tenham por função principal a utilização nas operações normais da empresa.

Padoveze (2009), por sua vez, explica que, se o bem adquirido tiver a vida útil superior a um ano, deverá ser reconhecido como imobilizado e logo sofrerá a depreciação de acordo com o pressuposto de vida útil.

Ainda para Padoveze(2009), a baixa dos bens do ativo imobilizado podem ser feitas através da venda pelo seu valor residual, mas em alguns casos a baixa dos bens do imobilizado se dá por doações, sucateamento, perdas e outros. Logo se isso acontecer o certo é fazer o registro interno.

2.5 DEPRECIAÇÃO

Segundo Viceconti e Neves (2011, p.91), a depreciação “Representa o desgaste ou a perda da capacidade de utilização (vida útil) de bens tangíveis ou físicos pelo uso, por causas naturais ou por obsolescência tecnológica”.

A Depreciação equivale à desvalorização de um bem material do imobilizado, que por consequência do tempo de utilização deve ter uma recuperação econômica do custo. A desvalorização acontece devido à utilização que gera o gasto do imobilizado. Sendo assim, o autor ainda explica que se deve calcular a vida útil do bem, e, por meio desta é definida a taxa de depreciação dos bens (ÁVILA, 2012).

Conforme os mesmos autores Viceconti e Neves (2011) na depreciação os dois métodos mais utilizados são: o método da linha direta (reta ou linear) e o método da soma dos dígitos.

O método mais comum para se estimar a depreciação de um bem é estimar o seu tempo de vida útil (ou seja, o tempo em que ele estará em condições de produção adequadas) e supor que o seu desgaste será proporcional à vida útil. A vida útil pode ser estimada em anos ou em meses. Se estimada em anos, a taxa de depreciação será anual. Se em meses, mensal. O valor da depreciação é denominada quota de depreciação é obtido pela multiplicação da taxa pelo custo de aquisição do bem. (Viceconti e Neves, 2011, p. 91)

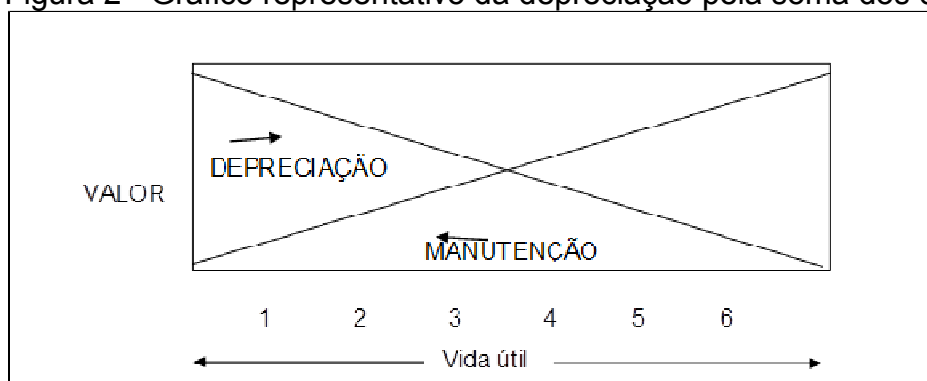
Conforme Dantas (2015, p.136), “A depreciação pelo método Linear resulta em despesa constante durante a vida útil do ativo, caso o seu valor residual não se altere”.

Neves (2011) expõe o método da soma dos dígitos, no qual a quota de depreciação é obtida pela multiplicação de uma fração, variável a cada período, sobre o custo de aquisição do bem (ou sobre o custo de aquisição menos o valor residual do bem, se este último for positivo). O numerador da fração é o número de períodos que restam da vida útil do bem no início do período de depreciação. O denominador, a soma dos dígitos dos períodos correspondentes à vida útil do bem. (VICECONTI e NEVES, 2011, p.92).

De acordo com IUDÍCIBUS et al., 2010, esse método também é linear, e se dá pela soma dos algarismos que integram os anos de vida útil do bem, exemplo: 5 anos: $1+2+3+4+5=15$.

Para (IUDÍCIBUS et al., 2010), esse método proporciona uma maior depreciação nos primeiros anos, já que os bens novos necessitam de menos reparos, mas com o passar do tempo os gastos tendem a aumentar. Com esse aumento de gastos e despesas dos bens será compensado pelas quotas decrescentes de depreciação conforme mostra a Figura 2.

Figura 2 - Gráfico representativo da depreciação pela soma dos dígitos



Fonte: Adaptado (IUDÍCIBUS, 2010, p. 252)

Conforme o art. 307 do RIR/1999, (Lei nº 4.506, de 1964, art. 57, §§ 10 e 13), não será admitida quota de depreciação relativamente a:

- a) Terrenos, salvo em relação a melhoramentos ou construções.
- b) Prédios ou construções destinadas à revenda.
- c) Bens que normalmente aumentam de valor com o tempo, como obras de arte e antiguidades.
- d) Bens para os quais seja registrada quota de exaustão.

Para Dantas (2015, p.136) “O método dos saldos decrescentes resulta em despesa decrescente durante a vida útil”.

Conforme Comitê de Pronunciamentos Contábeis, Pronunciamento Técnico CPC 27,p.661 a Norma Brasileira de Contabilidade, NBC TG 27(R4), de 24 de novembro de 2017, sobre a depreciação revela,

A depreciação do ativo se inicia quando este está disponível para uso, ou seja, quando está no local e em condição de funcionamento na forma pretendida pela administração. A depreciação de um ativo deve cessar na data em que o ativo é classificado como mantido para venda (ou incluído em um grupo de ativos classificado como mantido para venda de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 31 – Ativo-Não Circulante Mantido para Venda e Operação Descontinuada) ou, ainda, na data em que o ativo é baixado, o que ocorrer primeiro. Portanto, a depreciação não cessa quando o ativo se torna ocioso ou é retirado do uso normal, a não ser que o ativo esteja totalmente depreciado. No entanto, de acordo com os métodos de depreciação pelo uso, a despesa de depreciação pode ser zero enquanto não houver produção.

2.6 MÉTODOS DE CUSTEIO

Para Wernke (2005),

Método é um vocábulo de origem grega e resulta da soma das palavras meta (resultado que se deseja atingir) e hodós (caminho). É, portanto, o caminho para chegar aos resultados pretendidos. Custeio significa atribuir valor de custo a um produto, mercadoria ou serviço. Para efetuar tal atribuição de valor utiliza-se a ficha técnica (para os custos diretos ou variáveis) ou recorre-se a métodos de custeio (no caso dos custos indiretos ou fixos). (WERKNE, 2005, p.17)

Para Dubois, Kulpa e Souza (2009), todos os métodos de custeio têm por objetivo mostrar os custos unitários de cada bem ou serviço produzido por uma empresa, distribuir os gastos mostrados pela organização para cada produto ou

serviço produzido.

Segundo Crepaldi (2010, p.228), “Custeio são métodos de apuração de custos, maneiras segundo as quais procederemos à acumulação e apuração dos custos”.

A escolha do método de apropriação de custos torna-se uma decisão difícil e importante para a gestão da empresa, pois os métodos têm suas vantagens e desvantagens. Se por acaso o custeio variável for o mais indicado para decisões gerenciais, lembre-se que o custeio por absorção é o aceito pelo fisco (CORONADO, 2009).

Segundo Martins (2010, p. 357), um “sistema não é somente um conjunto de normas, fluxos, papéis e rotinas, mas um conjunto de pessoas; muitas vezes, entretanto, esquecemo-nos disso. Sistemas de custos não são exceções e dependem primordialmente de pessoas, não de números, papéis e rotinas”.

Para Perez Junior, Oliveira e Costa (2012), o sistema de custeio tem por objetivo principal demonstrar o custo do processo de bens ou de prestação de serviços e além dessas informações sobre produtos e serviços, esse sistema possibilita o melhor controle gerencial sobre gastos em outros departamentos da empresa.

Para fins do presente estudo, serão apresentados de forma detalhada os principais tipos de custeio apresentados pela literatura: custeio por absorção, custeio variável e ABC.

2.6.1 Custeio por absorção

Segundo Crepaldi (2010, p.229), “o custeio por absorção é o método derivado da aplicação dos pressupostos da contabilidade e é, no Brasil, adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal”.

Para Bertó e Beulke (2005), o sistema de custeio por absorção se dá pela apropriação de todos os custos (fixos e variáveis) aos produtos, resultando no custo total do produto/mercadoria ou serviço, que somado a um resultado desejado, mostra o preço de venda:

Bertó e Beulke (2005) demonstram no Quadro 1 a fórmula utilizada:

Quadro 1 - Fórmula para encontrar o preço de venda utilizando o custeio por absorção

<p>Custo variável + custo fixo</p> <p>Custo direto + custo indireto</p> <p>= custo total</p> <p>+ resultado (Critério de decisão interna)</p> <p>= preço de venda</p>

Fonte: Bertó e Beulke (2005)

Conforme Viceconti e Neves (2013):

O Custeio por Absorção ou Custeio Pleno consiste na apropriação de todos os custos (sejam eles fixos ou variáveis) à produção do período. Os gastos não fabris (despesas) são excluídos. A distinção principal no custeio por absorção é entre custos e despesas. A separação é importante porque as despesas são contabilizadas imediatamente contra o resultado do período, enquanto somente os custos relativos aos produtos vendidos terão idêntico tratamento. Os custos relativos aos produtos em elaboração e aos produtos acabados que não tenham sido vendidos estarão ativados nos estoques destes produtos. (VICECONTI e NEVES, 2013, p.24)

Dubois, Kulpa e Souza (2009) explicam que o método de custeio por absorção é o mais utilizado, pois possibilita a extração do custo unitário de cada um dos produtos prontos ou em estoque. Os autores afirmam ainda que através desse custeio é possível a formação do preço de venda de cada produto, e, a partir daí será possível comparar com os preços mercadológicos.

Para Viceconti e Neves (2013, p.25), “O Custeio por absorção é o único aceito pela auditoria externa, porque atende aos pressupostos da contabilidade da realização da receita, da competência e da confrontação. Além disso, é o único aceito pelo imposto de renda”.

Os autores Viceconti e Neves (2013), demonstram o esquema básico para apuração dos custos no método custeio por absorção:

1-Separação de custos e despesas.

2-Apropriação dos custos diretos e indiretos à produção realizada no período.

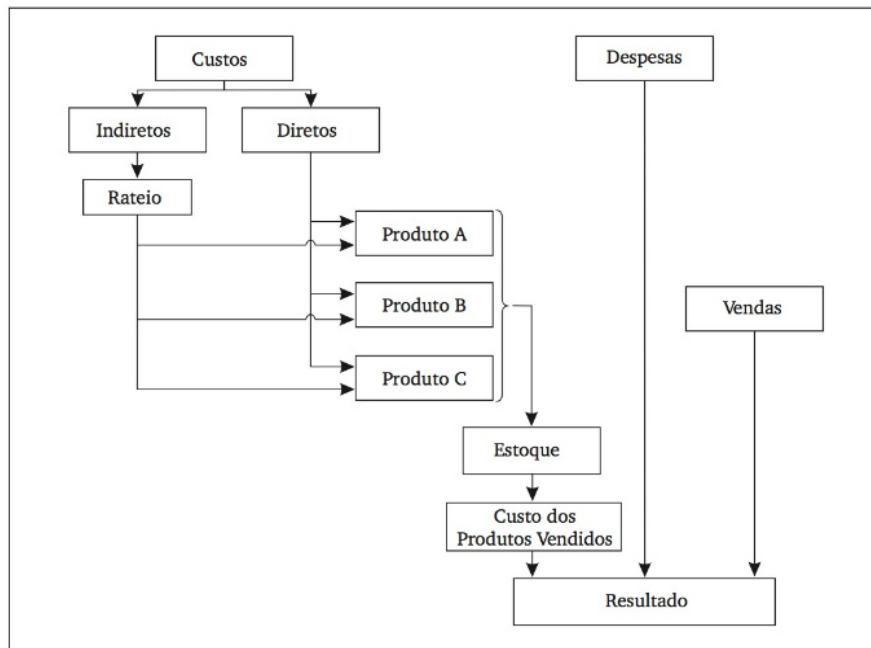
3-Apuração do custo da produção acabada.

4-Apuração do custo dos produtos vendidos.

5- Apuração do resultado.

A Figura 3 demonstra o esquema básico da aplicação do custeio por absorção, demonstra as fases de separação dos custos e despesas e os rateios dos custos indiretos, conforme Martins (2010).

Figura 3 - Esquema básico de custeio por absorção.



Fonte: Martins (2010, p.57)

Stark (2007) fala que “o custo por absorção pode ser mensurado por meio da aplicação da seguinte fórmula: ”

$$\text{Custo} = (\text{custos fixos} + \text{custos variáveis}) / \text{produção do período}$$

Outra forma de aplicar o sistema de custeio por absorção é pela departamentalização.

Para Ribeiro (2013, p. 219), “Custeio Departamental é um sistema de atribuição de Custos Indiretos aos produtos, por meio de departamentos. Departamentos são divisões, seções ou setores que compõem um estabelecimento comercial, industrial, bancário, prestador de serviços etc.”

Para Perez Junior, Oliveira e Costa (2012), a departamentalização é a divisão da empresa em unidades. De acordo com as atividades desempenhadas, esses setores podem ser chamados de áreas, departamentos, centros de custos ou centros de despesas. Os autores explicam, ainda, que os departamentos são

formados por conjuntos de homens ou máquinas com características semelhantes. A separação de departamentos é empregada também nas áreas administrativas, comerciais e financeiras, conforme demonstrado no Quadro 2.

Quadro 2 - Centros de custos na departamentalização

Industriais	Cromeação	Usinagem	Montagem	Manutenção
Administrativos	Contabilidade	Tesouraria	Jurídico	Pessoal
Comerciais	Vendas	Marketing	Transportes	Expedição

Fonte: adaptado (PEREZ JUNIOR; OLIVEIRA; COSTA, 2012, p. 39).

Os mesmos autores, Perez Junior, Oliveira e Costa (2012), afirmam que cada departamento deve ter um responsável que possa gerenciar os custos de sua incumbência, podendo, através da sua gestão ter o poder sobre os resultados de seus departamentos, controlando e estabilizando os gastos.

Para Ribeiro (2013), a departamentalização funciona da seguinte forma:

O mecanismo é como segue: inicialmente identificam-se todos os Custos Indiretos gerados em cada departamento, acumulando-os nos respectivos centros de custos. Em seguida, os custos acumulados nos departamentos de serviços serão transferidos para outros departamentos de serviços e/ou para os departamentos de produção. Depois que todos os Custos Indiretos estiverem devidamente alocados nos departamentos de produção, eles serão transferidos aos produtos. (RIBEIRO, 2013, p.221).

Segundo Sardinha (2013), a demonstração do resultado pelo custeio por absorção considera a função da empresa. Assim no comércio, a receita é subtraída do custo da mercadoria vendida, chegando ao lucro bruto, que subtraído das despesas operacionais encontra o lucro operacional, conforme a Quadro 3.

Quadro 3 - Demonstração de resultado para custeio por absorção

Demonstração de resultado para empresas comerciais	
Igual	Receita
Menos:	Custo das Mercadorias vendidas
Igual:	Lucro Bruto ou Margem Bruta
Menos:	Despesas Operacionais
Igual:	Lucro Operacional

Fonte: adaptado SARDINHA (2013, p.7).

2.6.2 Custeio variável

Para Martins (2010), o custeio variável recebe apenas os custos variáveis que são alocados aos produtos, separando os custos fixos reconhecidos como despesas do período, e aplicando diretamente para o resultado. Então nos estoques só serão empregados os custos variáveis.

Em concordância com Martins, Ribeiro (2013) informa que neste caso, os custos indiretos são destinados para junto com as despesas. Por considerar apenas os custos da fabricação, implicam no resultado, pois a partir do momento em que toda a produção for vendida, iniciada e concluída no mesmo período, o resultado não será afetado. Mas se só uma parte do estoque for vendida, o restante dos estoques e lucro líquido será subavaliado; o fisco não aceita esse sistema de custos, sendo, assim, um instrumento apenas gerencial.

Para Perez Junior, Oliveira e Costa (2012):

Custeio variável ou direto é o método que apura os custos de fabricação dos bens mediante apropriação somente de custos variáveis. Por esse método, os custos fixos não se incorporam ao custo dos bens ou serviços produzidos. São classificados diretamente como despesas operacionais. A legislação fiscal brasileira não admite a determinação dos custos por esse método. (PEREZ JUNIOR, OLIVEIRA E COSTA, 2012, p.150).

Neves (2009) atribui a diferença do custeio variável em relação ao custeio por absorção, considerando a maneira de apresentar a demonstração do resultado.

Neves e Viceconti (2003) afirmam que os custos dos produtos vendidos e os estoques finais de produtos em elaboração e produtos acabados só vão abarcar os custos variáveis.

Neves (2009) explica, ainda, que no custeio variável é chamada de margem de contribuição a diferença entre o valor das vendas líquidas e a soma dos produtos vendidos com as despesas variáveis, que diminuída de custos fixos e despesas fixas chega-se ao lucro operacional líquido. Por fim, esse método não irá determinar o custo específico do produto e sim possibilitar que a empresa saiba a margem contribuição de cada produto.

Sardinha (2013) ainda assim explica:

No comércio a atividade básica é comprar e vender mercadoria. Em outras palavras, é a forma de distribuição da indústria ao consumidor. Dessa forma, o Custo das Mercadorias Vendidas representa quanto se pagou pelas mercadorias vendidas. Mesmo assim, as pessoas às vezes se enganam entre Custo Variável, que é conceito do Custeio por Contribuição, com Custo das Mercadorias Vendidas, conceito do Custeio por absorção. Essa confusão origina-se porque o Custo das Mercadorias Vendidas é um dos itens do custo variável, mas há outros, como: Comissão, Impostos Indiretos etc. (SARDINHA, 2013, p.27).

Quadro 4 - Demonstração de resultado para custeio variável

Demonstração de resultado	
Igual:	Receita
Menos:	Custos Variáveis
Igual:	Margem de contribuição
Menos:	Despesas Fixas
Igual:	Lucro Operacional

Fonte: adaptado SARDINHA (2013, p.27).

Sardinha (2013, p.27) demonstra, na Quadro 4, a margem de contribuição: “subtraindo-se do preço os custos variáveis temos a margem de contribuição. Como o próprio nome diz, ela representa a contribuição que irá ajudar, inicialmente, a pagar os custos fixos e, posteriormente, gerar o lucro”.

2.6.3 Margem de contribuição

“A margem de contribuição é um conceito de extrema importância para o custeio variável e para a tomada de decisões gerenciais. Em termos de produto, a margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e a soma dos custos e despesas variáveis.” (PEREZ JUNIOR, OLIVEIRA E COSTA 2012, p. 207)

Os mesmos autores demonstram que para encontrar a margem de contribuição unitária utiliza-se a fórmula:

$$MC = PV - (CV + DV)$$

Para Neves e Viceconti (2003), o custeio variável, por reconhecer os custos fixos como despesas, fere os pressupostos da contabilidade da realização, competência e confrontação. Esse método de custeio é o mais indicado na tomada de decisões pela parte gerencial da empresa.

Sendo assim pode-se afirmar que a margem de contribuição é um instrumento que auxilia os gestores na administração de suas empresas, e na tomada de decisões.

2.6.4 Custeio baseado nas atividades ABC

Segundo Neves e Viceconti (2003), o custeio ABC (*Activity Based Costing*) é um custeio que se baseia nas atividades que a empresa realiza no processo de fabricação dos seus produtos. Originou-se do aumento dos chamados custos indiretos de fabricação na produção industrial.

Martins (2010) afirma que o ABC é um método de custeio que visa reduzir as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos. Nos custos diretos também é aplicado, mas nos custos indiretos haverá uma diferença na forma como serão tratados.

Para os autores Perez Junior, Oliveira e Costa (2012):

Conceitualmente, ABC é uma técnica de controle e alocação de custos que permite: identificar os processos e as atividades existentes nos setores produtivos, auxiliares ou administrativos de uma organização, seja qual for sua finalidade (industrial, prestadora de serviços, instituição financeira, entidade sem finalidade lucrativa etc); identificar, analisar e controlar os custos envolvidos nesses processos e atividades; atribuir os custos aos produtos, tendo como parâmetros a utilização dos direcionadores (ou geradores) de custos. (PEREZ JUNIOR, OLIVEIRA E COSTA, 2012, p.244)

Além disso, Neves e Viceconti (2003) explicam que o objetivo do custeio ABC é rastrear quais atividades da empresa mais consomem seus recursos. Através de direcionadores de atividades são atribuídos os custos às atividades que serão direcionadas aos bens fabricados. Esse processo é mais complexo que o simples custeio dos CIF aos produtos, é necessário relacionar as atividades que a empresa efetua no processo de fabricação e aí então direcionar os custos para as atividades e depois para os produtos.

Para os autores Perez Junior, Oliveira e Costa (2012), a modificação dos critérios de rateio pelos direcionadores de custos é a principal diferença entre o custeio ABC e o custeio por absorção.

Neves e Viceconti (2009) explicam que:

O pressuposto do ABC é que os recursos (fatores produtivos) da empresa são consumidos pelas suas atividades e não pelos produtos que ela fabrica. Os produtos são consequência das atividades efetuadas pela empresa para fabricá-los e comercializá-los. (NEVES E VICECONTI, 2009, p.117).

2.7 FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA

Diversas situações levam à tomada de decisões na hora da formação dos preços, dentre as quais destacam-se: variação de preços dos concorrentes, mudança de quantidade de produtos ou serviços prestados, variação dos valores dos fornecedores, novos planejamentos de rentabilidade. Assim, todas as mutações do cenário da empresa devem ser recalculadas, para que não haja prejuízos (PADOVEZE, 2006).

O mesmo autor afirma que qualquer decisão empresarial, gira em torno do valor que vai para o acionista, ou seja, visão do retorno sobre o investimento, aumento das vendas, expansão do mercado e ser líder de preços também são objetivos levados em consideração no momento da formação do preço de venda.

Bruni e Famá (2008), dizem que um dos principais motivos para a formação do preço de venda é:

- a) Proporcionar, a longo prazo, o maior lucro possível.
- b) Permitir a maximização lucrativa da participação de mercado.
- c) Maximizar a capacidade produtiva, evitando ociosidade e desperdícios operacionais.
- d) Maximizar o capital empregado para perpetuar os negócios de modo autossustentado.

Para Santos (2011), no cálculo do preço de venda, algumas condições devem ser observadas:

Forma-se um preço - base; Critica-se o preço-base à luz das características existentes do mercado, como preço dos concorrentes, volume de vendas, prazo, condições de entrega, qualidade, logística, assistência técnica etc.; Testa-se o preço às condições do mercado, levando-se em consideração as relações custo/volume/lucro e demais aspectos econômicos e financeiros da empresa; Fixa-se o preço mais apropriado com condições diferenciadas para atender: volumes diferentes; Prazos diferentes de financiamento de vendas; Descontos para prazos mais curtos; Comissões sobre vendas para condição. (SANTOS, 2011, p.143).

2.7.1 Formação do mark-up

O *mark-up* é utilizado para encontrar o preço a ser praticado, índice que se aplica sobre os gastos de determinado bem ou serviço.

Segundo Santos (2011, p.144), “o *mark-up* é um índice aplicado sobre o custo de um bem ou serviço para a formação de preço de venda”.

Para Morante e Timaco (2009):

Para o bom entendimento do conceito de *mark-up*, é conveniente uma primeira informação sobre outras importantes denominações utilizadas na formação de preços de venda. São elas: a margem de contribuição, o lucro operacional e o lucro líquido, que serão utilizadas na composição de nosso demonstrativo gerencial de resultado (DGR). O DGR é uma demonstração com algumas modificações em relação ao modelo da demonstração de resultado do exercício (DRE). (MORANTE e TIMACO, 2009, p. 25)

Sendo assim, Martins (2010) explica que a margem de contribuição é o saldo da diferença entre a receita e a soma de custos e despesas variáveis e tem como objetivo demonstrar os valores para saldar os gastos e despesas fixos, e logo gerar o lucro operacional, que deduzidos os tributos incidentes sobre o lucro, obtém-se o lucro líquido.

Para calcular preços, o ponto inicial é o custo do bem ou serviço, encontrando segundo critérios já demonstrados no trabalho: custeio por absorção, custeio variável etc., sobre esse custo agrega-se uma margem chamada de *mark-up*, calculada para cobrir todos os gastos não incluídos no custo, os tributos e despesas operacionais e o lucro esperado pelos administradores (MARTINS, 2010).

Padoveze (2006) define:

O conceito de *mark-up*, que traduzimos como multiplicador sobre os custos é uma metodologia para se calcular preços de venda de forma rápida, a partir do custo por absorção de cada produto. O conceito de *Mark-up*, amplamente utilizado tanto pelas empresas de grande porte como pelas microempresas, parte do pressuposto de que a base para a diferenciação de preços de venda dos diversos produtos da empresa é o custo por absorção (PADOVEZE, 2006, p.314).

O Mesmo autor ainda afirma que em nossa cultura contábil-financeira, o conceito de custo por absorção é o mais adequado para encontrar os custos dos produtos ou serviços prestados, fala ainda que o método do *mark-up* é amplamente

utilizado tanto em empresas de grande porte como em microempresas.

Ainda sobre o assunto, o autor Padoveze (2006) ressalta que para chegar no valor do multiplicador, ou seja, o *mark-up*, é necessário encontrar os percentuais médios dos custos do produto. São eles:

Mark-up I – despesas e margem de lucro:

- Despesas administrativas.
- Despesas comerciais.
- Outras despesas operacionais.
- Custo financeiro de produção de vendas.
- Margem de lucro desejada.
- Impostos sobre a venda.

Mark-up II – impostos sobre a venda:

- ICMS.
- PIS.
- COFINS.

Bruni e Famá (2008) explicam que existem duas fórmulas para calcular o *mark-up*. O multiplicador é a mais utilizada e que nos dá um valor para ser multiplicado os custos variáveis, para se obter o preço de venda a praticar.

Quadro 5 - Fórmula do *mark-up* (multiplicador)

$Mark-up = \frac{\text{Preço de venda}}{\text{Custo variável}}$ <p>Ou</p> $PV = \text{custo} \times Mark-up$
--

Fonte: Adaptado de Bruni e Famá, (2008)

O divisor, menos utilizado, representa percentualmente o custo variável em relação ao preço de venda.

Quadro 6 - Fórmula do *mark-up* (divisor);

$$\text{Mark-up} = \frac{\text{Custo variável}}{\text{Preço de venda}}$$

Ou

$$\text{PV} = \text{custo} / \text{Mark-up}$$

Fonte: Adaptado de Bruni e Famá, (2008)

Conforme Bruni e Famá(2008):

A principal razão da aplicação do *mark-up* decorre do fato de possibilitar uma grande simplificação do processo de formação dos preços – já que custos fixos e demais gastos são incorporados diretamente no percentual do *mark-up*, não precisando ser apurados individualmente por produto ou serviço comercializado. (BRUNI e FAMÁ, 2008, p.284).

2.8 CUSTOS NAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS

Para Ribeiro (2011), os serviços terceirizados podem ser prestados por muitos, tanto por empresas que tenham uma atividade principal, como comércio e indústria, quanto por pessoas físicas (profissionais autônomos) dentre eles os pedreiros, eletricitas, advogados, jardineiros etc.

“Em geral entende-se por custo da prestação de um serviço o valor do salário e encargos do trabalhador que executou uma tarefa” (RIBEIRO, 2011, p.55).

O mesmo autor diz que além do custo de mão de obra, a prestação de serviço dispõe de outros gastos, como uso de máquinas, ferramentas e equipamentos, energia elétrica, etc.

Pizzolato (2000), alega que no setor de prestação de serviços, o lucro bruto deveria ser dado pela diferença entre a receita de serviços vendidos e os custos de serviços vendidos. Prossegue esclarecendo que o setor não possui uma separação clara dos custos de produção e custos de venda, e nem estoques que guardam custos de produção. Logo a maioria dos custos é do tipo indireto e seu rateio aos serviços prestados é irrelevante.

2.9 CONTRATO DE LOCAÇÃO DE COISAS

Segundo pronúnciação do art. 565 do Código Civil Brasileiro, têm-se que:

“na locação de coisas, uma das partes se obriga a ceder à outra, por tempo determinado ou não, o uso e gozo de coisa não fungível, mediante certa retribuição”.

Conforme Agostini (2009), as partes relacionadas são: de um lado o locador e do outro o locatário.

Agostini (2009) fala sobre leitura do artigo 565 do Código Civil Brasileiro, do qual se extraem os principais elementos do contrato de locação, são eles:

“O primeiro elemento é o consentimento, ou seja, o contrato de locação deve decorrer do encontro de vontade das partes. Uma delas, que pretende ceder determinada coisa, e a outra, que olvida usar e gozar dessa coisa, por um período determinado de tempo, mediante o pagamento de um preço (aluguel) ” AGOSTINI (2009, p. 5).

Ainda sobre os principais elementos, Agostini (2009) afirma que o segundo elemento é o preço, nesse caso chamado de aluguel, pois para que seja reconhecido como contrato de locação é necessário que haja um valor desse aluguel, caso contrário se transforma em comodato.

Agostini (2009, p.6) “E o terceiro elemento é o objeto, que além de ser lícito e possível (CC, art.104), pode ser coisa ou imóvel, desde que infungível tal como consigna expressamente o já citado art. 565 do código civil. ”.

Conforme a lei complementar 116/2003 a locação de bens imóveis ou móveis não constitui uma prestação de serviços, mas disponibilização de um bem, seja ele imóvel ou móvel para utilização do locatário sem a prestação de um serviço.

Sendo assim, por se tratar de uma loja de aluguel de trajes para festas, tem como atividade principal a disponibilização de um bem, sem a prestação de um serviço.

Não consta na lista de serviços anexa à lei complementar 116/2003, a locação de bens móveis como prestação de serviço. A locação de bens móveis iria fazer parte do item 3.01 (locação de bens móveis) da lista da lei complementar 116/2003, no entanto foi vetada pelo Presidente da República.

Conforme a Súmula 31 do STF, emitida pelo Supremo Tribunal Federal em 2010: “É inconstitucional a incidência do Imposto sobre Serviços de qualquer Natureza (ISS) sobre operações de locação de bens móveis”.

Porém, se a empresa locar máquinas com operador, carros com motorista, etc. haverá a incidência do ISS, pois há a prestação do serviço. A base de cálculo do ISS, neste caso, será o valor do serviço prestado (art.7º da Lei Completar 116/2003).

Conforme site do SEBRAE 2017,

O segmento de ALUGUEL DE TRAJES PARA CASAMENTOS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7723-3/00 como a atividade de aluguel de trajes para casamentos e festas, de objetos do vestuário, de joias, de calçados e de outros acessórios, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. (SEBRAE)

O próprio site do SEBRAE informa que nesse regime, o empreendedor poderá recolher, através do DAS que é gerado no Portal do Simples Nacional, os seguintes tributos: IRPJ, CSLL, PIS, COFINS E INSS.

A lei complementar 155, de 27 outubro de 2016, altera a lei complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006, para reorganizar e simplificar a metodologia de apuração dos impostos devido por optantes pelo Simples Nacional, destaca-se o novo valor máximo da receita bruta conforme inciso II, no caso de empresas de pequeno porte, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

3 METODOLOGIA

Para Fachin (2002, p.29):

O método é um instrumento do conhecimento que proporciona aos pesquisadores, em qualquer área de sua formação, orientação geral que facilita planejar uma pesquisa, formular hipóteses, coordenar investigações, realizar experiências e interpretar os resultados. Em sentido mais genérico, método, em pesquisas, seja qual for o tipo, é a escolha de procedimentos sistemáticos para descrição e explicação de um estudo.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material que já existe composto principalmente de livros e artigos científicos, sua grande vantagem na quantidade de informações muito mais ampla, do que se pode pesquisar sem intermediários.

O método selecionado para atingir os objetivos desse trabalho é o de estudo de caso. De acordo com Yin (2015), um estudo de caso é quando se tem uma investigação empírica, que investiga um caso atual dentro do seu contexto, principalmente quando os limites entre o caso e o contexto não estão visivelmente definidos.

Para Fachin (2006):

O direcionamento desse método dá-se com a obtenção de uma descrição e compreensão completas das relações dos fatores em cada caso, sem contar o número de casos envolvidos. Conforme o objetivo da investigação, o número de casos pode ser reduzido a um elemento caso ou abranger inúmeros elementos, como grupos, subgrupos, empresas, comunidades, instituições e outros. Às vezes, uma análise detalhada desses casos selecionados pode contribuir para a obtenção de idéias sobre possíveis relações. (FACHIN 2006, p.45)

Um estudo de caso inicia com a permissão para executá-lo e um plano incipiente – uma carta de intenções – que vai mostrar claramente conforme for desenvolvido. Primeiramente são enunciadas algumas questões orientadoras e mostrando os pontos críticos que serão demonstrados e modificados à medida que o estudo progride (MARTINS, 2008).

Para Gil (2008, p28):

Algumas pesquisas descritivas vão além da simples identificação da existência de relações entre variáveis, pretendendo determinar a natureza dessa relação. Neste caso tem-se uma pesquisa descritiva que se aproxima da explicativa. Por outro lado, há pesquisas que, embora definidas como descritivas a partir de seus objetivos, acabam servindo mais para proporcionar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias.

Quanto à abordagem do problema a pesquisa é qualitativa. Essa escolha foi definida através das informações de Creswell (2014) que diz: Conduzimos uma pesquisa qualitativa porque queremos compreender os contextos ou ambientes em que os participantes de um estudo abordam um problema ou questão.

Para Flick (2009, p.9):

A pesquisa qualitativa parte da ideia de que os métodos e a teoria devem ser adequados àquilo que se estuda. Se os métodos existentes não se ajustam a uma determinada questão ou a um campo concreto, eles serão adaptados ou novos métodos e novas abordagens serão desenvolvidos.

3.2 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Para a elaboração do referencial teórico, foram coletados dados em normas, leis, livros, pronunciamentos do CPC.

Para a análise de dados foram utilizadas informações do referencial teórico alinhando o objetivo e a questão de pesquisa.

O estudo foi desenvolvido com os dados e informações fornecidos pela proprietária da loja de aluguel de trajes na cidade de Caxias do Sul – RS, por meio de visitas a loja.

4 ESTUDO DE CASO EM UMA LOJA DE LOCAÇÃO DE TRAJES NA CIDADE DE CAXIAS DO SUL – RS.

O presente estudo de caso foi desenvolvido em uma loja de aluguel de trajes na cidade de Caxias do Sul - RS, que se enquadra no ramo de locações de bens, móveis.

Por se tratar de uma loja de aluguel de trajes, que dispõe o direito de uso diretamente ao consumidor final por determinado tempo, classifica-se como comércio varejista.

De acordo com Viana e Merlo (2011) as empresas varejistas têm um elemento fundamental para tomada de decisões dos gestores, chamado precificação, tema de grande relevância, visto que os preços interferem no posicionamento do negócio, na lucratividade e na própria estratégia da empresa de varejo. Neste capítulo, apresenta-se o estudo desenvolvido.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa, cujos dados serão utilizados no estudo de caso, optou por não divulgar o seu nome nesse trabalho. Portanto será chamada de loja de aluguel de trajes.

A loja de aluguel de trajes foi fundada em 2005, na cidade de Caxias do Sul/RS. A proprietária teve incentivo de suas cunhadas que já tinham uma loja do mesmo ramo. Devido ao crescimento da mesma, a proprietária previu uma oportunidade única e resolveu arriscar tudo, fazendo um investimento no seu novo negócio.

Os atendimentos tiveram início em uma sala comercial alugada, de apenas 100m², com intuito de atender a diversos públicos. Desde o início, a proprietária sempre investiu em variedade de trajes, para os mais diversos eventos sociais, casamentos, festa de 15 anos, formaturas, premiações e outros eventos que necessitam de vestimentas adequadas, sempre priorizando o bom atendimento ao cliente.

No início a loja era pequena, por isso tinha somente três colaboradoras, sendo uma costureira e 2 auxiliares gerais. Com o instinto empreendedor da proprietária, que foi investindo cada vez mais, a empresa crescendo.

Com praticamente quatro anos de atuação no mercado, logo teve que mudar-se para uma sala comercial maior, pois a antiga já não suportava tamanho estoque de trajes e o fluxo de clientes. Com essa mudança da empresa, houve um crescimento significativo de alugueis de trajes, sendo necessária a contratação de mais colaboradoras.

Foram seis anos de atendimento ao público nessa sala comercial, com o intuito de fidelizar seus clientes. A empresária, constantemente, buscava crescimento, então começou a procura de espaços maiores, pois não lhe satisfazia uma sala de apenas 200m².

Após várias buscas na cidade, a proprietária aceitou o risco de mudar de endereço pela terceira vez, no ano de 2016, período em que a economia sofria retrações, preocupando os empresários, ela viu uma oportunidade de alavancar seu negócio, visou um crescimento, encontrou uma sala maior, com preço melhor, devido a quantidade de salas desocupadas na cidade, por decorrência de muitos comércios terem fechado nessa época.

Atualmente a loja está situada na área mais central da cidade de Caxias do Sul/RS, em uma sala de 650m², na qual possui um arsenal de trajes para todos os gostos e classes sociais, dispondo de onze colaboradores.

4.1.1 Missão, visão e valores:

A loja de locação de trajes tem por missão atender bem a todos os clientes, tratando-os com igualdade e carinho. Fazer parte da realização de sonhos dos clientes, através da busca por tendências que estão em alta em cada momento, tendo sempre o bom tratamento a todos.

Sua visão é ser referência no setor de aluguel de trajes sociais na região Sul, pela excelência no atendimento e variedade de trajes.

Os valores da empresa são:

- a) Atender as expectativas dos clientes.
- b) Estar sempre investindo em novidades para os clientes.
- c) Valorizar os colaboradores.
- d) Atuar com ética, profissionalismo e integridade.
- e) Agir com responsabilidade e comprometimento.

4.1.2 Estrutura da empresa

A loja de aluguel de trajes é registrada como ME - Microempresa. Seu regime tributário é o Simples Nacional e considera-se uma empresa familiar, pois trabalham nela a proprietária, seu marido e suas duas filhas. No total a empresa possui atualmente dez colaboradores, sendo uma gerente comercial, responsável pelo setor de gestão financeira e comercial e um no setor administrativo. Possui duas costureiras responsáveis pelos reparos dos trajes e ajustes necessários para cada cliente; para o atendimento e serviços gerais dispõe de seis colaboradoras, e a proprietária.

Analisando esse breve histórico, nota-se que a empresa veio crescendo com o decorrer dos anos, porém sem nenhum gerenciamento de informações internas, sem controles de custos e despesas; foi crescendo às cegas “na sorte”, sem saber se o lucro era real ou se a forma na qual o preço estava sendo alocado aos trajes supriam as reais necessidades. O único gerenciamento era feito pelo contador, visto pela proprietária apenas por obrigação do fisco, para os pagamentos dos impostos devidos.

4.1.3 Mercado de atuação

A empresa atende a clientes de Caxias do Sul e cidades vizinhas como Flores da Cunha, Antônio Prado, São Marcos, Canela, Gramado, Nova Petrópolis, Farroupilha, Garibaldi e Bento Gonçalves. A loja também recebe clientes de distâncias maiores como Porto Alegre, Erechim, Santa Maria e outros.

A loja atua com diversos trajes, para variados tipos de eventos, como casamentos, casamentos ao ar livre, formaturas, festas de 15 anos, baile de debutantes, premiações de empresas ou quaisquer eventos sociais.

4.1.4 Processo de locação de trajes

Conforme relato feito pela proprietária, o processo de locação de trajes inicia com a chegada do cliente à loja, que geralmente tem uma data do evento prevista para locação do traje. A partir disso, as atendentes iniciam uma pesquisa com o cliente na busca de mais informações, como modelos e cores da sua preferência. O

atendimento, normalmente, acontece num período de tempo entre vinte minutos, para os mais práticos a uma hora para os indecisos. Algumas vezes, chega a duas horas.

Dependendo do perfil dos clientes, alguns necessitam de mais tempo para decidir seu traje, chegando a retornar à loja mais algumas vezes, até fechar o contrato da locação. Existem também os clientes que resolvem trocar os trajes na véspera do evento e, claro, os que cancelam suas reservas.

Após a escolha, é agendado para a véspera do evento, um dia para que seja feita a prova de tirada de medidas, sendo este atendimento realizado pela costureira, com duração média de trinta minutos a uma hora. Para as noivas são necessárias até cinco horas de prova para a tirada das medidas.

Após as medições, os trajes são encaminhados para o setor chamado de oficina, onde são feitos os ajustes, os reparos em bordados, a lavagem e a passagem com o ferro a vapor. Depois, os trajes são devidamente embalados em capas de tecido TNT para a entrega ao cliente, juntamente com cabide.

Um ou dois dias antes do evento, realiza-se a entrega dos trajes, na qual será solicitada a última prova para verificar se está tudo em perfeito estado, é o chamado controle de qualidade. Com a aprovação do cliente é feita a entrega dos trajes locados, que permanecem em poder do cliente, normalmente, por um período de três ou mais dias, conforme combinado.

Ao retornarem para a loja, os trajes são verificados para saber se houve alguma avaria, e direcionados para o setor da lavanderia, onde é feita a lavagem e os reparos dos itens, para que possam retornar novamente para as araras da loja.

4.2 CÁLCULO DO TEMPO UTILIZADO PARA RATEIO DE CUSTOS E DESPESAS.

Para que seja possível fazer um rateio das despesas, a fim de chegar ao custo das locações, foi necessário considerar o tempo médio consumido para o procedimento das locações, por grupo de trajes, conforme informações fornecidas pela proprietária.

É válido lembrar que a mesma não se enquadra como prestadora de serviço, pois não disponibiliza de uma pessoa ou um serviço juntamente ao traje, e sim como locação de bens móveis. Sendo assim, está livre da cobrança do imposto sobre

serviço (ISS), sendo tributada pelo Sistema do Simples Nacional.

4.2.1 Custos e despesas

Através do balancete gerencial referente ao mês de fevereiro de 2018, disponibilizado pela proprietária da empresa, foi possível identificar os custos e despesas ocorridos no mês de fevereiro de 2018, conforme demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 - Custos e despesas do mês de fevereiro de 2018.

Custos e Despesas	Valor
13º Salário	R\$ 1.500,00
Água	R\$ 240,00
Água mineral/ café	R\$ 200,00
Aluguel	R\$ 5.507,00
Despesas financeiras	R\$ 532,74
Divulgação/marketing	R\$ 300,00
Energia elétrica	R\$ 748,00
Férias	R\$ 2.000,00
Fgts s/ 13º salario	R\$ 120,00
Fgts s/ férias	R\$ 160,00
Fgts s/salário	R\$ 1.440,00
Iptu	R\$ 458,00
Material de consumo	R\$ 1.500,00
Material de embalagem	R\$ 50,00
material de escritório	R\$ 150,00
Monitoramento	R\$ 120,00
Pro labore	R\$ 10.000,00
Produtos para lavagem	R\$ 250,00
Salários	R\$ 18.000,00
Serviço Contábil	R\$ 350,00
Software	R\$ 120,00
Telefone/internet	R\$ 350,00
Total	R\$ 44.095,74

Fonte: Balancete gerencial loja de aluguel de trajes mês fevereiro 2018.

Na Tabela 1, foram calculados todos os custos e despesas referentes ao mês de fevereiro de 2018, obteve-se um total de R\$ 44.095,74.

4.2.2 Departamentalização

Em posse dos custos e despesas, conforme demonstrado na Tabela 1, foi necessário fazer o rateio, a fim de identificar o custo de cada traje.

O processo de locação foi calculado em horas e dividido em departamentos: atendimentos, provas para medidas, preparação para entregas e retorno de peças.

Com base nas informações fornecidas pela proprietária, foi possível chegar em uma média estimada de tempo gasto para a locação de cada traje, desde o início do processo da locação até o final, quando o traje retorna para a loja. Os cálculos foram realizados e evidenciados através do apêndice A p.62.

Após os cálculos de cada processo, verificou-se o tempo médio necessário para que a locação de trajes seja realizada, o que resultou nas informações da Tabela 2.

Tabela 2 - Tempo médio para todo o processo da locação.

GRUPO DE TRAJES	QNT. LOCADA	TEMPO TOTAL POR PEÇA/ h	TEMPO TOTAL POR GRUPO/ h
Vestido Longo	130	3:50:00	498:20:00
Vestido Curto	54	1:50:00	99:00:00
Traje masculino	100	2:00:00	200:00:00
Vestido de noiva	4	17:40:00	70:40:00
Vestido de debutante	7	6:00:00	42:00:00
Traje infantil	10	2:20:00	23:20:00
TOTAL	305	33:40:00	933:20:00

Fonte: Produção da autora

A Tabela 2 evidencia a soma da média de tempo utilizado para a locação dos trajes por peça e pela quantidade total alugada no mês escolhido.

Foram então analisadas quantas horas são necessárias para que aconteça a locação de cada tipo de traje, conforme os departamentos em que ele necessita passar.

É possível verificar na coluna tempo total por peça, que o traje “vestido de noiva” é o que mais carece de tempo para que todo o processo seja realizado, sendo necessária uma média de 17horas e 40 minutos, pois exige maiores cuidados e possui muitos detalhes.

Na Tabela, 3 foi calculado o percentual de cada grupo de trajes, equivalente ao tempo total em horas, utilizado nas locações do mês estudado.

Tabela 3 - Percentual equivalente ao tempo total utilizado para as locações

GRUPO DE TRAJES	QNT. LOCADA	TEMPO TOTAL / h	% TOTAL
Vestido Longo	130	498:20:00	53%
Vestido Curto	54	99:00:00	11%
Traje masculino	100	200:00:00	21%
Vestido de noiva	4	70:40:00	8%
Vestido de debutante	7	42:00:00	5%
Traje infantil	10	23:20:00	2%
TOTAL	305	933:20:00	100%

Fonte: Produção da autora

O item que apresenta maior demanda de locações é o vestido longo, que ocupa 53% do tempo total consumido, devido à quantidade alugada. Em contrapartida, o item que tem menor demanda é o vestido de noiva, devido à quantidade de noivas ser menor, se comparada com clientes que irão a eventos e precisam de vestidos longos.

Através do percentual de horas utilizadas para a locação dos trajes encontrados na Tabela 3, foi possível realizar o rateio dos custos e despesas demonstrados no balancete gerencial da Tabela 1.

Tabela 4 - Rateio de custos e despesas

GRUPO DE TRAJES	% TOTAL	CUSTO POR GRUPO	UNITÁRIO
Vestido Longo	53%	R\$ 23.370,74	R\$ 179,77
Vestido Curto	11%	R\$ 4.850,53	R\$ 89,82
Traje masculino	21%	R\$ 9.260,11	R\$ 92,60
Vestido de noiva	8%	R\$ 3.527,66	R\$ 881,91
Vestido de debutante	5%	R\$ 2.204,79	R\$ 314,97
Traje infantil	2%	R\$ 881,91	R\$ 88,19
TOTAL	100%	R\$ 44.095,74	-

Fonte: Produção da autora

Conforme apresentado na Tabela 4, o critério escolhido para alocar os custos e despesas do balancete gerencial de fevereiro de 2018, foi através da absorção, realizando o rateio a partir do tempo médio em horas utilizadas para as locações.

Nota-se, ao analisar os grupos de trajes, que o que mais absorveu os custos e despesas foi o grupo dos vestidos longos, por razão da quantidade maior de trajes, que absorveu 53% de R\$ 44.095,74, gerando um custo total para o grupo de R\$ 23.370,74. Mas, se analisado individualmente seu custo ficou abaixo de alguns trajes.

Se for analisado o traje que mais absorveu custo individual foram os vestidos

de noiva, com custo unitário de R\$ 881,91, devido à grande quantidade de horas utilizadas para o processo da locação.

4.2.3 Depreciação

Por se tratar de locações de bens móveis, entende-se que se deve depreciar os trajes, pois são classificados como imobilizado. Partindo desse pressuposto, os cálculos de depreciação pela soma dos dígitos estão evidenciados no Apêndice B p.63-64.

Foram escolhidos quatro grupos de trajes, os vestidos longos, os vestidos curtos, os vestidos de noiva e os vestidos de debutantes. Para o cálculo da depreciação foi utilizado o preço médio de compra dos trajes e o tempo de vida útil que os mesmos têm para locações, de acordo com as informações da proprietária, e seu valor residual, conforme mercado.

Através da soma entre o custo e a depreciação mensal, foi possível encontrar o custo total para o cálculo do *mark-up*.

Tabela 5 - Custo + depreciação

PRODUTOS	CUSTO	DEPRECIÇÃO MENSAL	TOTAL	%
Vestido longo	R\$ 179,77	R\$ 25,00	R\$ 204,77	12%
Vestido curto	R\$ 89,82	R\$ 14,17	R\$ 103,99	14%
Vestido de noiva	R\$ 881,91	R\$ 166,67	R\$ 1.048,58	16%
Vestido de debutante	R\$ 314,97	R\$ 54,17	R\$ 369,14	15%

Fonte: Produção da autora

É possível verificar a representatividade das depreciações dos trajes em relação ao seu custo total. O vestido longo representa 12% do seu custo total, o vestido curto equivale 14%, o vestido de noiva 16% e o vestido de debutante 15%.

4.2.4 Mark-up

Considerando os custos e despesas elencados anteriormente na Tabela 4, que totalizam o valor de R\$ 44.095,74, juntamente com a depreciação mensal da Tabela 5 é preciso calcular com o índice do *mark-up*, que deve cobrir o lucro desejado e os impostos, considerando que o lucro almejado pela empresária apresenta-se na Tabela 6.

Tabela 6 - Cálculo do *mark-up*

PRODUTOS	M.LUCRO	IMPOSTOS	MARK-UP
Vestido Longo	40%	6,4535%	0,5355
Vestido Curto	40%	6,4535%	0,5355
Vestido de noiva	50%	6,4535%	0,4355
Vestido de debutante	50%	6,4535%	0,4355

Fonte: Produção da autora

A Tabela 6, evidência a margem de lucro estipulada pela proprietária, que foi de 40% para vestidos longos e curtos, e 50% para os vestidos de noiva e vestidos de debutantes. A alíquota de 6,4535% é a soma de todos os impostos que incorporam o Simples Nacional no mês de fevereiro de 2018.

Tabela 7 - Preço de locação

PRODUTOS	CUSTO TOTAL	MARK-UP	PREÇO DE LOCAÇÃO
Vestido longo	R\$ 204,77	0,5355	R\$ 382,42
Vestido curto	R\$ 103,99	0,5355	R\$ 194,21
Vestido de noiva	R\$ 1.048,58	0,4355	R\$ 2.407,96
Vestido de debutante	R\$ 369,14	0,4355	R\$ 847,68

Fonte: Produção da autora

Através do *mark-up*, conseguiu-se obter uma proposta de preço de aluguel para os trajes estudados.

A Tabela 7 evidencia o preço de locação encontrado, suprimindo todos os custos e despesas, desde o início do atendimento até a finalização da locação, e garantindo a lucratividade estipulada. Obtendo-se, assim, os preços de locação para cada produto.

Para o vestido longo, o preço de locação encontrado é de R\$ 382,42. Para o vestido curto, de R\$ 194,21. Para o vestido de noiva, o preço para locação, considerando suprir os custos e atingir a margem de lucro almejado pela proprietária, deve ser de R\$ 2.407,96. E para o vestido de debutante R\$ 847,68.

4.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS DO ESTUDO DE CASO

Conforme já explanado no estudo de caso, a loja de locação de trajes não possuía nenhum estudo para formar o preço de locação, então não era possível

saber qual a margem de lucro que os trajes estavam gerando. A partir do resultado da Tabela 7, pode-se perceber que os preços têm a capacidade de cobrir todos os custos, despesas, impostos e ainda obter o lucro desejado.

Por meio da Tabela 8, foi possível observar como o preço de mercado estava sendo empregado e, também, fazer um comparativo com o preço de locação proposto.

Tabela 8 - Diferença entre o preço praticado o proposto

PRODUTOS	PREÇO DE LOCAÇÃO PRATICADO	PREÇO DE LOCAÇÃO PROPOSTO	DIFERENÇA	%
Vestido longo	R\$ 380,00	R\$ 382,42	-R\$ 2,42	- 0,63
Vestido curto	R\$ 180,00	R\$ 194,21	-R\$ 14,21	- 7,32
Vestido de noiva	R\$ 2.800,00	R\$ 2.407,96	R\$ 392,04	16,28
Vestido de debutante	R\$ 1.200,00	R\$ 847,68	R\$ 352,32	41,56

Fonte: Produção da autora

Através da Tabela 8, é possível visualizar os preços de locação propostos pelo estudo de caso e os praticados até o momento. Nota-se que os preços dos vestidos longos e curtos, vem sendo praticados, atualmente, com um valor menor que o proposto, mas não apresenta uma diferença muito significativa.

Os vestidos de noiva estão sendo precificados com um valor acima do preço calculado, cerca de 16,28% a mais do previsto no estudo de caso, os vestidos de debutantes também estão com uma margem de lucro mais elevada que a estipulada pelo estudo, gerando cerca de 41,56% acima do preço praticado.

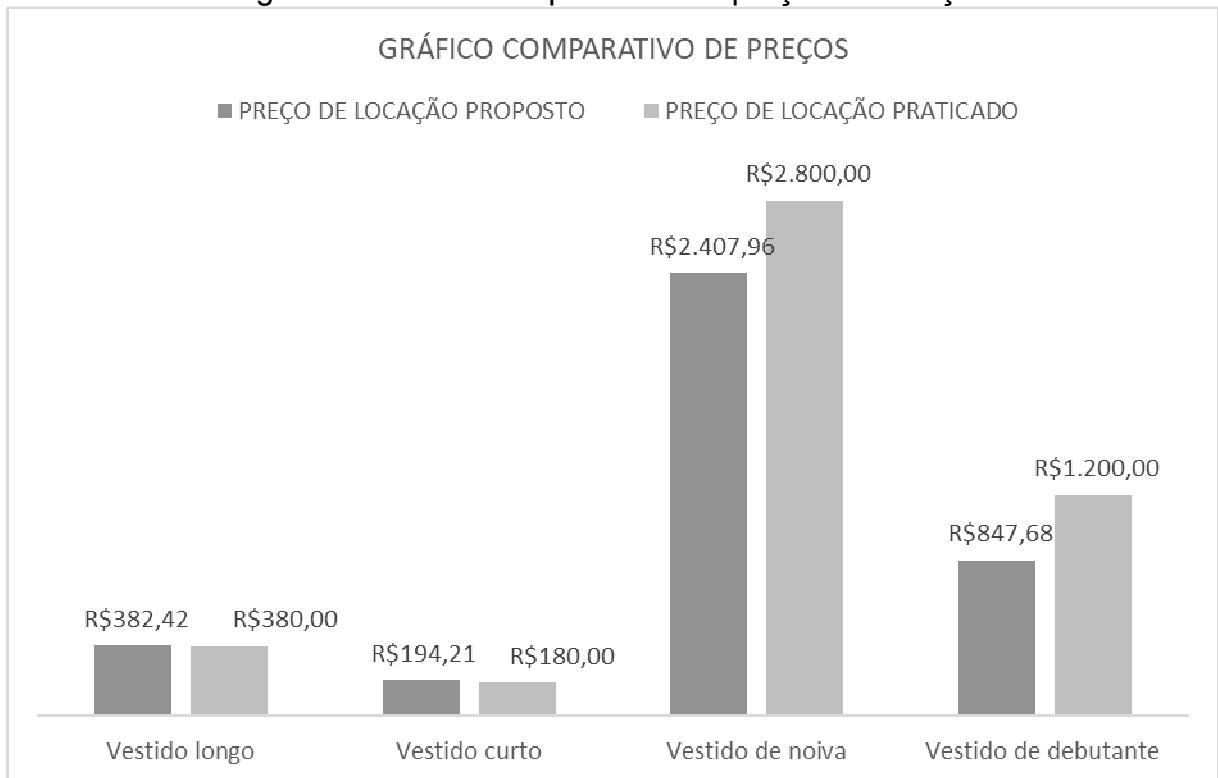
Há de se considerar que conforme o volume de alugueis aumenta, a porcentagem de lucro pode ser diminuída, para que se possa alugar mais e ganhar na quantidade.

Através dessas tabelas, a proprietária terá segurança na hora de criar promoções ou na hora de ceder descontos aos clientes.

Os comparativos feitos serão apresentados em forma de gráfico de coluna, para melhor percepção dos resultados encontrados na tabela 8.

A Figura 4 apresenta no gráfico Comparativo dos preços de locação a comparação entre o preço encontrado através de embasamento teórico, que traz uma melhor compreensão das informações geradas, chamado de preço de locação proposto, diferente do método atualmente usado na empresa, chamado de preço de locação praticado, onde não havia estudo de método de custeio.

Figura 4 - Gráfico comparativo dos preços de locação



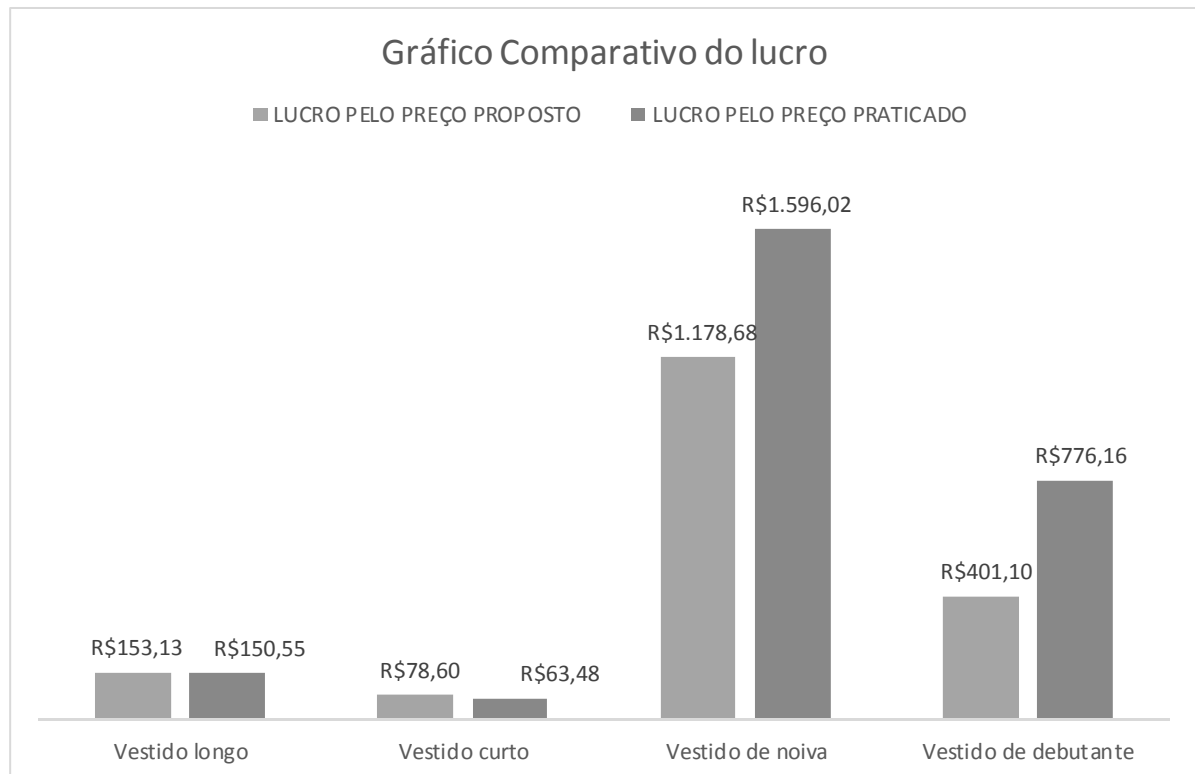
Fonte: Produção da autora

O Gráfico da Figura 4 demonstra que os trajes, vestido longo e vestido curto, estão com uma média de preço semelhantes, o que traz para a empresa a certeza de que a precificação que estava sendo aplicada nesses dois grupos de trajes está correta.

Nota-se que no vestido de noiva, a precificação que a loja está empregando é mais elevada do que a estudada. O vestido de debutante também está com o preço mais elevado que o proposto, o que, de certo modo, é um ponto positivo, pois a loja está conseguindo comercializar seus produtos. Por mais elevado que ele esteja, está competitivo ao mercado, e ainda gera a possibilidade de flexibilidade na hora da negociação com o cliente, devido à margem acima do esperado.

A Figura 5 apresenta o gráfico comparativo dos lucros unitário dos trajes, dos preços praticados e dos preços propostos.

Figura 5 - Gráfico comparativo dos lucros



Fonte: Produção da autora.

A Figura 5 mostra o gráfico que compara os lucros dos produtos aqui estudados com os lucros atualmente praticados, a fim de mostrar a diferença do lucro entre eles, cálculos evidenciados no Apêndice C p.65. É possível notar que a loja está acertando na precificação, tendo um lucro maior que o esperado.

Conforme a Tabela 2, nota-se que o traje que mais gera lucro para a loja é o vestido de noiva. Pode-se perceber que não é o traje de maior saída, o que seria o ideal, mas o traje de menor locação.

Em função dos preços serem diferentes, existem trajes que mesmo sendo menos alugados que outros, acabam gerando um volume de lucro, em reais, superior.

O traje que mais tem locação é o vestido longo, que está entre os dois com menos volume de lucro. Logo necessita de sete locações de vestidos longos com o preço proposto nesse valor, para alcançar o volume do lucro, em reais, de um vestido de noiva.

5 CONCLUSÃO

Em empresas de pequeno porte e microempresas, existem a deficiência de informações e a carência no gerenciamento, muitas vezes por não ocorrer investimento em informações referente aos custos de seus produtos.

A formação do preço de venda não é uma tarefa fácil para muitos empreendedores. Saber estipular o valor pelo qual você irá cobrar pelos produtos e serviços, requer muito cuidado.

A empresa estudada encontrava-se com essa dificuldade, na hora de saber os custos dos trajes, na formação do preço de locação e no lucro que cada um gerava para a loja de locação de trajes na cidade de Caxias do Sul-RS.

Esse estudo de caso possibilitou calcular os custos e despesas e encontrar o preço de locação, assim a empresa possui as informações de como os trajes estão sendo precificados, o custo e despesa que cada traje absorve e o lucro que cada item traz para empresa. Isso facilitará na hora da negociação com o cliente, levando mais segurança para a loja, possibilitando um melhor gerenciamento e melhor tomada de decisões.

Até o presente momento, conforme a proprietária, a loja vem precificando seus trajes com preços de mercado, com base em estimativas que a proprietária possui devido ao seu tempo de experiência, o que de certo modo poderia acarretar problemas financeiros para empresa.

Neste estudo de caso foram escolhidos apenas quatro trajes para se realizar a pesquisa do preço de locação, os resultados foram que o traje vestido longo e vestido curto são os de maior rotatividade, já o vestido de noiva e o vestido de debutante, os que mais trazem retorno financeiro para a empresa estudada.

Após a coleta de dados, foi analisada a melhor forma de apurar os dados encontrados. Assim, foi realizado um rateio, através da departamentalização dos atendimentos, para obter o tempo, em horas, utilizado para a locação dos trajes, encontrando assim o custo e as despesas dos mesmos, pelo método custeio por absorção.

Também foi calculado através do *mark-up*, a margem de lucro e os impostos que incidem sobre as locações, para verificar se os trajes estavam cobrindo os custos e despesas, obtendo lucro e ainda assim sendo competitivos no mercado.

Através deste estudo, constatou-se que o vestido longo é um traje que contribui muito para a lucratividade da loja. Seu lucro vem através da quantidade, já que é o traje que possui maior demanda de locação, conforme os dados do mês de fevereiro de 2018, e conforme afirmação da proprietária, nos demais meses também.

O preço que a loja vinha aplicando estava correto, porém a mesma deve rever o tempo gasto para o processo de locação, a fim de diminuir o custo, logo o volume de lucro em reais irá aumentar.

Por meio desse estudo de caso, das tabelas e dos gráficos comparativos, foi possível notar que o preço de mercado também está correto, pois os valores que estavam sendo exercidos, sem o estudo de custos, supriam as expectativas que a empresa esperava. Logo esse estudo trouxe-lhe a segurança de que os valores que estão sendo exercidos no momento estão corretos, e também a segurança e a confiança na hora de negociar descontos com os clientes.

Acredita-se que através deste estudo será possível a empresa ter segurança para precificar seus trajes, facilitando e agilizando na hora da negociação com o cliente, com a certeza de que o valor cobrado está dentro do padrão que a empresa necessita para a sua sobrevivência.

Sendo assim, através do levantamento bibliográfico que deu todo o embasamento para que esse trabalho fosse realizado, os cálculos e os rateios realizados por tabelas, através da aplicação do método de custeio por absorção e calculando o *mark-up*, para a obtenção do preço de venda, os comparativos entre o preço encontrado e o atualmente praticado, por meio de gráficos, comprova-se que o objetivo da pesquisa foi alcançado.

Certamente o estudo poderia levantar e analisar outros pontos a mais, mas considerando os objetivos propostos, os resultados apresentados no estudo são bem relevantes.

É de extrema importância, que as empresas por menores que sejam, realizem os estudos e tenham a base sólida para a formação dos seus preços.

REFERÊNCIAS

- AGOSTINI, Kátia Rovaris de. Ações Locatícias. São Paulo: Saraiva, 2009.
- ÁVILA, Carlos Alberto de. Gestão contábil: para contadores e não contadores. Curitiba: Intersaberes, 2012. Disponível em: <<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582120163/pages/5>>. Acesso em: 02 out. 2017.
- BERTÓ, Dalvio José; BEULKE, Rolando. Gestão de custos. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preços. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- CORONADO, Osmar. Contabilidade gerencial básica. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502178991/cfi/53!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 26 out. 2017.
- CORTIANO, Jose Carlos. Processos básicos de contabilidade e custos: uma prática saudável para administradores. Curitiba: Intersaberes, 2014. Disponível em: <<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788544300855/pages/5>>. Acesso em: 16 out. 2017.
- COSTA, José Manoel da. Contabilidade introdutória. São: Pearson, 2009. Disponível em: <https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576051183/pages/_5>. Acesso em: 16 out. 2017.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. Curso básico de contabilidade de custos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- CRESWELL, John W. Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo entre Cinco Abordagens. 3. ed. Porto Alegre: Penso Editora, 2014. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848893/cfi/3!/4/4@0.00:49.7>>. Acesso em: 21 set. 2017.
- CRUZ, June Alisson Westarb et al. Formação de Preços: mercado e estrutura de custos. Curitiba: Intersaberes, 2012. Disponível em: <<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788582120200/pages/5>>. Acesso em: 02 out. 2017.
- DAL MOLIN, Luiz. Gestão de Custos. 1ª ed. Porto Alegre: Imprensa Livre, 2008
- DANTAS, Inácio. Contabilidade: introdução e intermediária. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2015. Disponível em: <<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788579872488/pages/-8>>. Acesso em: 02 out. 2017.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de. *Gestão de Custos e Formação de Preços: Conceitos, Modelos e Instrumentos Abordagem do Capital de Giro e da Margem de Competitividade*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FACHIN, Odília. *Fundamentos de metodologia*. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502088351/cfi/0>>. Acesso em: 17 set. 2017.

FERREIRA, José Antonio Stark. *Contabilidade de custos*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Disponível em:

<<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576055471/pages/-6>>. Acesso em: 16 out. 2017.

FLICK, Uwe. *Qualidade na pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed, 2009.

Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536321363/cfi/4!/4/4@0.00:56.6>>. Acesso em: 21 set. 2017.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484959/cfi/3!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 24 set. 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522484959/cfi/44!/4/4@0.00:28.8>>. Acesso em: 13 jun. 2018.

GONÇALVES, Eugênio Celso; BAPTISTA, Antônio Eustáquio. *Contabilidade Geral*. 7. ed. S: Atlas, 2011. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522466481/cfi/3!/4/4@0.00:63.5>>. Acesso em: 31 out. 2017.

GUERRA, Luciano. *Contabilidade descomplicada*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502117051/cfi/4!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 15 out. 2017.

HASTINGS, David F. *Bases da contabilidade: discussão introdutória*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502088658/cfi/4!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 15 out. 2017.

IUDÍCIBUS, Sérgio de et al. *Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC*. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. *Teoria da Contabilidade*. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010

LEONE, George Sebastião Guerra. Custos : planejamento, implantação e controle. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522466542/cfi/4!/4/4@0.00:11.9>>. Acesso em: 01 out. 2017.

LIMA, Flavia. Aluguel de roupas. 2006. Disponível em: <http://www.portaldoconsumidor.gov.br/noticia.asp?id=5092>>. Acesso em: 04 dez. 2017.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522482054/cfi/21!/4/4@0.00:70.8>>. Acesso em: 11 set. 2017.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS., Gilberto de Andrade. Estudo de caso : Estratégia de pesquisa. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522466061/cfi/4!/4/4@0.00:21.6>>. Acesso em: 18 set. 2017.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. Disponível em: <https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576059646/pages/-8>>. Acesso em: 16 maio 2018.

MORANTE, Antonio Salvador; TIMACO, Jorge Fauzi. Formação de Preços de Venda: Preços e Custos, Preços e Composto de Marketing, Preços e Concorrência, Preços e Clientes. São Paulo: Atlas, 2009. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522464890/cfi/4!/4/4@0.00:19.1>>. Acesso em: 01 out. 2017.

PADOVEZE, Clóvis Luís. Curso básico gerencial de custos. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

PADOVEZE, Clóvis Luís. Manual de Contabilidade Básica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PEREZ JUNIOR, José Hernandez; OLIVEIRA, Luís Martins de; COSTA, Rogério Guedes. Gestão estratégica de custos, : textos, casos práticos e testes com as respostas. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483174/cfi/4!/4/4@0.00:4.96>>. Acesso em: 26 out. 2017.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade básica. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502206731/cfi/2!/4/4@0.00:7.17>>. Acesso em: 15 out. 2017.

RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de Custos Fácil. 8. ed. São Paulo: Saraiva,

2013. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502202092/cfi/4!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 01 out. 2017.

RIBEIRO, Osni Moura. Introdução a contabilidade gerencial. São Paulo: Saraiva,

2011. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502125803/cfi/4!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 02 out. 2017.

SAMPIERI, Roberto Hernández; LUCIO, María del Pilar Baptista; COLLADO, Carlos Fernández. Metodologia de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Penso, 2013. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788565848367/cfi/3!/4/4@0.00:11.5>>. Acesso em: 18 set. 2017.

SANTOS, Antonio Sebastião dos. Contabilidade. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2014. Disponível em:

<<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788543004969/pages/-6>>. Acesso em: 02 out. 2017.

SANTOS, Joel José. Contabilidade e análise de custos: modelo contábil, métodos de depreciação, ABC - custeio baseado em atividades, análise atualizada de encargos sociais sobre salários, custos de tributos sobre compras e vendas. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SANTOS, Roberto Fernandes dos. Introdução a contabilidade: Noções

Fundamentais. São Paulo: Saraiva, 2006. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502116122/cfi/4!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 15 out. 2017.

SARDINHA, José Carlos. Formação de preço: uma abordagem prática por meio da análise custo-volume-lucro. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522479610/cfi/4!/4/4@0.00:34.7>>. Acesso em: 27 out. 2017.

SEBRAE (Ed.). Aluguel de trajes para casamentos e festas. Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/Como-montar-um-serviço-de-aluguel-de-trajes-para-casamentos-e-festas>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

STARK, José Antonio. Contabilidade de Custos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Disponível em:

<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576051183/pages/_5>. Acesso em: 16 out. 2017.

TARIFA, Marcelo Resqueti; SILVA, Luiz Fernando Soares da. Contabilidade gerencial: Ciências contábeis. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2009.

Disponível em:

<<https://ucs.bv3.digitalpages.com.br/users/publications/9788576052739/pages/-4>>. Acesso em: 16 out. 2017.

VICECONTI, Paulo Eduardo V.; NEVES, Silvério das. Contabilidade de Custos: Um

enfoque direto e objetivo. 7. ed. São Paulo: Frase, 2003.

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. Contabilidade Avançada: e análises das demonstrações financeiras. São Paulo: Saraiva, 2011. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502133389/cfi/0!/4/4@0.00:26.3>>. Acesso em: 02 out. 2017.

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. Contabilidade de Custos: Um enfoque direto e objetivo. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2013. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502194571/cfi/0>>. Acesso em: 01 out. 2017.

WERNKE, Rodney. Análise de custos e preço de venda: Ênfase em aplicações e casos nacionais. São Paulo: Saraiva, 2005. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502088203/cfi/5!/4/4@0.00:0.00>>. Acesso em: 14 out. 2017.

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/3!/4/4@0.00:29.8>>. Acesso em: 11 set. 2017.

APÊNDICE A - TABELA DE TEMPO GASTO PARA O PROCESSO TOTAL DE LOCAÇÃO.

GRUPO DE TRAJES	QNT. LOCADA	ATENDIMENTO / h	PROVAS PARA MEDIDAS/ h
Vestido Longo	130	0:40:00	0:40:00
Vestido Curto	54	0:20:00	0:30:00
Traje masculino	100	0:20:00	0:30:00
Vestido de noiva	4	2:00:00	5:00:00
Vestido de debutante	7	1:00:00	1:30:00
Traje infantil	10	0:40:00	0:40:00
TOTAL	305		
GRUPO DE TRAJES	QNT. LOCADA	PREPARAÇÃO PARA ENTREGA/ h	RETORNO PEÇAS /h
Vestido Longo	130	2:00:00	00:30:00
Vestido Curto	54	0:40:00	00:20:00
Traje masculino	100	0:40:00	00:30:00
Vestido de noiva	4	10:00:00	00:40:00
Vestido de debutante	7	3:00:00	00:30:00
Traje infantil	10	0:40:00	00:20:00
TOTAL	305		
GRUPO DE TRAJES	QNT. LOCADA	TEMPO TOTAL POR PEÇA/ h	TEMPO TOTAL POR GRUPO/ h
Vestido Longo	130	3:50:00	498:20:00
Vestido Curto	54	1:50:00	99:00:00
Traje masculino	100	2:00:00	200:00:00
Vestido de noiva	4	17:40:00	70:40:00
Vestido de debutante	7	6:00:00	42:00:00
Traje infantil	10	2:20:00	23:20:00
TOTAL	305	33:40:00	933:20:00
GRUPO DE TRAJES	QNT. LOCADA	TEMPO TOTAL / h	% TOTAL
Vestido Longo	130	498:20:00	53%
Vestido Curto	54	99:00:00	11%
Traje masculino	100	200:00:00	21%
Vestido de noiva	4	70:40:00	8%
Vestido de debutante	7	42:00:00	5%
Traje infantil	10	23:20:00	2%
TOTAL	305	933:20:00	100%

Fonte: Produção da autora (2018)

APÊNDICE B - CÁLCULO DA DEPRECIAÇÃO ANUAL E MENSAL.

VESTIDO DE NOVA VALOR CUSTO PARA COMPRA R\$ 4.500,00 VALOR RESIDUAL R\$ 500,00		
SOMA DOS DÍGITOS (VIDA ÚTIL 3 ANOS)	1+2+3 = 6 FICARÁ NO DENOMINADOR	
1º ANO	$3/6 \times 4000,00$	R\$ 2.000,00
2º ANO	$2/6 \times 4000,00$	R\$ 1.333,33
3º ANO	$1/6 \times 4000,00$	R\$ 666,67
VALOR RESIDUAL		R\$ 500,00

DEPRECIAÇÃO MENSAL			
1º ANO	R\$ 2.000,00	12	R\$ 166,67
2º ANO	R\$ 1.333,33	12	R\$ 111,11
3º ANO	R\$ 666,67	12	R\$ 55,56

VESTIDO LONGO VALOR CUSTO PARA COMPRA R\$700,00 VALOR RESIDUAL R\$100,00		
SOMA DOS DÍGITOS (VIDA ÚTIL 3 ANOS)	1+2+3 = 6 FICARÁ NO DENOMINADOR	
1º ANO	$3/6 \times 600,00$	R\$ 300,00
2º ANO	$2/6 \times 600,00$	R\$ 200,00
3º ANO	$1/6 \times 600,00$	R\$ 100,00
VALOR RESIDUAL		R\$ 100,00

DEPRECIAÇÃO MENSAL			
1º ANO	R\$ 300,00	12	R\$ 25,00
2º ANO	R\$ 200,00	12	R\$ 16,67
3º ANO	R\$ 100,00	12	R\$ 8,33

VESTIDO DEBUTANTES VALOR CUSTO COMPRA R\$1500,00 VALOR RESIDUAL R\$200,00		
SOMA DOS DÍGITOS (VIDA ÚTIL 3 ANOS)	1+2+3 = 6 FICARÁ NO DENOMINADOR	
1º ANO	$3/6 \times 1300,00$	R\$ 650,00
2º ANO	$2/6 \times 1300,00$	R\$ 433,33
3º ANO	$1/6 \times 1300,00$	R\$ 216,67
VALOR RESIDUAL		R\$ 200,00

DEPRECIAÇÃO MENSAL			
1º ANO	R\$ 650,00	12	R\$ 54,17
2º ANO	R\$ 433,33	12	R\$ 36,11
3º ANO	R\$ 216,67	12	R\$ 18,06

VESTIDO CURTO VALOR DE CUSTO R\$390,00 VALOR RESIDUAL R\$50,00		
SOMA DOS DIGITOS (VIDA UTIL 3 ANOS)	1+2+3 = 6 FICARÁ NO DENOMINADOR	
1º ANO	$3/6 \times 340,00$	R\$ 170,00
2º ANO	$2/6 \times 340,00$	R\$ 113,33
3º ANO	$1/6 \times 340,00$	R\$ 56,67
VALOR RESIDUAL		R\$ 50,00

DEPRECIÇÃO MENSAL			
1º ANO	R\$ 170,00	12	R\$ 14,17
2º ANO	R\$ 113,33	12	R\$ 9,44
3º ANO	R\$ 56,67	12	R\$ 4,72

Fonte: Produção da autora (2018)

APÊNDICE C – CÁLCULO PARA ENCONTRAR O LUCRO INDIVIDUAL DOS TRAJES

PRODUTOS	IMPOSTO	LUCRO PELO PREÇO PRATICADO	LUCRO PELO PREÇO PROPOSTO	IMPOSTO
Vestido longo	R\$ 24,52	R\$ 150,55	R\$ 153,13	R\$ 24,68
Vestido curto	R\$ 11,62	R\$ 63,48	R\$ 78,60	R\$ 12,53
Vestido de noiva	R\$ 180,70	R\$ 1.596,02	R\$ 1.178,68	R\$ 155,40
Vestido de debutante	R\$ 77,44	R\$ 776,16	R\$ 401,10	R\$ 54,71

Fonte: produção da autora (2018)