



FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE - FANESE

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

ALLAN CHRISTIAN SOUZA BISPO

O CUSTEIO VARIÁVEL COMO FERRAMENTA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO NAS
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS OPTANTES PELO SIMPLES
NACIONAL: um estudo de caso na empresa Cardoso Acessórios Ltda.

ARACAJU
2020.1

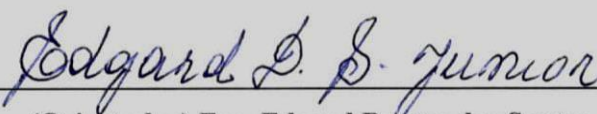
B622c	BISPO, Allan Christian Souza O CUSTEIO VARIÁVEL COMO FERRAMENTA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS OPTANTES PELO SIMPLES NACIONAL: um estudo de caso na empresa Cardoso Acessórios Ltda. / Allan Christian Souza Bispo; Aracaju, 2020. 35p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe. Coordenação de Ciências Contábeis. Orientador(a) : Edgard Dantas dos Santos Júnior. 1. Contabilidade de Custos 2. Contabilidade Gerencial 3. Formação de Preço 4. Custeio Variável. 657.47:658.114.1813.7)
-------	--

ALLAN CHRISTIAN SOUZA BISPO

O CUSTEIO VARIÁVEL COMO FERRAMENTA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS OPTANTES PELO SIMPLES NACIONAL: um estudo de caso na empresa Cardoso Acessórios Ltda.

Artigo apresentado à Coordenação do curso de Ciências Contábeis da FANESE, como requisito parcial e elemento obrigatório para a obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis no período de 2020.1.

Aprovado (a) com média: 9,5


(Orientador) Esp. Edgard Dantas dos Santos Júnior

1º Examinador Ms. Gilvânia Andrade do Nascimento

2º Esp. Examinador Carlos Augusto de Almeida

Aracaju (SE), 19 de junho de 2020.

O CUSTEIO VARIÁVEL COMO FERRAMENTA PARA FORMAÇÃO DE PREÇO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS COMERCIAIS OPTANTES PELO SIMPLES NACIONAL: um estudo de caso na empresa Cardoso Acessórios Ltda.*

Allan Christian Souza Bispo

RESUMO

Com o mercado cada vez mais competitivo, em que inúmeras empresas atuam no mesmo ramo de atividade, o preço de venda tem sido uma das maiores estratégias para tentar atrair clientes. No entanto, muitas empresas, especialmente os micros e pequenos negócios, utilizam métodos de precificação sem a correta mensuração dos gastos e acabam incorrendo em prejuízos. Em decorrência desse fato, essa pesquisa científica tem por finalidade responder a seguinte questão: como utilizar o sistema de custeio variável na formação do preço de venda nas micro e pequenas empresas comerciais optantes pelo Simples Nacional? Com base nesse questionamento, essa pesquisa tem como objetivo geral: apresentar o processo de formação de preços nas micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional utilizando o custeio variável. Para alcançar o referido objetivo tomaram-se como base os seguintes objetivos específicos: descrever as etapas de formação do preço de venda de acordo com a estrutura de custos nas Micro e Pequenas Empresas (MPE) comerciais baseando-se no custeio variável e apresentar a formação do preço de venda na empresa estudada. A fim de obter as respostas necessárias para essa problemática e seus respectivos objetivos, utilizou-se como método a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, e, conforme os resultados, foi possível analisar que o custeio variável é uma ferramenta eficaz no fornecimento de informações capazes de influenciar os gestores na formação do preço de venda.

Palavras-chave: Contabilidade de Custos. Contabilidade Gerencial. Formação de Preço. Custeio Variável.

1 INTRODUÇÃO

Com o mercado cada vez mais competitivo, em que inúmeras empresas atuam no mesmo ramo de atividade, o preço de venda, especialmente, tem sido uma das maiores estratégias para tentar atrair clientes. Além disso, devido aos avanços tecnológicos, atualmente os clientes têm à sua disposição várias ferramentas de pesquisa capazes de comprovar qual empresa está disponibilizando a melhor oferta.

*Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis, Fanese, como requisito parcial e obrigatório para a obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação do Prof. Edgard Dantas dos Santos Júnior.

Para a correta formação do preço os gestores necessitam incessantemente de informações que os auxiliem no processo de tomada de decisão. A Ciência Contábil, amparada principalmente da Contabilidade de Custos e Gerencial, traz ferramentas capazes de subsidiar o gestor no processo decisório, inclusive, no tocante à formação de preço. Baseando-se nesta ciência é possível mensurar os gastos e entender a estrutura de custo da organização, possibilitando ao gestor a capacidade de mensurar de forma eficiente os custos e as despesas, fazendo com que ele tenha decisões mais acertadas.

Com a finalidade de auxiliar os gestores das micro e pequenas empresas, utilizando para isso a Ciência Contábil, especialmente, baseando-se no custeio variável, este artigo apresentará o processo de formação de preço com tratamento adequado aos gastos fixos, incorporando tais valores ao preço de venda e não ao custo unitário do produto como acontece no custeio por absorção. Além disso, há na literatura contábil um entendimento de que o citado sistema de custeio é uma ferramenta que possibilita um tratamento mais lúcido dos gastos da empresa, evitando, por exemplo, a adoção de métodos arbitrários de tratamento destes custos, como nos rateios típicos do custeio por absorção. Diante disso, apesar do foco deste estudo está no custeio variável, a apresentação dos dois tipos de custeio na fundamentação teórica se faz importante, visto que no Brasil o uso do sistema variável só é autorizado para finalidades gerenciais, já para fins fiscais o sistema permitido é o absorção.

Quanto à importância, este trabalho parte do entendimento de que o processo de precificação deve ser técnico e lúcido, do contrário, o preço formado pode representar uma enorme ameaça para a saúde financeira da empresa, principalmente nos micro e pequenos negócios, onde a adoção de métodos de precificação arbitrários, sem a correta mensuração dos custos e despesas é uma realidade. Com o intuito de oferecer preços competitivos, muitas empresas acabam reduzindo o valor dos seus produtos usando como referência o preço do concorrente e acabam incorrendo em prejuízos.

Diante do exposto e da necessidade das organizações se consolidarem no mercado com preços competitivos, mas com métodos técnicos e científicos, que possibilitem a adequada precificação dos produtos em que o preço ofertado não comprometa a integridade financeira do negócio, elabora-se a seguinte questão: como utilizar o sistema de custeio variável na formação do preço de venda nas micro e pequenas empresas comerciais optantes pelo Simples Nacional?

Ademais, o objetivo geral da pesquisa consiste em apresentar o processo de formação de preços nas micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional utilizando o custeio variável, baseando-se no referencial teórico e na aplicação de um estudo de caso em uma empresa sergipana. Para consecução de seus objetivos, o trabalho elenca os seguintes objetivos específicos: apresentar a formação do preço de venda na empresa estudada, bem como descrever as etapas de formação do preço de venda de acordo com a estrutura de custos nas Micro e Pequenas Empresas (MPE) comerciais. Para isso, serão utilizados elementos do custeio variável, com ênfase na Margem de Contribuição, por se tratar de um fator indispensável na composição de um preço de venda capaz de cobrir os gastos fixos e gerar lucro.

Vale ressaltar que o presente trabalho discorre sobre como formar o preço de venda, mas com foco nas micro e pequenas empresas optantes pelo Simples Nacional. Logo, apresentará um estudo do caso em uma empresa comercial sergipana optante pelo citado regime de tributação. Ressalta-se ainda, que este estudo auxilia não apenas a empresa objeto do estudo de caso, mas todas as MPEs comerciais, contribuindo na gestão e, conseqüentemente, para a maior lucratividade destas empresas.

Por fim, além da pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica, este trabalho utilizará como metodologia para o estudo de caso a pesquisa de campo com a coleta dos dados necessários para aplicação correta do processo de formação de preço na empresa estudada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No presente capítulo consta o referencial teórico da pesquisa, com abordagem amparada, especialmente, na Contabilidade de Custos e Gerencial, fundamentada na contribuição de alguns dos seus principais autores da área contábil, apresentando o método de custeio variável como alternativa ao custeio por absorção e descrevendo as etapas da formação de preço. Também foi utilizado como fonte de pesquisa o manual “Como elaborar o preço de venda”, disponibilizado pelo SEBRAE (2013). No entanto, em um primeiro momento, devido ao trabalho ter como foco os micros e pequenos negócios optantes pelo Simples Nacional, antes do aprofundamento na fundamentação teórica, este capítulo descreve de forma sucinta os critérios que definem o porte de micro e pequenas empresas, bem como

algumas características típicas das atividades das empresas comerciais e os aspectos tributários para estas organizações quando optantes pelo Simples Nacional.

2.1 Critérios de definição para micro e pequenas empresas

Existem alguns parâmetros que definem o porte das empresas. No Brasil, diferentes órgãos governamentais estabelecem os seus próprios critérios para classificação dos estabelecimentos como micro, pequeno, médio e grande. Dentre estes órgãos estão: o Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e a Receita Federal (MARTINS, 2014).

O SEBRAE (2018) usa como critério para definir o porte de uma empresa o número de funcionários que ela emprega conforme o quadro abaixo.

Quadro 1 – Classificação das empresas quanto ao seu porte segundo o SEBRAE.

Porte	Setores	
	Indústria	Comércio e serviços
Micro empresa	até 19 funcionários	até 9 funcionários
Pequena empresa	de 20 a 99 funcionários	de 10 a 49 funcionários
Média empresa	de 100 a 499 funcionários	de 50 a 99 funcionários
Grande empresa	500 funcionários ou mais	100 funcionários ou mais

Fonte: adaptado do Anuário do Trabalho na Micro e Pequena Empresa SEBRAE (2018, p. 17).

Já a Receita Federal, de acordo com a Lei Complementar 123/2006, define micro e pequenas empresas de acordo com o seu faturamento anual.

Quadro 2 – Classificação das empresas quanto ao seu porte segundo a Receita Federal.

Porte	Faturamento anual
Microempreendedor Individual (MEI)	até R\$ 81.000,00
Micro empresa	Até R\$ 360.000,00
Empresa de pequeno porte (EPP)	Até R\$ 4.800.000,00

Fonte: adaptado do guia prático do Simples Nacional da IOB SAGE (2017, p. 25 e 26).

2.2 Importância das empresas comerciais

Uma empresa comercial tem como característica básica a compra e revenda de mercadorias. No entanto, apesar dessa definição tão básica, esse tipo de estabelecimento tem

papel fundamental na economia do país, pois são as empresas comerciais que disponibilizam os produtos produzidos pela indústria ao consumidor final. A atividade comercial é muito importante, pois permite colocar à disposição dos consumidores, em mercados físicos e economicamente delimitados, grande variedade de bens e serviços necessários à satisfação das necessidades humanas (IUDÍCIBUS; MARION, 2004, p. 27).

Em 2004, Iudícibus e Marion destacaram a importância da atividade comercial enfatizando o mercado físico. Entretanto, hoje com o mercado globalizado e o *e-commerce* em alta, as empresas comerciais estão digitalizando os seus processos, conseguindo assim, alcançar clientes em lugares inimagináveis há alguns anos.

2.3 Aspectos Tributários Das Empresas Comerciais Optantes Pelo Simples Nacional

Alguns tributos impactam diretamente no valor dos produtos, na aquisição, pois representam um custo ou na venda, quando representam uma despesa. Toda a carga tributária deve ser levada em consideração ao precificar um produto, do contrário, é possível que o valor cobrado leve a empresa a ter prejuízos.

A Lei Complementar 123/2006, estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, especialmente no que se refere, por exemplo, aos aspectos tributários, previdenciários, trabalhistas, creditícios e de desenvolvimento empresarial. A citada lei, regula o Simples Nacional separando as atividades comerciais, industriais e de serviços em anexos específicos. Esses anexos definem parâmetros para o cálculo dos tributos abrangidos por este tratamento simplificado de recolhimento, tais como: IRPJ, CSLL, COFINS, PIS/PASEP, CPP e ICMS. O IPI será cobrado às indústrias e o ISS às empresas de serviço (BRASIL, 2006).

Nas empresas comerciais optantes pelo sistema simplificado de recolhimento, os tributos acima citados incidem sobre o faturamento e são recolhidos em guia única, salvo em casos que a empresa exceda o sublimite. Nesse caso, o ICMS será cobrado em separado no regime débito e crédito, mas os tributos federais continuarão com recolhimento no Documento de Arrecadação do Simples - DAS (IOB, 2017, p. 17).

Apesar de toda simplicidade no recolhimento e da submissão a uma carga tributária, em tese menor, as empresas optantes pelo citado regime tributário devem estar atentas também aos outros tributos decorrentes da aquisição dos produtos para revenda, tais como,

ICMS-ST, ICMS (antecipado) e o IPI, visto que, neste caso, representarão um custo (SEBRAE, 2013). Entretanto, quando a empresa estiver no regime débito e crédito de ICMS, por ter ultrapassado o sublimite, este tributo não representará um custo na compra.

2.4 Simples Nacional – Anexo I (Comércio)

Tendo em vista que este estudo abrange apenas empresas comerciais, será utilizado para fundamentação apenas o anexo I do Simples Nacional que regula o comércio. Nesse anexo é possível verificar que as empresas enquadradas estão subjugadas a 6 faixas com faturamentos, alíquotas nominais e valores a deduzir diferentes, como é possível conferir no quadro 3.

Quadro 3 – Faixas do Simples Nacional no anexo I.

Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)		Alíquota Nominal	Valor a Deduzir (em R\$)
1ª Faixa	Até 180.000,00	4,00%	–
2ª Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	7,30%	5.940,00
3ª Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	9,50%	13.860,00
4ª Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	10,70%	22.500,00
5ª Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,30%	87.300,00
6ª Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19,00%	378.000,00

Fonte: Guia prático do Simples Nacional da IOB SAGE (2017, p. 22).

Quadro 4 – Repartição de tributos do Simples Nacional no anexo I.

Faixas	Percentual de Repartição dos Tributos					
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS (*)
1ª Faixa	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	41,50%	34,00%
2ª Faixa	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	41,50%	34,00%
3ª Faixa	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%
4ª Faixa	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%
5ª Faixa	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%
6ª Faixa	13,50%	10,00%	28,27%	6,13%	42,10%	–

Fonte: Guia prático do Simples Nacional da IOB SAGE (2017, p. 22).

2.4.1 Alíquota efetiva do simples nacional – anexo I (comércio)

As informações presentes nos anexos servem para o cálculo da alíquota efetiva, que aplicada sobre o faturamento representará o valor que a empresa terá que recolher no DAS. Segundo a IOB SAGE (2017, p. 20 e 21) a fórmula para obtenção da alíquota efetiva quando não há excesso no sublimite é a seguinte:

$$AE = \frac{[(RBT12 \times ALQ) - PD]}{RBT12}$$

Onde:

AE = Alíquota efetiva

RBT12 = Receita bruta acumulada nos 12 meses anteriores à apuração

ALIQ = Alíquota nominal

PD = Parcela a deduzir

Ainda segundo a IOB SAGE (2017) a fórmula para obtenção da alíquota efetiva quando há excesso no sublimite é a seguinte:

$$AE(A) = \frac{[(RBT12 \times ALQ) - PD]}{RBT12}, \text{ para parte que não ultrapassou } 4.800.00,00.$$

$$AE(B) = \frac{[(4.800.000,00 \times ALQ \text{ da } 6^{\text{a}} \text{ faixa}) - 378.000,00]}{4.800.00,00}, \text{ para parte que ultrapassou } 4.800.00,00.$$

Quando há excesso a alíquota efetiva é a soma de AE(A) e AE(B) e incidirá sobre o faturamento do mês apurado.

2.5 Da Contabilidade De Custos À Contabilidade Gerencial

A contabilidade de custos é uma ferramenta de suma importância para as empresas, pois baseando-se nos objetos de custeio ela subsidia os seus usuários com informações que permitem a quantificação dos gastos das entidades. Essa quantificação, se eficaz, contribui para o processo de gerenciamento e, obviamente, auxilia na tomada de decisão. Isso ocorre devido à alta competição existente, pois as empresas já não podem mais definir seus preços apenas de acordo com os custos incorridos, mas também devem observar os preços praticados no mercado em que atuam (MARTINS, 2003, p. 15).

A contabilidade de custos evoluiu bastante nas últimas décadas, anteriormente era destinada, especialmente, à valoração dos estoques para avaliação dos lucros, hoje engloba praticamente todas as áreas da empresa, visto que o mercado também teve a sua complexidade aumentada. Desta forma, este ramo da contabilidade se tornou vital para, baseando-se nos sistemas de custeio, por exemplo, saber se, dado o preço, o produto é rentável; ou, se rentável, se é possível reduzir os custos a ele atribuído (MARTINS, 2003, p. 15).

Segundo Bomfim e Passarelli (2011, p. 25), são objetos de custeio qualquer produto, atividade, função ou unidade organizacional cujos gastos estejam sujeitos à quantificação, à análise e ao controle da área de custos. Estes objetos são quantificados por técnicas e procedimentos, tais como: o custeio absorção, o custeio variável, custeio ABC, custeio RKW, etc.

Quanto à contabilidade gerencial, esta tem por finalidade subsidiar o gestor com informações para a tomada de decisão e não está subjugada à formalidades, como por exemplo, os princípios contábeis. Dessa forma, o seu uso em alguns casos é extracontábil, visto que, qualquer que seja a informação contábil gerencial fornecida, ela objetivará a condição mais benéfica ao desenvolvimento da empresa, mesmo que isso represente o não atendimento à legislação brasileira. Um grande exemplo disso é o uso do custeio variável, que não é aceito pelo fisco brasileiro e, portanto, o seu uso se restringe às finalidades gerenciais. O sistema de custeio aceito pelo fisco é o de absorção (MARIOM; OSNI, 2011, p.45).

Por fim, é possível concluir que a contabilidade de custos tem como objetivo o fornecimento de sistemas de informações que permitam um gerenciamento dos custos mais eficiente. Já a contabilidade gerencial, utiliza as informações provenientes da contabilidade de custos, mas a sua aplicabilidade é muito mais abrangente (MARTINS, 2003, p. 15).

2.6 Classificação Dos Custos

De acordo com Martins (2013), quanto à classificação, os custos podem ser diretos, indiretos, fixos ou variáveis como descrito no quadro abaixo em que os exemplos foram adaptados ao comércio.

Quadro 5 – Classificação dos custos.

Classificação	Definições	Exemplos
Diretos	São os custos que podem ser diretamente apropriados aos produtos.	• Valor de aquisição da mercadoria; • Frete na aquisição; • Tributos incidentes na aquisição.
Indiretos	São custos não atribuíveis diretamente aos produtos. As tentativas de apropriação são estimadas.	• Aluguel; • Salários dos vendedores;
Fixos	Não varia de acordo com o volume produzido.	• Aluguel; • Seguro; • Honorários contábeis.
Variáveis	Varia de acordo com o volume	• Valor de aquisição da mercadoria;

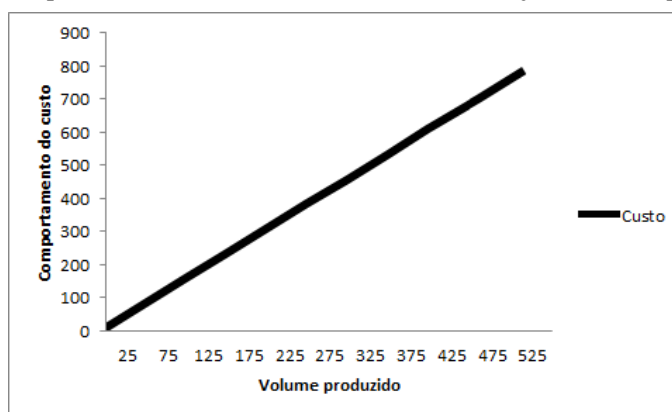
produzido.

- Frete na aquisição;
- Tributos incidentes na aquisição.

Fonte: adaptado de Martins (2013)

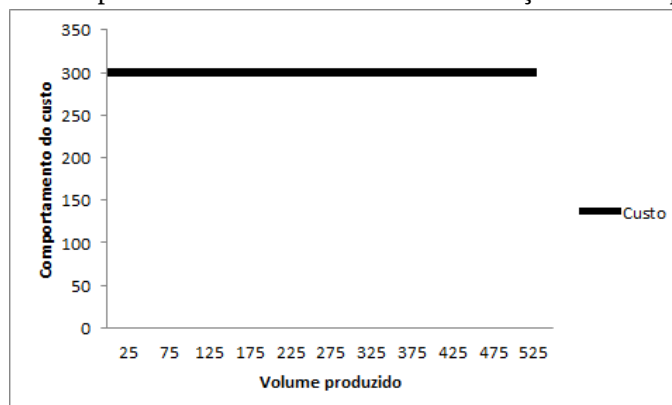
Os custos variáveis acompanham proporcionalmente o volume produzido, já os custos fixos, em tese, mantêm-se constantes independentemente da produção. No entanto, se a capacidade de produção for ultrapassada serão necessários reajustes elevando os custos fixos para o aumento da capacidade produtiva. O mesmo reajuste pode acontecer caso haja a redução da capacidade produtiva, neste caso será necessário reajustar o custo fixo (BOMFIM; PASSARELLI, 2011, p.275). As próximas figuras ilustram de forma gráfica o comportamento do custo em decorrência da variação do volume produzido.

Gráfico 1 – Comportamento dos custos variáveis em relação ao nível produtivo.



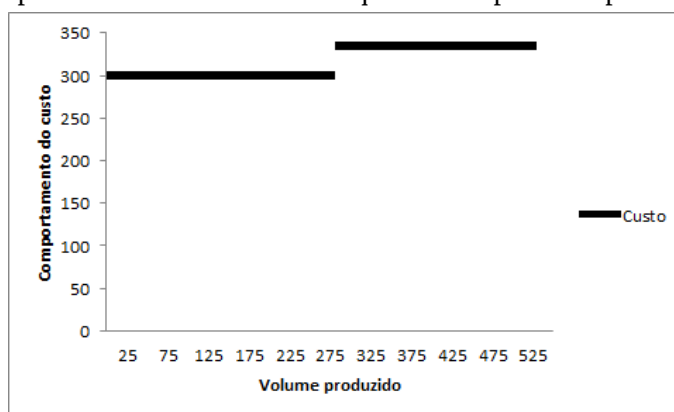
Fonte: adaptado de Bomfim e Passarelli (2011, p. 275).

Gráfico 2 – Comportamento dos custos fixos em relação ao nível produtivo.



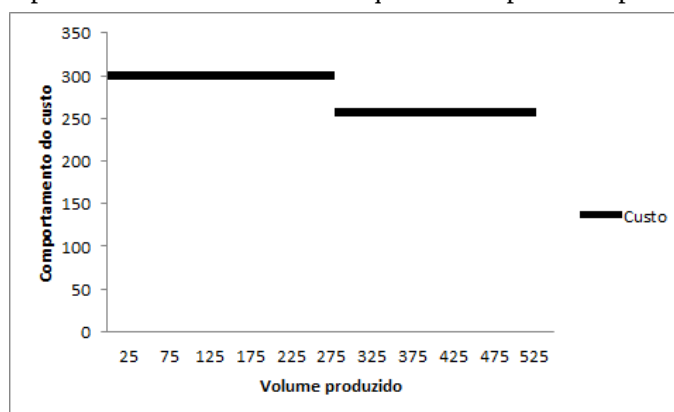
Fonte: adaptado de Bomfim e Passarelli (2011, p. 275).

Gráfico 3 – Comportamento dos custos fixos quando a capacidade produtiva é aumentada.



Fonte: adaptado de Bomfim e Passarelli (2011, p. 275).

Gráfico 4 – Comportamento dos custos fixos quando a capacidade produtiva é reduzida.



Fonte: adaptado de Bomfim e Passarelli (2011, p. 275).

É possível citar como um exemplo hipotético para os gráficos 3 e 4, um cenário em que uma empresa decide alugar um galpão para armazenar as suas mercadorias, visto que o seu depósito já está no limite e o gestor pretende adquirir mais mercadoria e ampliar o catálogo de produtos, nesse caso, em tese, haverá aumento no custo fixo devido ao valor do aluguel. O momento em que a empresa avalia que não precisa mais desse galpão, resolvendo então descontinuar o contrato de aluguel, é um exemplo de redução do custo fixo.

Nos gráficos 3 e 4, em ambos os casos houve um ajuste relativo à variação no processo produtivo. Entretanto, qualquer que seja o nível de produção, para finalidade prática de determinação do ponto de equilíbrio, é aceitável a suposição de que os gastos fixos não sofrerão alterações significativas (BOMFIM; PASSARELLI, 2011, p. 275).

2.7 Métodos De Custeio

Métodos de custeio são técnicas utilizadas para apropriação dos custos segundo critérios específicos. De acordo com Bomfim e Passarelli (2011) a diferença entre os métodos está relacionada com o grau de variabilidade dos gastos utilizados para cada um deles para apropriação aos produtos e serviços produzidos pela empresa.

Neste estudo, devido à abrangência com foco nas micro e pequenas empresas, os únicos métodos de custeio abordados serão o custeios por absorção e o custeio variável, visto que possuem aplicabilidade menos complexa e são menos dispendiosos às empresas. No entanto, existem outros sistemas de custeio muito utilizados no mercado como o custeio baseado em atividades (ABC).

2.7.1 Custeio por absorção

No custeio por absorção, além dos custos variáveis que podem ser diretamente atribuídos aos produtos, há também uma apropriação dos custos fixos baseando-se em critérios de rateio. O problema está no fato de que por mais que sejam objetivos, os critérios de rateio sempre apresentarão um caráter arbitrário ao tratamento dos custos e gerarão distorções nos resultados da empresa gerando dificuldades para o gestor na tomada de decisão (MARTINS, 2003, p.26).

O custeio por absorção é o método derivado da aplicação dos princípios de contabilidade e, no Brasil, ele é utilizado obrigatoriamente de acordo com a legislação fiscal, com pequenas exceções. Vale ressaltar que apesar do uso obrigatório para fins fiscais a sua utilização deve ser vista com bastante cautela para fins gerenciais (MARTINS 2003, p.24 e 25). Diante do exposto, baseando-se nas afirmações dos autores que são referências para este estudo e ratificam o fato de o custeio por absorção ser arbitrário devendo o seu uso ser evitado para finalidades gerenciais, este estudo não abordará a fundo esse método de custeio.

2.7.2 Custeio variável ou direto

No custeio variável, também conhecido como custeio direto, os custos variáveis, especificamente, são diretamente atribuídos aos produtos, sendo que os custos fixos têm um tratamento totalmente diferente do custeio por absorção, pois não são atribuídos diretamente aos produtos, eliminando a necessidade de rateios (MARTINS, 2003). Ademais, além do

tratamento dos custos variáveis, o único fator que assemelha um custeio do outro é que em ambos as despesas variáveis também são atribuídas diretamente aos produtos quando na venda.

O custeio variável tem vantagens significativas sobre o de absorção no que diz respeito à apuração dos resultados. Porém, ressalta-se que, no Brasil, o custeio direto só pode ser utilizado para fins gerenciais, ou seja, para finalidades contábeis e fiscais o sistema aplicado deve ser o custeio por absorção (BOMFIM; PASSARELLI, 2011, p. 259).

Dentro do custeio direto existem três elementos que são fundamentais para este estudo, são eles: ponto de equilíbrio (PE), margem líquida (ML) e, especialmente, a margem de contribuição (MC). Estes elementos são descritos conforme o quadro abaixo:

Quadro 6 – Indicadores do custeio variável utilizados neste estudo.

Indicador	Descrição
Ponto de equilíbrio (PE)	Acontece quando o faturamento se iguala ao valor dos custos, e, portanto, o lucro é igual a zero.
Margem líquida (ML)	É o que resta para empresa após o pagamento de todos os custos
Margem de contribuição (MC)	É a parte do preço de venda, excluídos os custos e despesas variáveis, destinada a cobrir os custos fixos e ainda gerar lucro para a empresa.

Fonte: adaptado do Manual como formar o preço de venda do SEBRAE (2013)

Fórmula do Ponto de equilíbrio (PE):

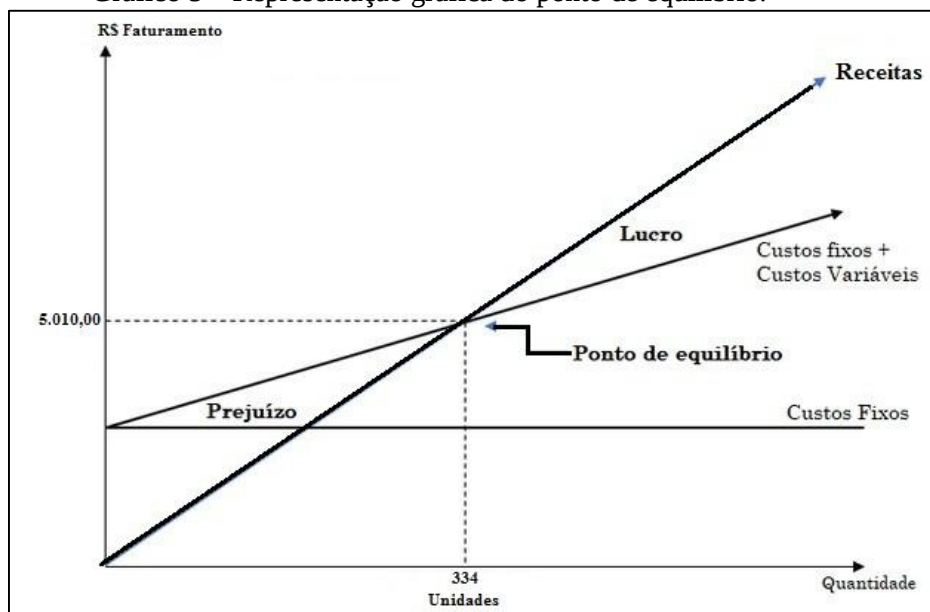
O ponto de equilíbrio é um indicador muito importante, pois baseando-se nele é possível identificar quanto a empresa precisa vender para cobrir os seus custos fixos e despesas fixas a fim de não incorrer em prejuízos (SEBRAE, 2013).

$$\text{Ponto de equilíbrio (PE)} = \frac{\text{custo fixo} + \text{despesa fixa}}{\text{margem de contribuição unitária}}$$

Exemplo: para um custo fixo de R\$ 1.500,00, despesa fixa de R\$ 504,00, com preço de venda igual a R\$ 15,00 e margem de contribuição unitária de R\$ 6,00.

$$\text{PE} = \frac{1.500,00 + 504,00}{6,00} = 334 \text{ unidades}$$

Gráfico 5 – Representação gráfica do ponto de equilíbrio.



Fonte: adaptado de Bomfim e Passarelli (2011, p.281).

Fórmula da Margem Líquida (ML):

$ML = \text{margem de contribuição} - \text{custos fixos}$

Fórmula da Margem de Contribuição (MC):

$MC = \text{preço} - \text{gastos variáveis}$

2.8 Formação De Preço

O processo de formação de preço é uma etapa importantíssima dentro das empresas, visto que é através das vendas que a empresa capta recursos para manutenção do negócio e conquista dos seus objetivos. Para a correta precificação é necessário que o gestor entenda a estrutura de custos da empresa, de forma que o preço cobrado por seus produtos seja capaz de cobrir o seu custo de aquisição, cobrir os gastos fixos da empresa e, por fim, gere o lucro desejado (SEBRAE, 2013). Entretanto, a adequada precificação demanda do gestor, além do domínio na mensuração dos custos e despesas, entendimento amplo do mercado, especialmente, no que diz respeito aos preços dos seus concorrentes.

Herrmann (2007) destaca vários motivos que causam o fracasso dos empreendimentos, tais como: capital de giro insuficiente, prazos de compra e de vendas desajustados, falta de controle nos custos, problemas de formação de preço e concorrência. Além disso, o citado

autor, também avalia que nas pequenas empresas a concorrência é sentida em maior grau e que, em alguns casos, pode ser inviável concorrer com grandes empresas.

Para formação do preço de venda o gestor deve sempre estar atento aos fatores internos da empresa, para saber se o valor cobrado por seus produtos atende aos objetivos da organização. Além disso, o responsável pelo processo de precificação também deve atentar-se aos fatores externos, visto que ao analisar o mercado será possível avaliar se o preço formado é competitivo se comparado com o valor cobrado por seus concorrentes para o mesmo produto ou similares. Diante disso, o preço de venda é um dos fatores que afetam a rentabilidade da empresa, pois se o preço cobrado ao cliente não for o suficiente para cobrir os gastos, haverá prejuízo independentemente do volume de vendas e, em relação aos concorrentes, o preço não pode ser muito elevado, neste caso haverá perda do volume de vendas (BONFIM; PASSARELLI, 2011, p. 473).

Diante do exposto, baseando-se no referencial teórico, especialmente, no manual de formação do preço de venda produzido pelo SEBRAE (2013), foi possível concluir que o preço de venda, em empresas comerciais, considerando apenas fatores internos, deve ser composto, no mínimo, pelos seguintes elementos:

Quadro 7 – Indicadores do custeio variável utilizados neste estudo.

Custos Variáveis (CV) – Custo de aquisição	É todo custo diretamente atribuível a aquisição da mercadoria.
Despesa Variáveis (DV) – Despesas com vendas	É todo gasto decorrente da realização da venda da mercadoria.
Margem de Contribuição (MC)	É a parte do preço de venda destinada a cobrir os custos fixos e ainda gerar lucro.

Fonte: adaptado do Manual - Como formar o preço de venda do SEBRAE (2013)

Levando em consideração os elementos mínimos acima propostos para composição do preço de venda é possível dividir o processo de precificação nas seguintes etapas:

Quadro 8 – Passo a passo da formação do preço de venda.

1º passo – Identificação os custos fixos (CF)
2º passo – Identificação da margem de contribuição (MC)
3º passo – Identificação das despesas variáveis (DV)

4º passo - Identificação do <i>Mark-up</i>
5º passo - Identificação do custo de aquisição e suas variáveis (CV)
6º passo – Aplicação da fórmula do preço de venda (PV)

Fonte: adaptado do manual - Como formar o preço de venda SEBRAE (2013)

2.8.1 Identificação dos custos fixos (CF)

O levantamento dos custos fixos é uma etapa fundamental para fins gerenciais, visto que estes gastos devem ser agregados ao preço de venda para que a empresa não incorra em prejuízos. Além disso, só é possível atribuir uma margem de contribuição aos produtos e identificação do ponto de equilíbrio, mediante a mensuração do CF. Logo, obviamente, só após o levantamento dos gastos fixos, será possível a identificação do quanto a empresa precisa vender para obter lucro (SEBRAE, 2013).

De acordo com o SEBRAE (2013) antes da formação da margem de contribuição, deve haver um levantamento de quanto é necessário destinar da venda de cada produto para cobrir os gastos fixos. Em estabelecimentos já em funcionamento, a identificação do percentual do preço de venda que é (ou será) destinado ao pagamento dos custos fixos, pode ser alcançada utilizando a seguinte fórmula:

$$\% \text{ CF} = \frac{\text{custos fixos (média mensal)} \times 100}{\text{vendas médias mensais}}$$

Com a citada fórmula é possível verificar o percentual do faturamento que é destinado ao pagamento do CF, baseando-se nas vendas médias e no custo fixo médio de acordo com uma série histórica da empresa. Os estabelecimentos, que ainda não possuem estas informações devem fazer projeções dos gastos e faturamento mensal e, se necessário, fazer ajustes na margem de contribuição com o passar do tempo (SEBRAE, 2013).

2.8.2 Determinação da margem de contribuição (MC)

Segundo Bomfim e Passarelli (2011, p. 266) a margem de contribuição nada mais é do que a diferença entre o valor das vendas de um determinado produto e seus gastos variáveis, ou seja, é o valor que sobra da receita da venda de um produto depois de deduzidos os custos

e despesas variáveis. Diante disso é possível obter a margem de contribuição com a seguinte fórmula:

$$MC = \text{Preço de venda} - (\text{custos variáveis} + \text{despesas variáveis})$$

O estudo da margem de contribuição é uma ferramenta gerencial importante na avaliação da rentabilidade de determinado produto. Baseando-se nela é possível avaliar situações tais como: qual o produto deve ser promovido ou descontinuado, quantas unidades devem ser vendidas para cobrir os custos fixos e gerar lucro, qual o efeito da modificação no preço de venda nos lucros, entre outras questões gerenciais (BOMFIM; PASSARELLI, 2011, p. 264).

2.8.3 Identificação das despesas com vendas e suas variáveis (DV)

A correta mensuração das despesas decorrentes da comercialização dos produtos também é uma etapa importantíssima dentro do processo de precificação, visto que estes valores devem ser incorporados ao preço de venda e, em tese, não podem ser subestimados ou superestimados. Quando o gestor adiciona ao valor do produto despesas acima da realidade, o preço da mercadoria pode ficar muito acima do mercado, por outro lado, ao inserir no preço de venda despesas abaixo da realidade, poderá haver redução na margem de contribuição (SEBRAE, 2013).

Para empresas optantes pelo Simples Nacional, o valor pago a título de tributos mediante apuração do citado regime tributário em virtude das vendas é considerado uma despesa. São outros exemplos de despesas com vendas: as comissões, as taxas das administradoras de cartões, os fretes e os descontos concedidos (SEBRAE, 2013).

De acordo com lei federal Nº 13.455/2017 é autorizada a diferenciação de preços de bens e serviços oferecidos ao público em função do prazo ou do instrumento de pagamento utilizado. Embora os descontos concedidos para pagamento à vista figurem como uma despesa, a sua incorporação ao preço de venda é no mínimo contraditória. No entanto, como as transações com cartões de crédito ou débito representam grande fatia das vendas das empresas, faz sentido incorporar ao preço do produto vendido as despesas referentes às taxas das administradoras dos cartões e, caso o cliente opte por pagar em dinheiro, poderá haver um desconto, já que deixam de existir as despesas administrativas que são cobradas quando o meio de pagamento é cartão.

Diante do exposto, segundo o SEBRAE (2013) é possível verificar as despesas sobre as vendas com a seguinte fórmula.

$\% DV = \% \text{ comissões} + \% \text{ taxas de cartões} + \% \text{ AE do SN} + \% \text{ fretes} + \% \text{ outras despesas}$

2.8.4 Identificação do *mark-up*

Segundo o SEBRAE (2013) é possível encontrar o *mark-up* utilizando a seguinte fórmula:

$$\text{Mark-up} = \frac{1}{\text{Taxa de marcação}}$$

Onde:

$$\text{Taxa de Marcação} = 1 - \left(\frac{\% DV + \% MC}{100} \right)$$

Quadro 9 – Conceitos de *mark-up* e da taxa de marcação.

Fator	Conceito
Taxa de marcação	É um coeficiente divisor que, dividido do custo de aquisição da mercadoria, fornece o preço de venda.
Mark-up	É um coeficiente multiplicador que, aplicado ao custo de aquisição da mercadoria, fornece o preço de venda.

Fonte: adaptado do manual - Como formar o preço de venda SEBRAE (2013)

2.8.5 Identificação do custo de aquisição e suas variáveis (CV)

De acordo com o SEBRAE (2013) os custos de aquisição, também chamados de custos diretos são todos os gastos diretamente atribuíveis a uma determinada mercadoria. Portanto, o custo de aquisição é determinado pelo valor da mercadoria (nota fiscal), deduzidos os descontos obtidos e os tributos recuperáveis, acrescidos os impostos não recuperáveis e os demais custos com a mercadoria até sua entrada na empresa.

Considerando que as empresas optantes pelo simples nacional não recuperam créditos de impostos é possível estruturar o custo de aquisição da seguinte forma:

Quadro 10 – Esquema para obtenção do custo de aquisição.

Preço de aquisição (nota fiscal)
(-) descontos obtidos
(+) impostos não recuperáveis (IPI, ICMS-ST, ICMS antecipado)
(+) frete
(+) seguros
(+) outras despesas incidentes na aquisição
(=) custo de aquisição

Fonte: adaptado do manual - Como formar o preço de venda SEBRAE (2013)

2.8.6 Formação do preço de venda (PV)

O preço de venda deve considerar, especialmente, todo o custo com a aquisição da mercadoria, as despesas decorrentes da venda do produto e a margem de contribuição. Para isso, é necessário a utilização de artifícios matemáticos que tornem o cálculo de formação de preço preciso, do contrário, o processo de precificação estará em desacordo com os objetivos da empresa.

Utilizando as fórmulas propostas pelo SEBRAE (2013) é possível obter o preço de venda com a seguinte fórmula:

$$PV = \text{Custo de aquisição} \times \text{Mark-up}$$

3 ESTUDO DE CASO

Um estudo de caso consiste em avaliar tecnicamente e profundamente um ou poucos objetos de pesquisa, avaliando individualmente cada caso de estudo (PRAÇA, 2015). Diante disso, este trabalho de conclusão de curso pretende avaliar de forma técnica o processo de formação de preço em uma empresa comercial sergipana optante pelo Simples Nacional.

3.1 Descrição Da Empresa Estudada

A Cardoso Acessórios é um estabelecimento filial fundado no ano de 1997 e localizado no centro de Aracaju. Segundo o proprietário da empresa, além de obter lucro, o seu objetivo principal para a empresa é oferecer o melhor preço possível para atrair clientes, com foco nos revendedores, por isso trabalha com preço de atacado e varejo. A loja disponibiliza a seus clientes diversos itens de armarinho, papelaria, bazar, bijuterias,

cosméticos e outros. Além disso, é considerada uma empresa de pequeno porte, optante pelo Simples Nacional e possui 14 funcionários.

3.2 Metodologia Utilizada

Além da pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica, este trabalho utilizou como metodologia para o estudo de caso a pesquisa de campo com a coleta dos dados necessários para a correta precificação das mercadorias no estabelecimento estudado. Ademais, os dados foram coletados também com o objetivo de levantar informações suficientes para entender como funcionava a formação do PV na empresa e se a sua aplicação estava adequada aos objetivos do gestor, para isso foram selecionados três produtos para análise do processo de precificação.

3.3 Dados Coletados Para A Formação Do Preço de Venda

A pesquisa de campo com coleta de dados demonstrou-se extremamente relevante para realização deste estudo, pois baseando-se nos documentos coletados foi possível verificar o faturamento da empresa e os custos fixos durante todo o ano de 2019. Com essas informações foi possível encontrar a alíquota efetiva do Simples Nacional, formar a margem de contribuição e, por fim, formar o preço de venda. Os documentos coletados foram os seguintes:

- a) Balancete contábil do ano de 2019 do estabelecimento filial;
- b) Faturamento da matriz e filial do ano de 2019.
- c) Notas fiscais de entrada dos três produtos objetos do estudo;
- d) Conhecimentos de transporte eletrônico dos três produtos objetos do estudo.

Baseando-se nos dados coletados foi possível estruturar as informações da seguinte forma:

Quadro 11 – Informações coletadas.

Informações coletadas	Valor	Fonte	Finalidade
Custos fixos	R\$ 402.827,09	Balancete 2019.	Encontrar o % CF.
Faturamento (filial)	R\$ 2.204.697,47		

Faturamento (Matriz + filial)	R\$ 3.073.096,98	Relatório de faturamento 2019.	Apurar a alíquota efetiva do Simples Nacional.
% Despesas variáveis	15,80%	Tributos + despesas, ambos incidentes sobre as vendas e presentes no balancete 2019.	Encontrar o <i>mark-up</i> para formar o PV.
% MC pretendida pelo gestor	25%	Análise dos preços formados pelo gestor para os produtos aplicados no estudo.	
Mark-up utilizado na empresa	1,408 (1,158+1,25)		Pesquisa no estabelecimento.
Preço do produto (mochila RB2037)	R\$ 126,50		
Preço do produto (espelho)	R\$ 212,00		
Preço do produto (spuminha da alegria 400ml)	R\$ 5,00		

Outras informações:

A fórmula do PV utilizada pelo gestor era a seguinte:

$$PV = \text{custo de aquisição} + 40,8\%$$

A fórmula citada era utilizada para encontrar o preço do atacado, o preço cobrado ao varejista é 30% maior do que o cobrado ao atacadista. A maior parte do faturamento da empresa vem das vendas em atacado, mas com os dados coletados não foi possível avaliar com exatidão a proporção que cada pauta de preço é consumida.

Para fundamentar os riscos de considerar apenas os fatores externos para formação do PV, este estudo pesquisou o preço de venda do produto spuminha da alegria 400ml nos concorrentes da empresa estudada. Para o produto citado, o concorrente mais próximo oferecia o mesmo item por um preço de R\$ 4,00.

3.4 Formação do PV – Mochila RB2037

1º passo – Identificação os custos fixos (CF)

$$\% \text{ CF} = \frac{\text{custos fixos (média mensal)}}{\text{vendas médias mensais}} \times 100 = \frac{402.827,09 \div 12}{2.204.697,47 \div 12} = 18,27\%$$

2º passo – Identificação da margem de contribuição (MC)

No momento da precificação dos produtos, o gestor utilizava como margem de contribuição o percentual de 25%. Como os custos fixos correspondem em média a 18,27% do faturamento, é possível concluir que o percentual utilizado pelo gestor como MC seria o suficiente para cobrir os custos fixos e gerar lucro, desde que o método de formação de preço utilizado protegesse esse percentual. Neste caso, o lucro líquido seria de 6,73%. Neste sentido, este estudo utilizará para formação do preço de venda a técnica do *mark-up*, com isso é possível garantir que pelo menos 25% do preço de venda serão direcionados ao pagamento dos gastos fixos e geração do lucro.

$$\% \text{ MC} = 25\%$$

3º passo – Identificação das despesas variáveis (DV)

Conforme consta no balancete do ano de 2019 as despesas variáveis foram de aproximadamente 15,8%, valor esse, que já inclui a alíquota efetiva do Simples Nacional.

Cálculo da alíquota efetiva do Simples Nacional para janeiro de 2020:

$$AE = \frac{[(RBT12 \times ALQ) - PD]}{RBT12} = \frac{[(3.073.096,98 \times 0,143) - 87.300,00]}{3.073.096,98} = 0,1146 \text{ ou } 11,46\%$$

$$\% \text{ DV} = 15,8\%$$

4º passo - Identificação do Mark-up

$$\text{Taxa de Marcação} = 1 - \left(\frac{\% \text{ DV} + \% \text{ MC}}{100} \right) = 1 - \left(\frac{15,8 + 25}{100} \right) = 1 - \left(\frac{40,80}{100} \right) = 1 - 0,408 = 0,592$$

$$\text{Mark-up} = \frac{1}{\text{Taxa de marcação}} = \frac{1}{0,592} = 1,6892$$

5º passo - Identificação do custo de aquisição e suas variáveis (CV)

Para obtenção do custo de aquisição foram coletados os seguintes dados:

- Nota fiscal de entrada;
- Conhecimento de transporte eletrônico - CTE (FOB);
- Planilha do cálculo do ICMS Antecipado.

Imagem 1 – Informações que constam na nota fiscal do produto.

CÓDIGO PRODUTO	DESCRIÇÃO	NCM/SH	O/CST	CFOP	UN	QUANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	B.CALC ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALIQ. ICMS	ALIQ. IPI
0RB2037	MOCHILA RB2037. 8074112 0001	42029200	100	6102	UN	24,0000	69,1800	1.660,32	1.660,32	66,41	166,03	4,00	10,00

Imagem 2 – Informações que constam no CTE do produto.

COMPONENTES DO VALOR DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO					
NOME	VALOR	NOME	VALOR	NOME	VALOR
FRETE PESO	45,00	FRETE VALOR	5,48	PEDAGIO	4,10
				VALOR TOTAL DO SERVIÇO	58,69

Quadro 12 – Planilha do cálculo do ICMS antecipado do produto.

A	C	E	F	G	H	K	L	M	P	Q	R	S	T
NOTA FISCAL DE ENTRADA	Receita a ser Antecipada	Quantidade do produto	Valor da Nota Fiscal/ Base de cálculo	IPI	Frete	Preço Composto	Alíquota de origem	Carga tributária alíquota de destino	Base de Cálculo	Débito do Imposto	Crédito da nota fiscal de origem	ICMS a ser recolhido na operação	Valor do ICMS a ser devolvido
NF/CTRC N°									78,55	14,14	4,94		0,00
MERCADORIA	antecip. Op. Interest.	1	69,18	6,92	-	76,10	4,00%	18,00%	76,10	13,70	2,77	10,93	-
FRETE	antecip. Op. Interest.	1			2,45	2,45	7,00%	18,00%	2,45	0,44	2,17	0,27	-
11,20													

Quadro 13 – Demonstrativo do cálculo do custo de aquisição do produto.

Preço de aquisição	69,18	Conforme imagem 1
(+) IPI	6,918	Conforme imagem 1 $\Rightarrow$ IPI = $69,18 \times 10\% = 6,918$
(+) ICMS antecipado	11,20	Conforme quadro 12
(+) Frete	2,4454	Conforme imagem 2 $\Rightarrow$ Frete = $58,69 \div 24 = 2,4454$
(=) Custo de aquisição	89,7434	

6º passo – Aplicação da fórmula do preço de venda (PV)

$$PV = \text{Custo de aquisição} \times \text{Mark-up} \Rightarrow PV = 89,7434 \times 1,6892 = 151,59$$

Quadro 14 – Demonstrativo da MC do produto após formação do PV.

Preço de venda	R\$ 151,59	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 23,95)	15,80%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 89,74)	59,20%
(=) Margem de contribuição	R\$ 37,90	25,00%

Diante do exposto, fica evidenciado que a utilização do *mark-up* é uma ferramenta eficaz para a correta formação do preço de venda, visto que os valores previamente definidos pelo gestor para o alcance dos objetivos da organização estarão protegidos por este fator de marcação. Dentre os valores protegidos, destaca-se a margem de contribuição, tendo em vista que, se depois de vendido o produto, descontado o custo de aquisição e as despesas variáveis, não sobrar o valor necessário para cobrir, no mínimo, os custos fixos, a viabilidade do negócio fica ameaçada.

3.5 Formação do PV – Espelho (sujeito ao regime ICMS-ST)

1º passo – Identificação o Custo Fixo (CF)

% CF = 18,27% (conforme apresentado no cálculo do PV no exemplo anterior)

2º passo – Identificação da margem de contribuição (MC)

% MC = 25% (conforme apresentado no cálculo do PV no exemplo anterior)

3º passo – Identificação das despesas variáveis (DV)

Cálculo da alíquota efetiva do Simples Nacional:

$$AE = 11,46\%$$

Quadro 15 – 5ª faixa do anexo I do Simples Nacional.

Faixa	Percentual de Repartição dos Tributos					
	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS (*)
5ª Faixa	5,50%	3,50%	12,74%	2,76%	42,00%	33,50%

Fonte: Guia prático do Simples Nacional da IOB SAGE (2017, p. 22).

Na alíquota do Simples Nacional no Anexo I (comércio) estão inseridos seis tributos, inclusive o ICMS. Como o produto em questão está sujeito ao regime de substituição tributária, a alíquota efetiva sofre redução de 33,50% proporcional ao ICMS que compõe a mesma, visto que houve um encerramento de fase deste tributo. Diante disso, as despesas variáveis consideradas para formação do preço deste produto será obtida da seguinte forma:

$$AE (\%ICMS) = 11,46\% \times 33,5\% = 3,84\%$$

Logo,

$$\% DV = 15,8\% - 3,84\% = 11,96\%$$

4º passo - Identificação do mark-up

$$\text{Taxa de Marcação} = 1 - \left(\frac{\% DV + \% MC}{100} \right) = 1 - \left(\frac{11,96 + 25}{100} \right) = 1 - 0,3696 = 0,6304$$

$$\text{Mark-up} = \frac{1}{\text{Taxa de marcação}} = \frac{1}{0,6304} = 1,5863$$

5º passo - Identificação do custo de aquisição e suas variáveis (CV)

Para obtenção do custo de aquisição foram coletados os seguintes dados:

- Nota fiscal de entrada;
- Conhecimento de transporte (FOB);
- Planilha com a MVA do produto;
- Planilha do cálculo do ICMS Antecipado com e sem encerramento de fase.

Imagem 3 – Informações que constam na nota fiscal do produto.

CÓDIGO PRODUTO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	O/CST	CFOP	UN	QUANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	B.CÁLC ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALÍQ. ICMS	ALÍQ. IPI
ESPELHO DF	ESPELHO DE BALCAO DUPLA FACE CROMADO COM AUMENTO	70099200	0101	6102	PC	6,0000	120,0000	720,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Imagem 4 – Informações que constam no CTE do produto.

COMPONENTES DO VALOR DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO					VALOR TOTAL DO SERVIÇO
NOME	VALOR	NOME	VALOR	NOME	VALOR
FRETE PESO	30,00				30,00

Quadro 16 – Planilha com a MVA do produto.

ANEXO XI – SEGMENTO: MATERIAL DE CONSTRUÇÃO E CONGÊNERES												
ITEM	CEST	NCM/SH	Descrição	Operação interna	SP	AC, AP, DF, MT, MS, MG, PR, PB, PE, RJ, RS, RO	AC, AP, CE, DF, ES, GO, MS, MG, MT, PA, PR, RR, RS, SP, TO	Legislação interna	MVA-ST Aliquota de 4%	MVA-ST Aliquota de 7%	MVA-ST Aliquota de 12%	MVA-ST Aliquota de 18%
84	10.080.00	7009	Espelhos de vidro, mesmo emoldurados, exceto os de uso automotivo	S	Prot. 33/12	Prot. 85/11		Art. 681, XXVI, Tabela XIII do Anexo IX	60,39%	55,38%	47,02%	37%

Quadro 17 – Planilha do cálculo do diferencial do ICMS do produto com e sem encerramento de fase.

A	C	E	F		G	H	K	L	M	O	P	Q	R	S
NOTA FISCAL DE ENTRADA	Receita a ser Antecipada	Quantidade do produto	ação do Preço Unitário para Base de Cálculo		IPI	Frete	Preço Composto	Aliquota de origem	Carga tributária alíquota de destino	Margem de Agreg. MVA*	Base de Cálculo	Débito do Imposto	Crédito da nota fiscal de origem	ICMS a ser recolhido na operação
			Valor da Nota Fiscal/ Base de cálculo											
			NF/CTRC Nº											
MERCADORIA	Antecip.com encer.	1	120,00	-	-	120,00	7,00%	18,00%	55,38%	188,46	33,56	8,40	25,16	
FRETE	antecip. Op. Interest.	1	-		5,00	5,00	7,00%	18,00%		5,00	0,90	0,35	0,55	
														25,71

Quadro 18 – Demonstrativo do cálculo do custo de aquisição do produto.

Preço de aquisição	120,00	Conforme imagem 3
(+) ICMS ST	25,16	Conforme quadro 17
(+) ICMS antecipado (frete)	0,55	Conforme quadro 17
(+) frete	5,00	Conforme imagem 4 $\Rightarrow$ Frete = 30,00 / 6 = 5,00
(=) custo de aquisição	150,71	

6º passo – Aplicação da fórmula do PV com mark-up

Considerando o encerramento de fase do ICMS o preço é calculado da seguinte forma:

$$PV = \text{Custo de aquisição} \times \text{mark-up} \Rightarrow PV = 150,71 \times 1,5863 = 239,07$$

Quadro 19 – Demonstrativo da MC do produto após formação do PV.

Preço de venda	R\$ 239,07	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 28,59)	11,96%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 150,71)	63,04%
(=) Margem de contribuição	R\$ 59,77	25,00%

Desconsiderando o encerramento de fase do ICMS o preço seria calculado da seguinte forma:

$$PV = \text{Custo de aquisição} \times \text{Mark-up} \Rightarrow PV = 150,71 \times 1,6892 = 254,58$$

Quadro 20 – Demonstrativo da MC do produto desconsiderando o encerramento de fase do ICMS.

Preço de venda	R\$ 254,58	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 30,45)	11,96%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 150,71)	59,20%
(=) Margem de contribuição	R\$ 73,42	28,84%

Diante do exposto, é possível verificar que ao desconsiderar o encerramento de fase do ICMS a empresa oferece um preço aproximadamente 6,49% maior do que considerando a não incidência deste tributo na venda. Em tese, cobrar o preço mais alto apresenta como vantagem uma maior margem de contribuição, neste caso 22,84% $((73,42 - 59,77) \div 59,77)$ maior. No entanto, em um mercado de forte concorrência, oferecer o menor preço possível tende a contribuir para o aquecimento das vendas. Ressalta-se que ao oferecer preços menores, o gestor deve atentar-se às suas despesas e ao comportamento da margem de contribuição para não incorrer em prejuízos.

3.6 Formação do PV – Spuminha Da Alegria 400ml

1º passo – Identificação os custos fixos (CF)

% CF = 18,27% (conforme apresentado no cálculo do PV nos exemplos anteriores)

2º passo – Identificação da margem de contribuição (MC)

% MC = 25% (conforme apresentado no cálculo do PV nos exemplos anteriores)

3º passo – Identificação das despesas variáveis (DV)

% DV = 15,8% (conforme apurado no cálculo do PV do primeiro produto apresentado)

4º passo - Identificação do Mark-up

$$\text{Taxa de Marcação} = 1 - \left(\frac{\% DV + \% MC}{100} \right) = 1 - \left(\frac{15,8 + 25}{100} \right) = 1 - \left(\frac{40,80}{100} \right) = 1 - 0,408 = 0,592$$

$$\text{Mark-up} = \frac{1}{\text{Taxa de marcação}} = \frac{1}{0,592} = 1,6892$$

5º passo - Identificação do custo de aquisição e suas variáveis (CV)

Para obtenção do custo de aquisição foram coletados os seguintes dados:

- Nota fiscal de entrada;
- Conhecimento de transporte (FOB);
- Planilha do cálculo do ICMS Antecipado.

Imagem 5 – Informações que constam na nota fiscal do produto.

CÓDIGO PRODUTO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	O/CST	CFOP	UN	QUANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL	B.CÁLC ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALÍQ. ICMS	ALÍQ. IPI
SA40	SPUMINHA DA ALEGRIA 400 ML.	95059000	000	6101	PC	2.400,0000	2,4833	5.959,92	5.959,92	417,19	1.191,98	7,00	20,00

Imagem 6 – Informações que constam no CTE do produto.

COMPONENTES DO VALOR DA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO							VALOR TOTAL DO SERVIÇO
NOME	VALOR	NOME	VALOR	NOME	VALOR		
CAT	20,00	FRETE PESO	376,86	FRETE VALOR	12,46		466,58
PEDAGIO	24,60						

Quadro 21 – Planilha do cálculo do ICMS antecipado do produto.

A	C	E	F	G	H	K	L	M	O	P	Q	R	S
NOTA FISCAL DE ENTRADA	Receita a ser Antecipada	Quantidade do produto	Valor da Nota Fiscal/ Base de cálculo	IPI	Frete	Preço Composto	Alíquota de origem	Carga tributária alíquota de destino	Margem de Agreg. MVA*	Base de Cálculo	Débito do Imposto	Crédito da nota fiscal de origem	ICMS a ser recolhido na operação
NF/CTRC Nº													
MERCADORIA	antecip. Op. Interest.	1	2,48	0,50	-	2,98	7,00%	18,00%		2,98	0,54	0,17	0,36
FRETE	antecip. Op. Interest.	1	-		0,19	0,19	7,00%	18,00%		0,19	0,03	0,01	0,02
													0,38

Quadro 22 – Demonstrativo do cálculo do custo de aquisição do produto.

Preço de aquisição	2,4833	Conforme imagem 5	
(+) IPI	0,4966	Conforme imagem 5	$\Rightarrow \text{IPI} = 2,4833 \times 20\% = 0,4966$
(+) ICMS antecipado	0,38	Conforme quadro 21	
(+) Frete	0,1944	Conforme imagem 6	$\Rightarrow \text{Frete} = 466,58 \div 2400 = 0,1944$
(=) Custo de aquisição	3,5543		

6º passo – Aplicação da fórmula do preço de venda (PV)

$$\text{PV} = \text{Custo de aquisição} \times \text{Mark-up} \Rightarrow \text{PV} = 3,5543 \times 1,6892 = 6,00$$

Quadro 23 – Demonstrativo da MC do produto após formação do PV.

Preço de venda	R\$ 6,00	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 0,948)	15,80%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 3,5543)	59,24%
(=) Margem de contribuição	R\$ 1,4977	24,96%

3.7 Análise Da Margem de Contribuição Nos Preços Formados Pelo Gestor

O gestor da empresa mensurou de forma eficiente as despesas sobre as vendas e as outras variáveis capazes de cobrir os gastos fixos e gerar lucro, independentemente do método utilizado, atribuiu uma margem de contribuição ao preço, capaz de alcançar os objetivos da empresa. No entanto, como é possível verificar no quadro 24, no momento de definir o *mark-up* adotou um artifício matemático equivocado, simplesmente acumulou as variáveis para aplicá-las sobre o custo de aquisição da mercadoria e formar o PV. Logo, existia um grave problema nos preços formados, visto que o fator de marcação não era utilizado da forma correta, ocasionando uma diminuição na margem de contribuição a um nível incapaz de cobrir os gastos fixos (18,27% do faturamento), como é possível constatar nos quadros 25, 26 e 27.

Quadro 24 – Análise do *mark-up* utilizado pelo gestor.

$$\text{Mark-up} = 1 + (15,8\% + 25\%) = 1 + 40,8\% = 1,408$$

O correto seria encontrar a taxa de marcação e depois o *mark-up*, como segue:

$$\text{Taxa de marcação} = 1 - \left(\frac{40,80}{100}\right) = 1 - 0,408 = 0,592$$

$$\text{Mark-up} = \frac{1}{\text{Taxa de marcação}} = \frac{1}{0,592} = 1,6892$$

Preço formado pelo gestor para o produto (mochila RB2037) R\$ 126,50:

$$\text{PV} = 89,74 \times 1,408 = 126,35 \text{ (o preço foi arredondado para 126,50)}$$

Quadro 25 – MC do produto (mochila RB2037) com PV formado pelo gestor.

Preço de venda	R\$ 126,50	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 19,99)	15,80%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 89,74)	70,94%
(=) Margem de contribuição	R\$ 16,77	13,26%

Preço formado pelo gestor para o produto (espelho):

$$PV = 150,71 \times 1,408 = 212,20 \text{ (o preço foi arredondado para 220,00)}$$

Quadro 26 – MC do produto (espelho) com PV formado pelo gestor.

Preço de venda	R\$ 212,00	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 25,35)	11,96%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 150,71)	71,09%
(=) Margem de contribuição	R\$ 35,94	16,95%

Preço formado pelo gestor para o produto (spuminha da alegria 400ml) R\$ 5,00:

$$PV = 3,55 \times 1,408 = 5,00$$

Quadro 27 – MC do produto (spuminha da alegria 400ml) com PV formado pelo gestor.

Preço de venda	R\$ 5,00	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 0,79)	15,80%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 3,55)	71,00%
(=) Margem de contribuição	R\$ 0,66	13,20%

3.8 Os Riscos De Formar O Preço de Venda Considerando Apenas O Preço Do Concorrente

Formar o preço de venda considerando apenas os fatores externos da empresa pode ser uma estratégia muito arriscada para saúde financeira do negócio. Diante disso, para comprovar os riscos que este método de precificação arbitrário pode trazer para empresa, este estudo verificou o preço de venda do produto spuminha da alegria 400ml nos concorrentes da Cardoso Acessórios e verificou que um deles oferecia o mesmo item a um preço de R\$ 4,00. Se, o gestor da empresa estudada atribuísse a seu produto o mesmo preço do concorrente, a margem de contribuição seria negativa, como é possível comprovar no quadro 28.

Quadro 28 – MC do produto (spuminha da alegria 400ml) utilizando o preço do concorrente.

Preço de venda	R\$ 4,00	100,00%
(-) Despesas Variáveis	(R\$ 0,63)	15,75%
(-) Custo de aquisição	(R\$ 3,55)	88,75%
(=) Margem de contribuição	(R\$ 0,18)	-4,50%

Diante do exposto, ficou claro que olhar apenas para o mercado põe em risco os objetivos da organização. No entanto, as informações vindas de fora da empresa podem trazer

boas lições ao gestor, como por exemplo, saber qual valor referente o custo de aquisição de determinada mercadoria, tornaria a empresa capaz de oferecer o mesmo preço do concorrente sem comprometer os objetivos da gestão. Isso é possível adaptando a fórmula do PV, como é possível verificar a seguir:

$$PV = \text{custo de aquisição} \times \text{mark-up} \implies \text{Custo de aquisição} = \frac{PV}{\text{mark-up}}$$

Logo, atribuindo à fórmula o preço de venda oferecido pelo concorrente de R\$ 4,00 e utilizando o mark-up apurado para este produto de 1,6892, temos o seguinte resultado:

$$\text{Custo de aquisição} = \frac{4,00}{1,6892} = 2,37$$

Ou seja, para oferecer um preço de R\$ 4,00 aplicando um *mark-up* de 1,6892, o custo de aquisição do produto não poderia ser superior a R\$ 2,37.

3.9 Ponto De Equilíbrio Baseando-se Na Margem De Contribuição Adotada Na Empresa

Quando existe mais de um produto dentro da cadeia produtiva da empresa, o ideal seria calcular um ponto de equilíbrio para cada item. No entanto, quando a variedade de produtos for grande, esse levantamento tornasse inviável. Neste caso, a solução será então calcular inicialmente um ponto de equilíbrio global baseando-se na margem de contribuição ponderada (Marion; Osni, p. 133).

Segundo Bomfim e Passareli (2011, p. 277 e 278) existe uma grande variedade de aplicações para técnica do ponto de equilíbrio na administração moderna. É possível, por exemplo, calcular o montante de renda necessária para recuperação dos gastos totais da empresa, conhecida como receita de equilíbrio ou, simplesmente, RE.

Neste sentido, admitindo que o processo de precificação foi aplicado de forma eficiente e que 25% do preço de venda dos produtos será destinado a cobertura dos gastos fixos, a empresa estudada atingiria o ponto de equilíbrio mensal quando alcançasse o seguinte faturamento:

$$\text{Gastos fixos} = 402.827,09 \div 12 = 33.568,92$$

$$RE = \frac{\text{gastos fixos}}{MC} = \frac{33.568,92}{0,25} = 134.275,68$$

Desta forma, admitindo que se 25% do preço de venda é margem de contribuição, 75% corresponde a gastos variáveis. Assim, temos o seguinte demonstrativo:

Quadro 29 – Demonstrativo da receita de equilíbrio.

Receita de equilíbrio	R\$ 134.275,68	100,00%
(-) Gastos variáveis (75%)	(R\$ 100.706,76)	75,00%
(-) Gastos fixos	(R\$ 33.568,92)	25,00%
(=) Lucro ou prejuízo	ZERO	0%

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com atual nível de competitividade no mercado, em um cenário no qual a utilização dos recursos é cada vez mais racional e que não há espaço para imperícias, os gestores necessitam munir-se de instrumentos que sejam os mais adequados para as suas demandas. Deste modo, o custeio variável mostrou-se uma ferramenta importantíssima devido o seu tratamento coerente dos gastos e por não se tratar de um sistema complexo e de aplicabilidade dispendiosa.

Ciente da relevância do tema, a confecção deste estudo fundamentou-se em pesquisas bibliográficas, sendo amparada na contabilidade de custos e gerencial por se tratarem de áreas que disponibilizam as ferramentas adequadas para o auxílio ao gestor no processo de tomada de decisão no que diz respeito à formação de preço. Além disso, mediante pesquisa de campo com coleta de dados, foi possível efetuar um estudo de caso com formação do preço de venda em uma empresa comercial sergipana optante pelo Simples Nacional.

O objetivo geral da pesquisa foi alcançado a partir dos objetivos específicos, que têm como proposta descrever as etapas de formação do preço de venda de acordo com a estrutura de custos nas micro e pequenas empresas comerciais baseando-se no custeio variável, bem como apresentar a formação do preço de venda na empresa estudada.

Com a finalidade de auxiliar os gestores das micro e pequenas empresas, utilizando para isso a Ciência Contábil, especialmente, baseando-se no custeio variável, este estudo apresentou o processo de formação de preço visando um tratamento adequado aos gastos fixos, incorporando tais valores ao preço de venda e não ao custo unitário do produto como acontece custeio por absorção.

Por fim, foi possível concluir que a utilização de ferramentas adequadas para a correta mensuração dos custos e despesas é de suma importância para as empresas no processo de

precificação dos produtos. Desta forma, será possível aplicar o preço adequado para variados cenários, proporcionando maior rentabilidade e solidez ao negócio.

REFERÊNCIAS

BOMFIM, Eunir de Amorim; PASSARELLI, João. **Custo e formação de preços** - 7. Ed. – São Paulo : IOB, 2011.

BRASIL, **Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte**, 2006. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/lei-geral-completa-10-anos-e-beneficia-milhoes-de-empresas,baebd455e8d08410VgnVCM2000003c74010aRCRD>> Acesso em: 16 de maio de 2020.

CONFAZ, **Portal Nacional da Substituição Tributária: Planilha Eletrônica Substituição Tributária versão 8**, 2020. Disponível em: <<https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/portal-nacional-da-substituicao-tributaria/sergipe-1>> acesso em: 25 de maio de 2020.

Guia Prático do Simples Nacional: novas regras para 2018/editorial Equipe Técnica IOB. – São Paulo: Sage, 2017.

HERRMANN, Jairo Leonar. **Gestão de empresas de pequeno porte : fatores internos e externos de uma situação de crise**. Porto Alegre, 2007. Disponível, em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/13964>> Acesso em: 25 de maio de 2020.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Contabilidade comercial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MARION, José Carlos. **Introdução à contabilidade gerencial** / José Carlos Marion, Osni Moura Ribeiro. – São Paulo : Saraiva, 2011.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Jean Gleyson Farias. **Proposta de Método para Classificação do Porte das Empresas** / Jean Gleyson Farias Martins. – Natal, 2014. Disponível em: <<https://www.unp.br/wp-content/uploads/2014/06/PROPOSTA-DE-M%C3%89TODO-PARA-CLASSIFICA%C3%87%C3%83O-DO-PORTE-DAS-EMPRESAS.pdf>> Acesso em: 20 de maio de 2020.

MILAN, Gabriel Sperandio et al . AS ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO E O DESEMPENHO DAS EMPRESAS. **READ. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre)**, Porto Alegre , v. 22, n. 2, p. 419-452, Aug. 2016 . Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112016000200419&lng=en&nrm=iso>. access on 28 May 2020.

PRAÇA, F. S. G. **Metodologia da Pesquisa Científica: organização estrutural e os desafios para redigir o trabalho de conclusão**. Revista Eletrônica “Diálogos Acadêmicos” (ISSN: 0486-6266). 08, nº 1, p. 72-87, jan-jul, 2015.

Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/283467955_METODOLOGIA_DA_PESQUISA_CIENTIFICA_ORGANIZACAO_ESTRUTURAL_E_OS_DESAFIOS_PARA_REDIGIR_O_TRABALHO_DE_CONCLUSAO> Acesso em: 20 de maio de 2020.

RECEITA FEDERAL, **Anexo I do Simples Nacional**, 2018. Disponível em: <<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/anexoOutros.action?idArquivoBinario=48430>> acesso em: 25 de maio de 2020.

SEBRAE (Org.), **Anuário do trabalho nos pequenos negócios: 2016**. 9.ed / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas, gráficos e mapas]. São Paulo : DIEESE, 2018. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anu%C3%A1rio%20do%20Trabalho%20nos%20Pequenos%20Neg%C3%B3cios%202016%20VF.pdf>> Acesso em: 20 de maio de 2020.

SEBRAE (Org.), RESENDE, José Flávio Bomtempo; LOPES, Vera Helena; SIMÕES, Marli Aparecida Menezes; WAKABAYASHI, Any Myuki; Santos, Arnou dos; ANDRADE, Augusto Manso de; CARVALHO, Beatriz; SABIONI, Adriana Athou. **Como elaborar o preço de venda**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2013. Disponível em <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MT/BIS/como%20formar%20o%20pre%C3%A7o%20de%20venda.pdf>> Acessos em 20 de março de 2020.

SEFAZ-SE, **Manuais de Serviços: Planilha de Apuração do ICMS**, 2019. Disponível em: <http://www.sefaz.se.gov.br/SitePages/servicos_biblioteca.aspx?RootFolder=%2FBiblioteca%20de%20Servicos%2FPLANILHAS&FolderCTID=0x012000BE89B2AC0BF18044BE41787218704DB6&View=%7B2FFD4041-2C7C-4FB8-A5D2-2A6ADCB5E8A9%7D> Acesso em: 25 de maio de 2020.