



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

BRUNA DOS SANTOS ISIDORO

**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS PARA ESTRATÉGIAS DE
FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO EM UMA PEQUENA EMPRESA
DO SEGMENTO COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

CURITIBA

2020

BRUNA DOS SANTOS ISIDORO

**A IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTOS PARA ESTRATÉGIAS DE
FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA: UM ESTUDO EM UMA PEQUENA EMPRESA
DO SEGMENTO COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de Ciências
Contábeis, do Setor de Ciências Sociais
Aplicadas, da Universidade Federal do
Paraná, como pré-requisito para obtenção
do título de MBA - Gestão Contábil e
Tributária

Orientador: Prof. Henrique Portulhak

CURITIBA

2020

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, pela sabedoria e disposição que me há dado, para a realização dessa especialização.

Agradeço aos meus pais e familiares, pela disposição, esforço e paciência com essa etapa e por sempre me incentivarem com meus estudos.

Sou grata aos professores do MBA de gestão Contábil e Tributária e colegas de turma, pela troca de experiências e conhecimentos durante esse período. Mas principalmente, sou grata pela confiança depositada na minha proposta de projeto pelo meu professor Henrique Portulhak, orientador do meu trabalho. Obrigada por me manter durante todo o processo.

Um agradecimento em especial, para minha amiga Caroline Cruz por me incentivar a iniciar essa especialização e por sempre me apoiar nessa caminhada.

E por fim, agradeço a todos que de alguma forma contribuíram e me apoiaram para mais uma realização pessoal e profissionalmente.

“Todas as vitórias ocultam uma abdicação”.
(Simone de Beauvoir)

RESUMO

As pequenas empresas representam quase 70% dos empreendimentos no Brasil, empregando mais da metade dos trabalhadores formais do país e com a representatividade de 27% do nosso Produto Interno Bruto (PIB). Por isso é de suma importância a continuidade da existência desses negócios a economia nacional.

Considerando que o preço de venda é um fator que influencia o cliente em suas decisões de compra, e com uma vasta concorrência, as empresas precisam oferecer a melhor oferta sem perder sua lucratividade. Uma vez que, uma das maiores dificuldades atuais dos gestores de pequenas empresas é em sua formação de preço, pois não sabem quais gastos devem ser considerados e qual a relevância isso tem para sua fidelização e sobrevivência no mercado. Por isso, é de grande valia, que os mesmos saibam a importância da gestão de custos para suas empresas e como isso influencia em sua formação de preço de venda. O trabalho trata de estratégias para a formação do preço de venda para as micro e pequenas empresas, bem como os benefícios da gestão de custos, que são temas de grande empecilho para que as mesmas possam aumentar seu ciclo de vida e a conscientização do empresário da necessidade de mudança em sua sistemática de cálculo de preço de venda para potencializar o lucro da organização.

Palavras-chave: Pequenas empresas, preço do venda, gestão de custos e lucratividade.

ABSTRACT

Small companies represent almost 70% of the enterprises in Brazil, employing more than half of the country's formal workers and representing 27% of our Gross Domestic Product (GDP). That is why it is of paramount importance that these businesses continue to exist for our current economy. Considering that the sale price is a factor that influences the customer in their purchasing decisions, and a wide competition, companies need to offer the best offer without losing their profitability. Since, one of the biggest difficulties of small business managers today is in their price formation, as they do not know what expenses should be considered and what relevance this has for their loyalty and survival in the market. Therefore, it is of great value, that they know the importance of cost management for their companies and how it influences their sales price formation. The present project will deal with strategies for the formation of the selling price for micro and small companies, as well as the benefits of cost management, which are major obstacles for them to increase their life cycle and the awareness of the entrepreneur of the need to change his sales price calculation system to maximize the profit of the organization.

Keywords: Small businesses, selling price formation, cost management and profitability.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Nota de compra Sensor Indutivo modelo IFRM.....	42
FIGURA 2 - Nota de compra Sensor Fotoelétrico modelo FHDM.....	44
FIGURA 3 - Nota de compra Encoder Incremental modelo GI333.....	46
FIGURA 4 – Nota de Prestação de Serviço.....	48

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Composição e justificativas dos custos – Sensor Indutivo modelo IFRM	43
QUADRO 2 - Composição e justificativas dos custos – Sensor Fotoelétrico modelo FHDM.....	45
QUADRO 3 - Composição e justificativas dos custos – Encoder Incremental modelo GI333.....	47
QUADRO 4 - Demonstração do resultado - Sensor Indutivo modelo IFR.....	51
QUADRO 5 - Demonstração do resultado - Sensor Fotoelétrico modelo FHDM.....	52
QUADRO 6 - Demonstração do resultado - Encoder Incremental modelo GI333.....	54
QUADRO 7 - Demonstração do resultado – Prestação de serviço.....	55

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Anexo I do Simples Nacional 2020.....	35
TABELA 2 – Anexo II do Simples Nacional 2020.....	35
TABELA 3 – Anexo III do Simples Nacional 2020.....	35
TABELA 4 – Anexo IV do Simples Nacional 2020.....	35
TABELA 5 – Anexo V do Simples Nacional 2020.....	36
TABELA 6 - Composição dos custos - Prestação de Serviço.....	49
TABELA 7 - Composição das despesas.....	49
TABELA 8 - Produto 1 - Porcentagem para o mark-up.....	50
TABELA 9 - Produto 2 - Porcentagem para o mark-up.....	52
TABELA 10 - Produto 3 - Porcentagem para o mark-up.....	53
TABELA 11 - Prestação de serviço - Porcentagem para mark-up.....	55

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	CONTEXTO E PROBLEMA	12
1.2	OBJETIVOS	13
1.2.1	Objetivo geral	13
1.2.2	Objetivos específicos	13
1.3	JUSTIFICATIVAS	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTO PARA AS EMPRESAS	15
2.1.2	CARACTERÍSTICAS DOS MÉTODOS DE CUSTEIOS	18
2.1.2.1	Gastos	19
2.1.2.2	Despesas	20
2.1.2.2.1	Despesas fixas	20
2.1.2.2.2	Despesas variáveis	21
2.1.2.3	Custos	21
2.1.2.3.1	Custos diretos	22
2.1.2.3.2	Custos indiretos	22
2.1.3	Custeio por Absorção	23
2.1.4	Custeio Variável	24
2.1.5	Custeio ABC	24
2.2	FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	25
2.2.1	Construindo o preço de venda	27
2.2.1.1	Como calcular o custo de um produto ou serviço	28
2.2.1.1.1	Preço de venda por <i>Mark-up</i>	29
2.2.1.2	Influência dos tributos na formação do preço de venda	30
2.2.1.2.1	Simplex Nacional	31
2.3	ESTUDOS ANTERIORES	36
2.3.1	A Influência da Formação do Preço de Venda na Micro e Pequena Empresa do Comercio Varejista nos Relatórios Gerenciais	36
3	METODOLOGIA DA PESQUISA	38

3.1 TIPOLOGIA QUANTO AOS OBJETIVOS	38
3.2 TIPOLOGIA QUANTO AOS PROCEDIMENTOS.....	38
3.3 TIPOLOGIA QUANTO À ABORDAGEM AO PROBLEMA	39
3.4 ESTRATÉGIAS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS	39
3.5 DESCRIÇÃO DO CASO.....	40
4. ESTUDO DE CASO	41
4.1 ANÁLISE DOS DADOS.....	41
4.2 IDENTIFICAÇÃO DE ITENS QUE INFLUENCIAM NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA.....	41
4.2.1 Identificação dos custos dos produtos	41
4.2.1.1 Produto 1 – Composição dos custos	42
4.2.1.2 Produto 2 – Composição dos custos	44
4.2.1.3 Produto 3 – Composição dos custos	46
4.2.1.4 Prestação de Serviço – Composição dos custos	48
4.2.2 Identificação das despesas	49
4.2.3 Lucro esperado pela empresa.....	50
4.2.4 Preço de venda por meio do <i>Mark-up</i>	50
4.2.4.1 <i>Mark-up</i> Produto 1.....	50
4.2.4.2 <i>Mark-up</i> Produto 2.....	51
4.2.4.3 <i>Mark-up</i> Produto 3.....	53
4.2.4.4 <i>Mark-up</i> Prestação de Serviço	54
4.2.5 Estratégias de formação do preço de venda	56
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS.....	59
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA	66
APÊNDICE B – PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO	67
APÊNDICE C – MODELO DE CARTA DE AUTORIZAÇÃO	68

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTO E PROBLEMA

Segundo reportagem do portal eletrônico G1, sobre pequenas empresas e grandes negócios, existem 20 milhões de empreendimentos no Brasil, onde quase 70% desses negócios são pequenos – cerca de 13,5 milhões de empresas, de acordo com os dados da consultoria Empresômetro. Entretanto, o impacto das micro e pequenas empresas no cenário econômico são menores do que se espera, devido à alta mortalidade de empresas desse porte (G1, mar. 2019).

Conforme informações do SEBRAE, a mortalidade de novos empreendimentos no mercado, é de, em média, dois anos, sendo a falta de capital de giro, a alta carga tributária e a falta de informação para gestão dos custos e formação do preço de venda, as maiores dificuldades enfrentadas (SEBRAE, 2013).

De acordo com Richers (2000, p. 269), o empreendedorismo “é alimentado por um fenômeno social marcante da cultura brasileira: a vontade, de muita gente, de possuir o seu próprio negócio, mesmo que tenha poucas condições de financiá-lo”. Ou seja, muitas empresas fecham, mas logo são substituídas por outros empreendedores, o que acarreta o aumento do risco de falência dessas MPEs.

Em um mercado cada vez mais competitivo, as empresas evoluíram significativamente quanto à gestão econômica nas últimas décadas, porém continuam com impasse e um permanente desafio para realizarem uma gestão de custo e formação do preço de venda corretamente. Para demonstrar essa dificuldade, a startup Preço Certo, realizou uma pesquisa com 10 mil empresas brasileiras e revelou que 89% dos empresários não sentem confiança na hora da formação do preço (G1, 2018).

Para Bernardi (2008, p. 145), a contabilidade e os custos contábeis orientam principalmente aos parâmetros básicos, formando uma base para a avaliação. Controlam-se os custos e as despesas, porém a valores históricos e retrospectivamente, havendo necessidade de ajustes e considerações para a

formação dos preços, uma vez que se formam os mesmos para a venda futura, devendo-se trabalhar possivelmente a partir da realidade observada hoje, inclusive para possíveis reduções.

Considerando que o preço de venda é um fator que influencia o cliente em suas decisões de compra, pois, em mercados com muitos concorrentes, as empresas precisam ter certeza de que estão oferecendo a melhor oferta sem perder sua lucratividade (CAMARGO, 2017), o presente projeto tratará de estratégias para a formação do preço de venda para as micros e pequenas empresas, bem como os benefícios da gestão de custos, que são temas de grande empecilho para que as mesmas possam aumentar seu ciclo de vida e a conscientização do empresário da necessidade de mudança em sua sistemática de cálculo de preço de venda para potencializar o lucro da organização.

Com isso: enuncia-se a questão orientativa deste trabalho: **de que forma a gestão de custos pode auxiliar na formação de preços de uma pequena empresa do ramo comercial e de prestação de serviços?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral desse projeto é analisar a importância da gestão de custos para realizar estratégias de formação do preço de venda para uma pequena empresa do ramo comercial e de prestação de serviços.

1.2.2 Objetivos específicos

- (a) Analisar, de acordo com a literatura acadêmica, a importância da gestão dos custos para a sobrevivência de uma empresa no mercado;
- (b) Identificar itens que influenciam na formação do preço de venda de uma empresa comercial e de prestação de serviços de pequeno porte;

- (c) Apresentar estratégias para a formação correta do preço de vendas, por meio do estudo de caso;

1.3 JUSTIFICATIVAS

A necessidade de acelerar o entendimento atual sobre o tema, é que muitos empresários não possuem conhecimentos específicos para a formulação do seu preço de venda, e acabam deixando se influenciar apenas pelo preço exercido na concorrência. Sendo de extrema importância no contexto da sociedade brasileira, pois por esse motivo o SEBRAE (2018) divulgou um relatório preocupante sobre o percentual de sobrevivência de pequenas empresas no Brasil, já que, de cada quatro empresas abertas, uma fecha antes de completar dois anos de atividade, porque, dentre outros fatores, não sabem se o preço estabelecido realmente cobre todos os custos da empresa e ainda maximiza seu lucro.

Segundo o SEBRAE (2013), a falta de informações da maior parte dos empresários proprietários de micros e pequenas empresas sobre seus custos e sobre o mercado em que atuam faz com que tenham dificuldades na definição do preço de venda. Devido à alta carga tributária, a ausência de informação quanto à gestão de custos e da composição do preço final de venda podem motivar maiores desembolsos financeiros e até mesmo o encerramento da empresa, onde são de suma importância para a continuação da sua existência.

O presente estudo avaliará se a pequena empresa selecionada, está alcançando seus objetivos com o preço exercido e demonstrará qual a forma mais eficaz de potencializar sua margem de lucro, auxiliando assim, a gestão a tomar decisões mais estratégicas de forma eficiente e consciente para seu negócio. Utilizando a gestão de custo como ferramenta para o gerenciamento inteligente dos gastos da empresa, permitindo que o gestor consiga realizar diagnósticos mais confiáveis, redução de custos, negociação com fornecedores, verificação de custos desnecessários, crescimento sustentável da empresa, entre outros.

Segundo Shank e Govindarajan (1997, p.4), a gestão estratégica de custos é “uma análise de custos vista sob um contexto mais amplo, em que os elementos estratégicos tornam-se mais conscientes, explícitos e formais. Aqui, os dados de custos são usados para desenvolver estratégias superiores a fim de se obter uma vantagem competitiva”.

Além de uma boa gestão de custos, a empresa deve ter ciência, de tudo que envolve no preço de venda. Devem-se contabilizar detalhadamente os seus custos antes de definir o preço de venda de um produto ou serviço, onde o peso das despesas no orçamento não basta para chegar a um valor justo, competitivo e que proporcione lucro, porém não as considerar na formação de preços aproxima muito o negócio do prejuízo.

A estratégia do preço de venda deve envolver a margem de contribuição (é o que “sobra”, dentro do custo de venda, após serem descontados custos e despesas variáveis), *mark-up* (encontra-se o preço que cubra as despesas e ofereça o lucro desejado), pesquisa de preço (levantamento dos preços que são praticados pela concorrência) e o lucro desejado. Desta maneira, espero contribuir com o tema apontado, para que cada vez mais as micros e pequenas empresas saibam a importância da formação do seu preço de venda, no que isso impacta para a fidelização de seus cliente, no seu crescimento e para sua sobrevivência no mercado competitivo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 IMPORTÂNCIA DA GESTÃO DE CUSTO PARA AS EMPRESAS

O ambiente no qual as empresas estão alocadas sempre estão em mudança, verificando-se o aumento da concorrência entre elas. As empresas precisam cada vez mais de novas formas para gerenciar seus recursos de modo a reduzir os custos, aumentar a produtividade e satisfazer os clientes (BRAGA; SOUZA, 2010). Os gestores não necessitam apenas de informações para controle, mas, principalmente,

informações que permitam que eles tenham uma visão holística do negócio e que possam lhes auxiliar no desempenho de suas diversas funções (CARDOSO; BEUREN, 2010).

Basicamente todos os investimentos que uma empresa precisa fazer para realizar as suas atividades são chamados de custos, a qual inclui tanto a criação de um produto como a oferta de um serviço. Sendo que para esse ponto de vista, a contabilidade de custos é uma ferramenta estratégica para a gestão, já que compõe uma das fontes mais ricas de informação, pois, conhecer melhor os gastos é uma questão de sobrevivência para as empresas (BLOG, Artsoft Sistemas, 2020).

Para Wernke (2004, p. 64), a superioridade competitiva de uma empresa está em sua maior ou menor habilidade em estruturar sua cadeia de valores, estabelecer um posicionamento estratégico condizente com a realidade de seus negócios e gerenciar de forma eficaz os fatores que direcionam os custos.

Quando realizada de forma inadequada, a gestão dos custos interfere diretamente nos resultados, implicando na queda da produtividade e do faturamento. Já uma gestão de custos apropriada permite estabelecer preços com margens de lucro mais robustas. O detalhamento do controle sobre as despesas possibilita aos empresários a criação de uma estratégia de precificação, possibilitando por meio dessas informações a visualização dos produtos que têm um maior valor agregado, podem ser vendidos a um preço maior. E também quais devem ser vendidos mais baratos, ou seja, precisam compensar em volume de vendas. Esta estratégia de precificação está alinhada com a ideia de customização dos produtos e serviços, tomando como ponto de partida os desejos e necessidades dos consumidores (Alves; Varotto; Gonçalves, 2011).

Uma das principais funções desempenhadas pela Gestão de Custos é auxiliar a tomada de decisão. Martins (2008, p. 22) diz que:

(...) no que tange à decisão, seu papel reveste-se de suma importância, pois consiste na alimentação de informações sobre valores relevantes que dizem respeito às consequências de curto e longo prazo sobre medidas de introdução ou corte de produtos, administração de preços de venda, opção de compra ou produção, etc.

Segundo artigo do blog eletrônico Artsoft Sistemas, sobre gestão de custos: tudo o que você precisa saber (mar. 2020), a contagem correta dos gastos é um fator que influencia muito nos resultados. Por isso, os desembolsos, do menor ao mais alto, devem receber toda a atenção. Dessa forma, podemos resumir os principais alvos da gestão de custos em:

- Fornecer informações sobre o rendimento e o desempenho de diversas atividades da empresa;
- Auxiliar no controle, planejamento e desenvolvimento das operações;
- Fornecer informações que possam auxiliar a tomada de decisões.

A Contabilidade de Custos é um centro processador de informações, onde os dados são coletados, organizados, interpretados e analisados pelo contador, gerando informações para diversos usuários de diferentes níveis hierárquicos. Assim, pode-se perceber que a Contabilidade de Custos é um sistema que fornece diversas informações aos seus usuários de modo a permitir que esses tomem suas decisões de maneira mais adequada. (Leone 2000).

Hoje em dia em determinados momentos da economia, a redução dos gastos pode se dar de maneira mais simples do que ampliar os ganhos da empresa. Nesse contexto, é fundamental que os administradores saibam equilibrar o que entra e o que sai da forma mais precisa possível, principalmente perante a um mercado cada vez mais competitivo. No qual o barateamento de insumos, matérias-primas, mão de obra e custos fixos podem afetar diretamente no bom andamento de um empreendimento (BLOG, Artsoft Sistemas, mar. 2020). Sobre esse tema, redução de gastos com inteligência, Cooper e Slagmulder, citam:

“A gestão de custos se tornou uma ferramenta crucial para a sobrevivência de muitas empresas. Mas não basta reduzir custos. É preciso administrá-los de modo a reforçar o posicionamento estratégico e fazer junto com seus cliente e fornecedores.” (Cooper e Slagmulder 2003).

De acordo com o BLOG eletrônico Artsoft Sistemas, 2020, uma boa gestão de custos pode beneficiar as empresas a diminuírem os riscos de negócios, pois nem sempre um faturamento alto é sinônimo de um negócio saudável. A empresa poderá realizar um volume grande de vendas, porém, também acarretará juntamente uma

grande quantidade de custos, o que irá diminuir a lucratividade, aumentando assim, o risco para o empreendimento, já que, caso ocorra quaisquer sazonalidades negativas que levem ao baixo consumo dos produtos ou serviços da empresa (por motivos econômicos ou mercadológicos), o impacto financeiro será muito maior. Por isso muitos casos de falência ocorrem por esse motivo. Sendo que para Slagmulder e Cooper:

“A gestão estratégica de custos não se resume simplesmente na busca de redução de custos, mas sim em ações que busquem, simultaneamente a isso, melhorar a vantagem competitiva da empresa em termos amplos.” (Cooper e Slagmulder 2003).

Outros benefícios são, a competitividade com base na precificação, queda nos gastos, aumento da lucratividade e mais qualidade para suas mercadorias e prestações de serviços, uma vez que a empresa consiga seguir uma boa administração faz a gestão de seus custos mais adequadamente (BLOG, Artsoft Sistemas, 2020).

2.1.2 CARACTERÍSTICAS DOS MÉTODOS DE CUSTEIOS

Segundo o blog eletrônico Equals (jul. 2020) Atualmente é fundamental para as empresas manterem um orçamento equilibrado, e por isso, além de definir estratégias para que seus rendimentos cubram suas necessidades, os administradores devem conhecer bem as finanças do negócio, e para isso utilizam os métodos de custeio para essa finalidade.

Assim, segundo Maher (2001, p. 44), necessidades diferentes exigem informações diferentes, portanto, a escolha do método depende do tipo de informação necessária aos gestores. Todavia, ressalta-se que cada método, apesar de apresentar vantagens e desvantagens, gera informações complementares.

Para o blog eletrônico My Abcm (2018), os métodos de custeios, são ferramentas para identificar os gastos que envolvem os processos da empresa, como fabricação e venda. Para isso é importante verificar qual é o melhor modelo que se encaixara corretamente com seus princípios. Para Beuren (1993), os métodos de

custeio não se limitam apenas à avaliação dos estoques, mas constituem em ferramentas que fornecem subsídios importantes à avaliação de desempenho dos gestores, à taxa de retorno nas decisões de investimentos, a decisões do tipo comprar versus fabricar e à formação de preço de venda, entre outros.

Dentre os modelos de custeio, encontram-se o custeio variável, por absorção, ABC, UEP e o custeio padrão. Antes de escolher qual será o melhor método a ser aplicado, os administradores devem saber como classificar suas despesas, custos e gastos, bem como se eles são fixos ou variáveis (BLOG, Treasy, 2018).

2.1.2.1 Gastos

De acordo com matéria do jornal Economia & Finanças, Custos, gastos e despesas: Entenda as diferenças (jun. 2019), gastos trata-se de um conceito amplo, pois todos os bens e serviços adquiridos por uma empresa são considerados como “gastos” em algum momento. Sendo assim, existem gastos com a compra de matérias-primas, mão de obra, insumos, que no decorrer do processo se transformarão em custos, despesas ou investimentos.

Já para o BLOG eletrônico ERP Flex, no artigo Custos, gastos e despesas: entenda a diferença (nov. 2016), se alguma quantia for destinada para cobrir alguma atividade inesperada, ou para completar algum custo ou despesa que passou daquilo já foi previamente planejado, tal item é considerado como gasto. São os valores que não estão previstos no orçamento, mas que é preciso gastar para continuar as atividades. Como o gasto tem natureza imprevisível, ele não pode ser repassado para o cliente no preço do produto. Portanto, a existência de gasto vai sempre significar prejuízo para a empresa.

O gasto, por ser uma aquisição onerosa de recursos econômicos, sempre provoca, necessariamente, a obrigação de pagar; porém, pagamento e gasto são eventos distintos, podendo ocorrer – e geralmente ocorrem – em momentos diferentes. (MARTINS e ROCHA, 2010, p. 9).

2.1.2.2 Despesas

Englobam todos os valores desembolsados pela empresa para manter a manutenção da estrutura e o funcionamento de suas atividades. Ou seja, é tudo aquilo investido nas operações comerciais, nos setores administrativo, recursos humanos, marketing, entre outros (BLOG, ERP Flex, 2016).

Portanto para o blog eletrônico Treasy (set. 2019), podemos classificá-las como um tipo de investimento que não têm ligação direta com a atividade principal da empresa, como produção de bens ou oferta de serviços. Porém, mesmo não contribuindo diretamente para geração de novos itens a serem comercializados, as despesas desempenham um papel importante e certamente o seu uso pode ter influência no aumento da receita da empresa. Para Wernke (2004, p.12) “Expressam o valor dos bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para obtenção de receitas, de forma voluntária”.

2.1.2.2.1 Despesas fixas

De acordo com a matéria do blog eletrônico Conta Azul, despesas fixas são aquelas que ocorrem todos os meses, não sendo necessariamente ligadas ao volume de produção ou de vendas. É importante ressaltar, que esses gastos ocorrem em caso de faturamento ou não, e por isso devem ser considerados em projeções, levando em conta épocas de alta ou de baixa nas vendas, uma vez que as despesas aparecem sempre e devem, de qualquer forma, ser honradas. Dentro dessa categoria, alguns exemplos são as contas de consumo em geral, que têm uma parcela mínima a ser paga, como a água, energia e telefone. E ainda o salário dos funcionários, o aluguel do imóvel, os honorários do contador e outros gastos frequentes da empresa (Conta azul, 2016).

“Os custos e despesas fixos (CDF) são os recursos consumidos, utilizados ou transformados que não são afetados pelo volume, dentro de determinado intervalo do nível de atividade”. (MARTINS; ROCHA, 2010, p. 21)

2.1.2.2.2 Despesas variáveis

De acordo com o blog eletrônico Conta Azul, no artigo Despesas fixas e variáveis de 2016, as despesas variáveis são aqueles gastos que têm relação direta com o negócio da empresa. Por exemplo, podemos citar a comissão dos vendedores, que varia de acordo com as vendas de cada período. Outros custos dessa categoria podem ser a matéria-prima em uma indústria e os impostos sobre a quantidade de mercadorias ou serviços negociados. Também podem ser consideradas despesas variáveis os gastos com publicidade e propaganda, que não costumam ser contínuos. Fretes e carretos para a entrega dos produtos também fazem parte desse grupo (Conta Azul, 2016).

“Os custos e despesas variáveis são aqueles cujo montante é afetado de maneira direta pelo volume, dentro de determinado intervalo de nível de atividade”. (MARTINS; ROCHA, 2010, p. 25)

2.1.2.3 Custos

Conforme a matéria, Entenda sobre custos, despesas e investimentos, publicado pelo blog eletrônico Treasy, 2018, custos são desembolsos que podem ser atribuídos ao produto final da empresa. Ou seja, são todos e quaisquer gastos relativos à aquisição ou produção de mercadorias, como matéria-prima, mão-de-obra e gastos gerais de fabricação, como depreciação de máquinas e equipamentos, energia elétrica, manutenção, materiais de conservação e limpeza para fábrica, viagens de pessoas ligadas à fábrica, entre outros (Treasy, 2018).

Para o blog eletrônico ERP Flex, os custos representam todo capital aplicado diretamente na produção da principal atividade da empresa. Sendo um item fundamental no cotidiano de qualquer negócio, pois é através de tudo o que é contabilizado como custo que a empresa consegue operar. E podem ser classificados com diretos e indiretos (ERP Flex, 2016).

“Para a gestão de custos, a classificação de uma espécie de custo em direto ou indireto depende da forma de utilização do recurso, isto é, depende do processo de produção”. (SOUZA E CLEMENTE, 2007, p. 28).

2.1.2.3.1 Custos diretos

Conforme a publicação eletrônica do portal de contabilidade, os custos diretos são aqueles que estão ligados diretamente a determinado produto. Devem ser perfeitamente mensuráveis, possibilitando suas inclusões de forma direta no cálculo da produção. Dada a facilidade de associação com os produtos, os custos diretos não precisam ser submetidos a critérios de rateio para serem devidamente alocados (Portal de contabilidade, 2014).

Na maioria dos casos, são referentes a materiais (embalagem, matéria-prima, componentes) e mão-de-obra direta, que é aquela aplicada diretamente na fabricação ou acabamento de produtos ou, se for o caso, na prestação de serviços. A tendência é a substituição em escala cada vez maior da mão-de-obra direta pelas máquinas e equipamentos. Além do salário dos funcionários, os custos diretos com a mão-de-obra envolvem ainda os encargos sociais e as provisões de férias e décimo-terceiro salário (Blog Luz, 2015).

“São os gastos facilmente apropriáveis às unidades produzidas, ou seja, são aqueles que podem ser identificados como pertencentes a este ou aquele produto”. (WERNKE, 2004, p.13)

2.1.2.3.2 Custos indiretos

Já os custos indiretos, são aqueles que não conseguem ser identificados diretamente nos produtos e serviços. Por consequência, os custos enquadrados nesta categoria não podem ser relacionados a produtos específicos, existindo a necessidade de que sejam estabelecidos critérios de rateio para serem devidamente alocados (Portal de Contabilidade, 2014).

Para o portal eletrônico SlideShare, um exemplo é a mão-de-obra indireta, referente a atividades realizadas em setores auxiliares da empresa ou por prestadores de serviços, como vigilância, manutenção de equipamentos, limpeza e outros.

Também são classificados como custos indiretos, depreciação dos equipamentos, os alugueis e os seguros (Portal SlideShare, 2010).

“São gastos que não podem ser alocados de forma direta ou objetiva aos produtos ou a outro segmento ou atividade operacional, e caso sejam atribuídos aos produtos, serviços ou departamentos, serão mediante critérios de rateio”. (WERNKE, 2004, p. 14)

2.1.3 Custeio por Absorção

De acordo com o artigo publicado pelo blog eletrônico Suno, o custeio por absorção é um método de gestão, onde considera todos os custos de uma empresa. Assim sendo, todo e qualquer custo de produção, fixos e variáveis, diretos e indiretos, são incluídos no cálculo. Dessa maneira, remete a todos os elementos que trazem algum custo para a produção, e não apenas a matéria-prima e a mão de obra. Esse método originou-se na Alemanha e é conhecido com RKW. No qual, é o único método aceito pela legislação brasileira para fins contábeis (BLOG, Suno, 2018).

Entre suas vantagens em relação aos outros métodos de custeios é que totalmente de acordo com os princípios da contabilidade e com as leis de tributação; Engloba todos os custos de gestão, sejam fixos ou variáveis, diretos ou indiretos; Possibilita um planejamento a longo prazo por possuir informações completas sobre todos os produtos da empresa; Define com maior precisão o custo final de cada produto; Além de ser menos complexo que os outros, a empresa pode utilizá-lo em alguma apresentação externa, por exemplo na tomada de crédito (BLOG, Suno, 2018).

Já o Blog eletrônico Preço Certo, em um dos seus artigos publicados, descreve que em relação as suas desvantagens, a principal é com a dificuldade de formulação de um preço de venda competitivo, pois não se tem uma clareza sobre a margem de contribuição de cada produto comercializado pela empresa. Também não é considerado os momentos de parada da empresa e utiliza-se, na maioria das vezes, de arbitrariedade ao considerar o rateio entre os produtos. Muitas vezes essa decisão é injusta (BLOG, Preço Certo, 2018).

É denominado Custeio por Absorção porque, sob a sua ótica, o custo dos bens e serviços produzidos deve absorver; além dos custos variáveis,

também os fixos, a até – no limite – os gastos fixos de administração geral. (MARTINS e ROCHA, 2010, p. 85)

2.1.4 Custeio Variável

Para o blog eletrônico Blb Brasil, esse método de custeio é um dos mais conhecidos e utilizados entre as empresas, principalmente entre as da indústria e do comércio. Simples e objetivo, considera como custos de fabricação os custos variáveis, diretos e indiretos. Baseia-se na separação dos custos em variáveis e fixos, ou seja, em custos que se alteram proporcionalmente ao volume da produção/venda e custos que se sustentam constantes perante volumes de produção/venda oscilatórias dentro de certos alcances. Esse sistema produz informações muito importantes, como a margem de contribuição, e proporciona as contribuições necessárias para tomada de decisão nas empresas (BLOG, Blb Brasil, 2018).

Considera como sendo dos produtos exclusivamente seus custos variáveis, somente eles. Todos os custos fixos, inclusive os identificáveis com os produtos (custos fixos diretos), são debitados ao resultado do período em que são incorridos. (MARTINS e ROCHA, 2010, p. 85)

2.1.5 Custeio ABC

Sobre o custeio ABC, o blog eletrônico Blb Brasil em seu artigo com o tema métodos de custeio, diz que esse custeio parte do princípio de que os preços de uma empresa e de determinado produto são motivados pelas ações desempenhadas, e que essas ações são consumidas por produtos e serviços gerados nessa mesma empresa. Permite-se medir com mais precisão as despesas e os custos que não estão diretamente ligados à produção, os indiretos, por meio da análise das atividades, dos seus causadores de custos e dos utilizadores (BLOG, Blb Brasil, 2018).

Para o artigo publicado no blog eletrônico Treasy, é possível rastrear os custos de cada atividade realizada e verifica como essas atividades estão relacionadas para a geração de receitas e o consumo de recursos. Esse método estuda cada fase do processo de criação de determinado produto, e tem como principal objetivo de diminuir

as distorções provocadas pelo uso do rateio arbitrário dos custos indiretos, sendo uma tentativa de encontrar e identificar os verdadeiros causadores de custos (BLOG, Treasy, 2018).

Para o blog eletrônico Blb Brasil, é considerado como uma evolução de todos os outros sistemas de medição de custos, e ele surgiu exatamente para suprir as necessidades das empresas por informações mais detalhadas quando duas variáveis básicas da produção começaram a mudar: o acréscimo da participação dos custos indiretos na composição dos custos totais e o aumento da diversificação dos produtos e ações (BLOG, Blb Brasil, 2018).

Calcular os custos de maneira mais tradicional, segundo o blog eletrônico Treasy, já não satisfazia nas questões ligadas à gestão estratégica do negócio, que buscava a melhoria contínua dos processos, da qualidade e do desempenho da empresa como um todo, não encontravam respostas (BLOG, Treasy, 2018).

O custeio ABC entende o negócio como um conjunto de processos, cada processo envolvendo uma série de atividades. O objeto de custeio deixou de ser produto e passou a ser atividade, pois são estas que consomem recursos. (SOUZA e CLEMENTE, 2007, p. 229)

Isso não quer dizer, porém, que os outros métodos não tenham suas aplicações. Tanto é verdade que os cálculos feitos pelo método de custeio ABC não são aceitos pela legislação societária e fiscal. Podendo ser usado apenas para a gestão e o controle interno da empresa, não como uma forma oficial de cálculo. Ele vai ajudar, obviamente, mas não substituirá outras metodologias já existentes (Blog, Blb Brasil, 2018).

2.2 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

De acordo com a matéria a importância da formação de preço para sua empresa, do ano de 2020 publicada pelo jornal Contábil Rede, a formação correta do preço de venda para micro e pequenas empresas é um dos fatores mais importante em qualquer fase do negócio, mas especialmente nos anos iniciais, pois a estratégia

correta de preços tem um papel fundamental para a sua sobrevivência. Essa atenção especial se dá por dois motivos principais: a necessidade de cobrir gastos diários e fidelizar a clientela com valores competitivos. Para Wernke (2005, p. 147):

No ambiente de mercado atual, caracterizado por concorrência acirrada e queda real nas margens de lucros obtidas, ganha relevância a atenção que deve ser dada a umas das estratégias mercadológicas mais cruciais: a precificação.

“Um processo de tomada de decisão em que os custos exercem papel fundamental é representado pela formação dos preços dos produtos que serão vendidos ou comercializados” (BRUNI e FAMÁ, 2011, p. 267). De acordo com Wernke:

A correta formação do preço de venda é questão fundamental para sobrevivência e crescimento das empresas, independente do porte e de área de atuação. Contudo, na prática é comum observar companhias que não têm uma acurada noção da rentabilidade proporcionada por seus produtos e serviços, bem como as necessidades quanto aos volumes de venda para atingir os respectivos equilíbrios operacionais. (WERNKE, 2005, p.147).

Nas pequenas empresas comerciais ou prestadoras de serviços, a fixação de preço de venda pode ser realizada de duas maneiras, sendo a primeira, formação do preço de venda ou análise dos preços de vendas praticados. Nesse contexto, Wernke (2005, p. 147 e 148) opina que, a formação do preço de venda (preço de venda orientativo), aplica-se o *mark-up* sobre o custo unitário dos produtos ou mercadorias. Sendo que essa pratica, é utilizado mais pelas entidades quem têm poder para impor preços ao mercado consumidor. Ele continua ao afirmar que, em sua maioria, as empresas atuais optam pelo segundo caso, no qual analisam os preços de venda já praticados no mercado, identificando os preços aceitos pelo mercado consumidor, para decidir se continuarão a ser praticados ou sofrerão alterações (majorações ou descontos). Isso ocorre pelo fato de que a determinação do preço de venda está sendo cada vez mais influenciada por fatores de mercado e menos por fatores internos.

Em contrapartida, de acordo com publicação do blog Sage de 2016, a má formação do preço de venda representa um grande perigo para a empresa, pois prejudica a saúde do negócio. Se o preço é baixo demais, provavelmente terá que tirar

dos seus lucros para compensar gastos operacionais e outros custos. Se for muito alto, pode afastar os clientes, prejudicando o crescimento da empresa a médio e longo prazo (BLOG, Sage, 2016).

Segundo o SEBRAE, independentemente de qual método for utilizado para precificar os produtos ou serviços, é essencial a compreensão da influência da carga tributária nos preços de venda. É comum das empresas basearem seus preços em um percentual sobre as compras de mercadoria, no caso de comércios em geral, ou se baseando no valor de custo de mão de obra, no caso de prestação de serviço. Porém, esse método, por mais assertivo que pareça na prática, não leva em consideração os demais custos e despesas da empresa, diretamente ou indiretamente relacionados com as vendas. Se mal planejado, possibilita a inadimplência tributária e a viabilidade econômica da empresa (SEBRAE, 2018).

2.2.1 Construindo o preço de venda

Conforme informações do SEBRAE, o preço de venda é o valor que a empresa irá cobrar dos seus clientes. Devendo ser suficiente para cobrir todos os custos de produção, todas as despesas que incorrem para a venda e a obtenção do lucro sobre seu produto ou serviço (SEBRAE, 2018).

Para o blog eletrônico Granatum, cobrar o valor certo dos clientes pode ser o melhor caminho para aumentar a competitividade entre a empresa e seus concorrentes. Pois, saber como calcular o preço de venda é uma estratégia muito mais ampla do que, simplesmente, buscar a lucratividade (BLOG, Granatum, 2014).

Segundo Wernke (2004, p. 126), o preço de venda é a expressão do valor de troca que se oferece por alguma coisa que satisfaça uma necessidade ou desejo. No cálculo do preço de venda, as empresas devem procurar valores que:

- a) Maximizem os lucros;
- b) Possibilitem alcançar as metas de vendas com tal preço;
- c) Permitam otimização do capital investido; e
- d) Proporcionem a utilização eficaz da capacidade de produção instalada.

2.2.1.1 Como calcular o custo de um produto ou serviço

Segundo o SEBRAE, o primeiro passo é saber como calcular o custo de um produto, para depois avaliar o preço final, o qual deverá ser capaz de cobrir todos os gastos, estar de acordo com a realidade do mercado e, gerar lucro na sua venda. Isso vale para a precificação de um serviço. Tem-se que levar em consideração que cada tipo de negócio tem suas próprias características e especificidades em relação a isso. Com a separação do que será custos, despesas e perdas, fica mais fácil calcular o custo total de um determinado produto. Onde a produção ou a aquisição do produto deve ser o mais baixo possível, as despesas controladas e as perdas evitadas. A empresa estudando bem sobre esses três temas é possível buscar alternativas, métodos e estratégias para minimizar seus impactos no cálculo de custo de um produto (SEBRAE, 2019).

Realizada a separação dos gastos, de acordo com o artigo postado no blog eletrônico Administradores, será possível calcular o custo de um produto, aplicando a fórmula abaixo:

CD (Custos Diretos) + **CI** (Custos Indiretos) + **CF** (Custos Fixos) + **CV** (Custos Variáveis) = **CT** (Custo Total).

Assim sendo que, saber como calcular o custo de um produto interfere muito mais no lucro do que o próprio preço final. Por isso a importância de avaliar o mercado, conhecer o público-alvo, acompanhar tendências e sempre focar em uma gestão eficiente (BLOG, Administradores, 2011).

Segundo o SEBRAE (2019), a formação de um preço de venda requer certos conhecimentos, organização e planejamento daquilo que se refere aos custos. E após ter levantado o custo total do produto ou serviço, somasse o lucro desejado:

Custos + Lucro = Preço de Venda

2.2.1.1.1 Preço de venda por *Mark-up*

Para o blog eletrônico Conta Azul, o *mark-up* é um índice que mostra a relação entre o custo de produção e distribuição de um bem ou serviço e seu preço de venda. Com base nele, pode-se chegar ao valor que cobre todos os gastos fixos e variáveis para a produção do item vendido e garante a margem lucro (BLOG, Conta Azul, 2016).

Segundo o artigo do Tiago Mazeto, publicado no blog eletrônico Ecommerce Brasil, para realizar o cálculo no índice de *mark-up* a ser aplicado na precificação, é preciso identificar três elementos:

- Despesas Fixas (DF): são referentes a despesas que não estão ligadas diretamente ao produto ou serviço;
- Despesas Variáveis (DV): são aquelas despesas que estão diretamente ligadas ao processo de vendas;
- Margem de Lucro Presumida (MPL): que é a margem de lucro esperada sobre a venda do produto.

Sendo que partindo desses três indicadores é calculado o índice de *mark-up*, aplicando a fórmula:

$$100/[100-(DF+DV+MPL)]$$

Na fórmula, o 100 representa o percentual do valor unitário do produto a ser aplicado o *mark-up*.

Com o resultado descoberto com o cálculo, deverá ser multiplicado com o valor do custo unitário do produto e serviço, para que o mesmo possa atender a demanda de custos e despesas da empresa (BLOG, Ecommerce Brasil, 2018).

Para Megliorini (2007 p.180):

mark-up consiste em uma margem, geralmente expressa em forma de um índice ou percentual que é adicionada ao custo dos produtos. Esse custo apresentará variações dependendo do método de custeio utilizado.

2.2.1.2 Influência dos tributos na formação do preço de venda

De acordo com a matéria publicada no blog Preço Certo, todos os tributos representam custos para a empresa. Por isso, quando realizada a formação do preço de venda dos produtos e serviços, a empresa deve considerar os valores que serão repassados ao poder público em forma de impostos. Sendo assim, não basta conhecer o preço que os clientes estão dispostos a pagar pelo produto ou serviço. Precisa-se conhecer também os custos para avaliar o lucro que o negócio gera (BLOG, Preço Certo 2018).

Para isso os empresários devem saber que fatores que influenciam na carga tributária. Exemplos:

- **Tributos Municipais:** ISS - Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza, IPTU Imposto sobre a propriedade Predial e Territorial Urbano, ITBI - Imposto sobre Transmissão “inter vivos” de Bens Imóveis; (Portal Tributário, 2006).
- **Tributos Estaduais:** ICMS - Imposto sobre operações relativas à Circulação de Mercadorias e prestação de Serviços, IPVA Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores; (Portal Tributário, 2006).
- **Tributos Federais:** IRPJ - Imposto sobre Renda e Proventos de Qualquer Natureza, II - Imposto de Importação, IE - Imposto de Exportação, IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados e entre outros;
- Tributos que incidem sobre o lucro do negócio e que podem incidir também sobre o lucro presumido ou o lucro real;
- Tributos que incidem sobre o faturamento mensal do negócio, ou seja, sobre as vendas mensais. (Portal Tributário, 2006).

Para o blog eletrônico Treasy, outra influência na formação do preço de venda estará de acordo com as hipóteses de que a empresa comercial é optante, pelo Lucro Real, pelo Lucro Presumido ou pelo SIMPLES NACIONAL (que é mais comum para as micro e pequenas empresas). Mesmo sendo de grande valia a escolha do regime de tributação, e sabendo que o mesmo tem total influencia no preço de venda final de um

produto ou serviço, não é viável que as micros e pequenas empresas optem pelo lucro presumido ou real. (BLOG, Treasy, 2018).

2.2.1.2.1 Simples Nacional

Para o blog Conta Azul, o Simples Nacional foi lançado no ano de 2007 para descomplicar a vida de donos de pequenos negócios. Nessa opção de regime de tributação, todos os tributos são inclusos numa única alíquota, por meio do recolhimento dos impostos em um DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), tendo um valor fixo mensal de aproximadamente R\$ 50,00, devendo ser paga no dia 20 de cada mês. Por meio dela, se acumulam quase 100% das taxas tributárias, devendo ser colhidos em guia a parte apenas o INSS do Empregado e o FGTS. O DAS sobe de acordo com o aumento do faturamento, até atingir o valor máximo anual de R\$ 3.600.000,00. Porém não são todas as atividades que são aceitas neste regime, e por isso, o Governo disponibiliza no site da Receita Federal do Brasil uma lista com as atividades permitidas (BLOG, Conta Azul, 2020).

No ano de 2018 em atendimento à Lei Complementar nº 155, o novo limite passou a ser de R\$ 4.800.000,00, no entanto, ao ultrapassar o limite de 3.600.000,00, as alíquotas aumentaram e na maioria das vezes não valerá a pena para a empresa permanecer no simples nacional. Fazendo com que haja um grande motivo para uma análise muito detalhada sobre o planejamento tributário da empresa (BLOG, Ecommerce Brasil, 2018).

Para o Blog eletrônico Conta Azul, além da unificação dos tributos, o Simples Nacional se destaca como fator de desempate para empresas que concorrem a licitações do governo e facilita o cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias por parte do contribuinte (BLOG, Conta Azul, 2020).

Segundo Silas Santiago, secretário-executivo do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN), em declaração feita no III Seminário sobre Simples Nacional ocorrido em abril de 2010, em Brasília:

“O Simples Nacional está demonstrando que é possível a gestão e a atuação integrada entre Receita Federal do Brasil, os Estados e Municípios, representando um verdadeiro exemplo de federalismo. Além de significar uma verdadeira reforma tributária para as microempresas e empresas de pequeno porte, o Simples Nacional está apontando caminhos para a reforma tributária das demais empresa, a partir da nossa experiência”. (Silas Santiago, 2010).

Para o Blog eletrônico Jornal Contábil, pelo limite de receita bruta anual estipulado por esse regime, se encaixam as microempresas (ME), e também as Empresas de Pequeno Porte (EPP) (BLOG, Jornal Contábil, 2019).

Em um artigo publicado pelo Blog eletrônico Conube em 2020, diz que há algumas atividades que não são permitidas, devendo-se checar se o CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) cabe no Simples.

As qualificações exigidas para a empresa ser tributada por esse regime são:

- Faturamento limitado a R\$ 4,8 milhões por ano;
- Empresas sem débitos com o INSS;
- Empresas regulares quanto aos cadastros fiscais;
- Quem não exerce atividade com serviços financeiros;
- Quem não presta serviços de transporte, exceto serviços de transporte fluvial;
- Quem não importa combustíveis;
- Quem não fabrica veículos;
- Quem não distribui ou gera energia elétrica;
- Quem não realiza locação de imóveis próprios e nem trabalha com loteamento e incorporação de imóveis;
- Quem não atua com cessão ou locação de mão de obra;
- Quem não produz ou vende no atacado cigarros e semelhantes, armas de fogo, refrigerantes e bebidas alcólicas (exceto pequenos produtores);
- Pessoas jurídicas que não tenham sócio no exterior;
- Quem não possui capital em órgãos públicos, independentemente de ser direto ou indireto.

E com a alteração de 2018, integrou mais atividades ao rol:

- Indústria ou comércio de bebidas alcoólicas, como micro e pequenas cervejarias, micro e pequenas vinícolas, produtores de licores e micro e pequenas destilarias, desde que não produzam ou comercializem no atacado;
- Serviços médicos, como a própria atividade de medicina, inclusive laboratorial e enfermagem, medicina veterinária e odontologia;
- Psicologia, psicanálise, terapia ocupacional e acupuntura;
- Podologia, fonoaudiologia, clínicas de nutrição e de vacinação e bancos de leite;
- Representação comercial e demais atividades de intermediação de negócios e serviços de terceiros;
- Auditoria, economia, consultoria, gestão, organização, controle e administração.
- Já as atividades que foram excluídas são:
- Arquivista de documentos;
- Contador e técnico contábil;
- Personal trainer.

O Simples Nacional é a opção da maioria das pequenas empresas, ainda assim nem sempre é a opção mais econômica, considerando as particularidades do negócio (BLOG, Conube, 2020).

Um exemplo citado pelo Portal Tributário, é que dependendo do número de colaboradores, a preferência pelo Lucro Presumido pode ser mais vantajosa. Será útil também, saber que não há direito ao crédito fiscal de IPI e ICMS, como ocorre em outros regimes tributários, podendo ser assim um obstáculo para negociar com empresas maiores, que buscam justamente esse benefício para abatimento de impostos (Portal Tributário, 2010).

Outro adendo que o Blog eletrônico Conta Azul faz, é que como o Simples Nacional tem seus valores calculados sobre o faturamento e não sobre a receita líquida, significa que mesmo a empresa apresentando prejuízo em determinado mês, ainda assim terá que pagar impostos, que serão calculados sobre a receita bruta obtida, sem descontar as despesas (BLOG, Conta Azul, 2020).

O Blog Conta Azul, explicando que, referente aos impostos recolhidos, estes são unificados em uma única guia chamada DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional). Seu cálculo ocorre em um sistema informatizado e disponibilizando a guia de recolhimento para o contribuinte no portal do Simples Nacional. Os impostos pagos são:

- Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ)
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins)
- Contribuição para o PIS/Pasep
- Contribuição Patronal Previdenciária (CPP)
- Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS)
- Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS).

Segundo o blog eletrônico Conube, em sua publicação em 2020, outra mudança que ocorreu com a alteração da Legislação em janeiro de 2018, foi que a Tabela do Simples Nacional passou de seis para cinco anexos (BLOG, Conube, 2020).

Já em um artigo publicado no Blog eletrônico Treasy, para descobrir em qual anexo a empresa está enquadrada, deve-se realizar o seguinte cálculo: receita anual total durante o ano multiplicado pela alíquota indicada. Depois, é só descontar o valor apontado e dividir o valor final pela receita anual bruta total. Ou seja:

$$(RBT12 * Aliq - PD) / RBT12$$

- RBT12: Receita Bruta Total acumulada nos doze meses anteriores;
- Aliq: alíquota nominal constante (anexos I e V da Lei Complementar);
- PD: parcela de deduzir constante (anexos I e V da Lei Complementar).

Segue tabelas com os anexos e suas respectivas faixas de faturamento:

Tabela 1 - Anexo I do Simples Nacional 2020 - Participantes: empresas de comércio (lojas em geral)

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	4,0%	R\$ 0,00
De R\$ 180.000,01 a 360.000,00	7,3%	R\$ 5.940,00
De R\$ 360.000,01 a 720.000,00	9,5%	R\$ 13.860,00
De R\$ 720.000,01 a 1.800.000,00	10,7%	R\$ 22.500,00
De R\$ 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,3%	R\$ 87.300,00
De R\$ 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19,0%	R\$ 378.000,00

Fonte: Treasy, 2020

Tabela 2 - Anexo II do Simples Nacional 2020 - Participantes: fábricas/indústrias e empresas industriais

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	4,5%	R\$ 0,00
De R\$ 180.000,01 a 360.000,00	7,9%	R\$ 5.940,00
De R\$ 360.000,01 a 720.000,00	10,0%	R\$ 13.860,00
De R\$ 720.000,01 a 1.800.000,00	11,2%	R\$ 22.500,00
De R\$ 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,7%	R\$ 85.000,00
De R\$ 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,0%	R\$ 720.000,00

Fonte: Treasy, 2020

Tabela 3 - Anexo III do Simples Nacional 2020 - Participantes: empresas que oferecem serviços de instalação, de reparos e de manutenção. Consideram-se ainda agências de viagens, escritórios de contabilidade, academias, laboratórios, empresas de medicina e odontologia (a lista do Anexo III vai estar no § 5º-B, § 5º-D e § 5º-F do artigo 18 da Lei Complementar 123)

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	6,0%	R\$ 0,00
De R\$ 180.000,01 a 360.000,00	11,2%	R\$ 9.360,00
De R\$ 360.000,01 a 720.000,00	13,5%	R\$ 17.640,00
De R\$ 720.000,01 a 1.800.000,00	16,0%	R\$ 35.640,00
De R\$ 1.800.000,01 a 3.600.000,00	21,0%	R\$ 125.640,00
De R\$ 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,0%	R\$ 648.000,00

Fonte: Treasy, 2020

Tabela 4 - Anexo IV do Simples Nacional 2020 - Participantes: empresas que fornecem serviço de limpeza, vigilância, obras, construção de imóveis, serviços advocatícios (a lista do Anexo IV vai estar no § 5º-C do artigo 18 da Lei Complementar 123)

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	4,5%	R\$ 0,00
De R\$ 180.000,01 a 360.000,00	9,0%	R\$ 8.100,00
De R\$ 360.000,01 a 720.000,00	10,2%	R\$ 12.420,00
De R\$ 720.000,01 a 1.800.000,00	14,0%	R\$ 39.780,00
De R\$ 1.800.000,01 a 3.600.000,00	22,0%	R\$ 183.780,00
De R\$ 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,0%	R\$ 828.000,00

Fonte: Treasy, 2020

Tabela 5 - Anexo V do Simples Nacional 2020 - Participantes: empresas que fornecem serviço de auditoria, jornalismo, tecnologia, publicidade, engenharia, entre outros (a lista do Anexo IV vai estar no § 5º-I do artigo 18 da Lei Complementar 123)

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	15,5%	R\$ 0,00
De R\$ 180.000,01 a 360.000,00	18,0%	R\$ 4.500,00
De R\$ 360.000,01 a 720.000,00	19,5%	R\$ 9.900,00
De R\$ 720.000,01 a 1.800.000,00	20,5%	R\$ 17.100,00
De R\$ 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23,0%	R\$ 62.100,00
De R\$ 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,5%	R\$ 540.000,00

Fonte: Treasy, 2020

Com as mais recentes mudanças no Simples Nacional, o Blog Conta Azul, relatou que um novo componente agregou ao cálculo dos impostos. Que é o Fator R, que é utilizado para definir se uma empresa deve ser enquadrada no Anexo III ou no Anexo V.

A fórmula será: $\text{Fator R} = \text{FP} / \text{RB}$

- FP = a folha de pagamento dos últimos 12 meses
- RB = Receita Bruta também dos últimos 12 meses.

Se o resultado for igual ou inferior a 0,28 (ou 28%) deve ser tributado pelo Anexo V, caso contrário, no Anexo III (BLOG, Conta Azul, 2020).

2.3 ESTUDOS ANTERIORES

Houve alguns estudos e artigos similares a este anteriormente. Abaixo será possível identificar seus objetivos e suas conclusões.

2.3.1 A Influência da Formação do Preço de Venda na Micro e Pequena Empresa do Comercio Varejista nos Relatórios Gerenciais

A similaridade entre os artigos é quanto a, tratar o preço de venda como o principal fator para a continuidade da empresa no mercado competitivo. O objetivo do artigo de Sperling (2008) é saber qual a influência da formação do preço de vendas, dentro do processo decisório, nas micros e pequenas empresas do comércio varejista. Por se tratar de um “mini-mercado”, o autor utiliza algumas amostras, de pequena e

grande rotatividade, no qual é levantado as informações de custos e determinado o *mark-up*, realizando assim uma comparação entre o preço exercido atualmente e com o preço encontrado depois dos cálculos.

A conclusão foi que a formação do preço de venda tem grande influência dentro do processo decisório nas micro e pequenas empresas, pois refletem no resultado da empresa. Onde os pressupostos se confirmaram, quanto a falta de conhecimento, não houve controles para identificar custos e despesas, os preços dos produtos são fixados aleatoriamente e os relatórios gerenciais confirmaram o prejuízo. O prejuízo, segundo dados levantados, decorrem da formação de preço de venda incorreta, pois a venda do mix de produtos não cobre seu custo fixo. A formação de preço de venda é apenas uma referência para a tomada de decisões, o desafio é encontrar um preço ótimo que satisfaça o cliente e o empresário (SPERLING, 2008).

2.3.2 Fatores Associados à Gestão de Custos: Um Estudo nas Micros e Pequenas Empresas do Setor de Confeção

A semelhança entre os presentes trabalhos é a percepção de que as micros e pequenas empresas têm desempenhado um papel relevante na economia brasileira, uma vez que elas representam uma parcela bastante significativa do mercado. Sendo o objetivo do artigo de Callado, Miranda e Callado (2003) apresentar os fatores determinantes à gestão de custos nas micro e pequenas empresas e qual o motivo de algumas empresas não apresentarem uma formação e gestão de seu preço de venda. Com base em 108 micro empresas do setor de confecção foi utilizada a técnica de amostragem probabilística estratificada. As conclusões das pesquisas realizadas foram:

Sobre a hipótese 1, que investigou a relação entre o grau de escolaridade do gestor financeiro e a prática do cálculo dos custos de produção, pode-se concluir que o grau de escolaridade do gestor financeiro não se apresentou estatisticamente dependente da decisão de se calcular os custos de produção (CALLADO; MIRANDA; CALLADO, 2003).

Sobre a hipótese 2, que investigou a relação entre a idade do gestor financeiro e a prática do cálculo dos custos de produção, pode-se concluir que a idade do gestor financeiro não se apresentou estatisticamente dependente da decisão de se calcular os custos de produção (CALLADO; MIRANDA; CALLADO, 2003).

Sobre a hipótese 3, que investigou a relação entre a experiência acumulada pela organização e a sua influência na prática do cálculo dos custos de produção, pode-se concluir que existem fortes indícios de que o tempo em que as organizações operam no setor apresentou-se estatisticamente dependente da decisão de se calcular os custos de produção (CALLADO; MIRANDA; CALLADO, 2003).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 TIPOLOGIA QUANTO AOS OBJETIVOS

A metodologia está diretamente relacionada com a direção escolhida para o alcance do propósito estabelecido da pesquisa.

Diante disto, será utilizado o método de pesquisa descritiva, pois, o conhecimento por parte do micro e pequeno empreendedor é escassa no que se refere à gestão de custos, formação do preço de venda e separação dos gastos da pessoa física do da pessoa jurídica. Para Cooper e Schindler (2003, p. 31):

Um estudo descritivo tenta descobrir respostas para as perguntas quem, o que, quando, onde e, algumas vezes como. O pesquisador tenta descrever ou definir um assunto, normalmente criando um perfil de um grupo de problemas, pessoas ou eventos.

3.2 TIPOLOGIA QUANTO AOS PROCEDIMENTOS

Quanto à abordagem da pesquisa será quantitativa-qualitativa. Sendo classificada como quantitativa, pois irá quantificar os dados para responder o problema

da pesquisa; e qualitativa, por explorar informações mais subjetivas e em profundidade.

Segundo Cooper e Schindler (2003, p. 132):

Qualidade é o caráter ou a natureza essencial de alguma coisa; quantidade é a quantia. Qualidade é 'o que'; quantidade é 'quanto'. Qualitativo se refere ao significado, a definição, a analogia, ao modelo ou a metáfora caracterizando alguma coisa, enquanto quantitativo assume o significado e refere-se a uma medida dele...

3.3 TIPOLOGIA QUANTO À ABORDAGEM AO PROBLEMA

A abordagem desse estudo se baseará em um estudo de caso, a qual irá contribuir para a compreensão dos motivos que levaram a empresa a uma determinada decisão. Segundo Yin (2001, p. 7):

A pesquisa de estudo de caso é apropriada apenas para a fase exploratória de uma investigação, que os levantamentos e as histórias são apropriados para a fase descritiva e que os experimentos são a única maneira de fazer investigações explicativas ou casuais.

A proposta envolve uma pequena empresa, o qual produzirá o entendimento se o preço de venda exercido atualmente é o suficiente para alcançar seus objetivos.

3.4 ESTRATÉGIAS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A estratégia será conduzida por meio de averiguações de como uma pequena empresa pode realizar uma boa gestão de custos, e o que levar em consideração na formulação do seu preço de venda final, a fim de impactar diretamente em sua continuidade no mercado competitivo.

Os dados coletados por meio de entrevistas semiestruturadas, conforme roteiro apresentado no Apêndice A, para comparar o método utilizado pela empresa investigada com o método recomendado a partir do referencial teórico. Também se utilizará a pesquisa documental, baseando-se no balanço patrimonial e demonstração

do resultado, pois com o levantamento dos dados de uma pequena empresa enquadrada do regime tributário Simples Nacional, poderá ser demonstrado como as práticas de gestão de custos, separação dos gastos de maneira correta e a formação do preço de venda impactam diretamente no seu resultado final.

Conforme o Apêndice B, a coleta dos dados, será baseada nos documentos contábeis gerados e recebidos pela empresa no ano de 2019, como exemplo as notas fiscais e as demonstrações contábeis. O primeiro passo será identificar como estão classificados os gastos da empresa. O segundo passo se, constituirá em analisar pela ótica da gestão de custos e da junção dos dados, o preço de venda que deveria ser exercido pela empresa. Por fim, o terceiro passo demonstrará a comparação entre o cenário atual com resultado final da pesquisa, com a possibilidade de proporcionar melhorias no caso estudado.

3.5 DESCRIÇÃO DO CASO

O estudo de caso terá como base uma pequena empresa que atua no ramo do comércio e prestação de serviços de materiais gráficos desde 2004. Esta foi fundada por dois irmãos e é enquadrada como empresas de pequeno porte, localizada no bairro São Braz em Curitiba/PR. A principal atividade da empresa é a importação de máquinas para produção de materiais gráficos, originadas da Alemanha.

A importação é realizada via encomenda pelos clientes e quando o produto chega ao Brasil, a equipe se descola até o cliente para realizar a instalação das máquinas e para a orientação de como proceder com a utilização do maquinário. Caso necessário, a empresa também presta serviços de manutenção dessas máquinas.

A empresa conta com um quadro de sete colaboradores e dois sócios. Todos os funcionários estudam inglês para que possam vender e manusear a máquina com facilidade, já que se trata de um produto importado. Dentre esses sete funcionários, três são da área comercial para realização das vendas, um para emissão de notas e cotações, um financeiro e RH e outros dois para manutenção e instalação dos

maquinários. A autorização para realização da pesquisa foi obtida conforme o modelo de carta apresentado no Apêndice C.

4. ESTUDO DE CASO

4.1 ANÁLISE DOS DADOS

O principal objetivo da empresa são as vendas de sensores, *encoders* e instrumentações gráficos. Por consequência disponibiliza para compra de seus clientes, materiais para manutenções dessas máquinas. Também oferece os serviços de consultoria e assessoria em projetos, serviços de laboratórios, assistência técnica e automação de máquinas.

Para a realização da análise de dados, foram escolhidos três produtos e o método de prestação de serviço de instalação de uma das máquinas, exercidos atualmente pela empresa, baseando-se nos resultados obtidos no ano de 2019, além da literatura acadêmica, para auxiliar nas interpretações dos dados e verificação da importância da formação do preço de venda e da gestão de custos para as pequenas empresas.

4.2 IDENTIFICAÇÃO DE ITENS QUE INFLUENCIAM NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Para iniciar a formação de preço de venda, é necessário levantar os custos, as despesas, os valores das perdas e o lucro esperado.

4.2.1 Identificação dos custos dos produtos


Como se trata de uma pequena empresa comercial e de prestação de serviços, para mercadorias serão considerados como custos apenas os gastos necessários

para sua aquisição e retirados os tributos recuperáveis, sendo os demais considerados como despesas.

4.2.1.1 Produto 1 – Composição dos custos

No caso, para o produto Sensor Indutivo modelo IFRM, os custos estão destacados na nota.

FIGURA 1: Nota de compra Sensor Indutivo modelo IFRM

IDENTIFICAÇÃO DO EMITENTE		DANFE Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica 0 - ENTRADA 1 - SAÍDA 1 Nº.: 000.010.589 Série: 1 Folha 1/1											
NATUREZA DA OPERAÇÃO Revenda/VD		CHAVE DE ACESSO Consulta de autenticidade no portal nacional da NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora											
INSCRIÇÃO ESTADUAL		INSCRIÇÃO ESTADUAL DO SUBST. TRIBUTÁRIO		PROTOCOLO DE AUTORIZAÇÃO 135180690546579 - 09/10/2018 08:41:32									
DESTINATÁRIO / REMETENTE		CNPJ / CPF		DATA DE EMISSÃO 09/10/2018									
RAZÃO SOCIAL		BAIRRO / DISTRITO		CEP									
ENDEREÇO		MUNICÍPIO		HORA ENTRADA / SAÍDA									
MUNICÍPIO Curitiba		FONE / FAX		UF PR									
FATURA / DUPLICATA		INSCRIÇÃO ESTADUAL		HORA ENTRADA / SAÍDA									
Número: 001		Vencimento: 10/12/2018		Valor: RS 1.091,66									
CÁLCULO DO IMPOSTO													
BASE DE CÁLC. DO ICMS	VALOR DO ICMS	BASE DE CÁLC. ICMS S.T.	VALOR DO ICMS SUBST.	V. IMP. IMPORTAÇÃO	V. ICMS UF REMET.	VALOR DO FCP	VALOR DO PIS	V. TOTAL PRODUTOS					
750,74	30,03	1.435,23	228,31	0,00			12,39	750,74					
VALOR DO FRETE	VALOR DO SEGURO	DESCONTO	OUTRAS DESPESAS	VALOR IPI	V. ICMS UF DEST.	V. TOT. TRIB.	VALOR DO COPIS	VALOR TOTAL DA NOTA					
0,00	0,00	0,00	0,00	112,61		440,40	57,06	1.091,66					
TRANSPORTADOR / VOLUMES TRANSPORTADOS						CNPJ / CPF							
RAZÃO SOCIAL		FRETE		CÓDIGO ANTT		PLACA DO VEÍCULO		UF					
		1-Por conta Destinatário						SP					
ENDEREÇO		MUNICÍPIO		INSCRIÇÃO ESTADUAL									
		Jundiai											
QUANTIDADE	ESPÉCIE	MARCA	NUMERAÇÃO	PESO BRUTO	PESO LÍQUIDO								
					0,010								
DADOS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS													
CÓDIGO PRODUTO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	O/CST	CFOP	UN	QUANTI.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	B CÁLC ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALIQ ICMS	ALIQ IPI
10222612	Sensor Indutivo modelo IFRM 05P1501 S35L PVA=66,24% pIcmsST=18,00% vIcmsSt=1435.23 pIcmsST=228.31	85365090	110	6.403	PC	1,00	750,74	750,74	750,74	30,03	112,61	4,00	15,00

FONTE: Documentos internos da empresa

Com base na nota de compra nº 10.589, os custos totais do “produto 1” são de R\$ 1.091,66. O Quadro 1 apresenta as justificativas da composição dos custos, sendo destacados em amarelo os itens que serão agregados ao valor da mercadoria adquirida para fins de formação de preço:

QUADRO 1: Composição e justificativas dos custos – Sensor Indutivo modelo IFRM


IMPOSTO	TAXA	MOTIVO TAXA	COMPÕE OU NÃO O VALOR DA NOTA	VALOR TAXA
PRODUTO 1	-	-	SIM	750,74
ICMS	4%	De acordo com a Resolução do Senado Federal nº 13/2012, fixou em 4% a alíquota interestadual do ICMS nas operações com bens e mercadorias importadas do exterior.	NÃO - Convênio ICMS 142/2018	30,03
ICMS S.T.	ICMS S.T.=(Valor do produto + IPI + Frete + Seguro + Outras Despesas Acessórias - Descontos) * (1+(%MVA/100))	o Estado cobra o imposto da venda do produto no momento que ele sai da indústria, elegendo uma terceira pessoa para o cumprimento da obrigação tributária.	SIM - Se um varejista ou distribuidor, optar pelo Simples Nacional, ele não terá benefício algum em relação ao ICMS, pois toda a sua receita será tributada pelo regime de substituição tributária. Para o cálculo do ICMS ST dos optantes pelo SIMPLES	228,31
PIS	1,65%	De acordo com o art. 23 da Lei Complementar 123/2006, as micro e pequenas empresas optante pelo Simples Nacional não farão jus a apropriação nem transferiram créditos relativos a impostos. Regime não-cumulativo.	NÃO - No Simples Nacional o cálculo das receitas dentro do sistema monofásico de PIS e Cofins faz com que se retire o percentual relativo a estes tributos do valor da alíquota do DAS a recolher, e por conta dessa segregação de alíquotas serão cobrados os demais impostos da empresa, mas o PIS e Cofins não.	12,39
IPI	15%	No IPI, a indústria destaca corretamente na nota fiscal no campo apropriado e somará ao valor dos produtos (independe nesse caso se é pessoa física, jurídica lucro real ou jurídica simples nacional) . Quem recolhe esse IPI é a INDÚSTRIA (por ser contribuinte) e não sua empresa, pois a empresa SN pagará na NF à Indústria.	SIM - Se a empresa do Simples não toma crédito desse valor, este tributo acaba compondo o valor da mercadoria adquirida, ou seja, deve ser acrescido ao valor da mercadoria para chegar ao preço de venda	112,61
COFINS	7,6%	De acordo com o art. 23 da Lei Complementar 123/2006, as micro e pequenas empresas optante pelo Simples Nacional não farão jus a apropriação nem transferiram créditos relativos a impostos. Regime não-cumulativo.	NÃO - No Simples Nacional o cálculo das receitas dentro do sistema monofásico de PIS e Cofins faz com que se retire o percentual relativo a estes tributos do valor da alíquota do DAS a recolher, e por conta dessa segregação de alíquotas serão cobrados os demais impostos da empresa, mas o PIS e Cofins não.	57,06
TOTAL DOS CUSTOS				1.091,66

FONTE: Dados da pesquisa

4.2.1.2 Produto 2 – Composição dos custos

No caso, para o produto Sensor Fotoelétrico modelo FHDM, os custos estão destacados na nota fiscal, conforme Figura 2.

FIGURA 2: Nota de compra Sensor Fotoelétrico modelo FHDM

IDENTIFICAÇÃO DO EMITENTE		DANFE Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica 0 - ENTRADA 1 - SAÍDA <input checked="" type="checkbox"/>			
NATUREZA DA OPERAÇÃO Revenda/VD		CHAVE DE ACESSO Consulta de autenticidade no portal nacional da NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora			
INSCRIÇÃO ESTADUAL 407563050116		INSCRIÇÃO ESTADUAL DO SUBST. TRIBUTARIO		CNPJ / CPF 135190933966646 - 10/12/2019 08:39:23	
DESTINATARIO / REMETENTE		RAZÃO SOCIAL		CNPJ / CPF	
ENDEREÇO		BAIRRO / DISTRITO		CEP	
MUNICÍPIO Curitiba		FONE / FAX		UF PR	
FATURA / DUPLICATA		Número 001		DATA DE EMISSÃO 10/12/2019	
Vencimento: 08/02/2020		Valor: R\$ 2.956,04		DATA ENTRADA / SAÍDA	
CÁLCULO DO IMPOSTO		MUNICÍPIO ESTADUAL		HORA ENTRADA / SAÍDA	
BASE DE CÁLC. DO ICMS	VALOR DO ICMS	BASE DE CÁLC. ICMS S.T.	VALOR DO ICMS SUBST.	V. IMP. IMPORTAÇÃO	V. ICMS UF REMET.
2.032,88	81,32	3.886,38	618,23	0,00	0,00
VALOR DO FRETE	VALOR DO SEGURO	DESCONTO	OUTRAS DESPESAS	VALOR IPI	V. ICMS UF DEST.
0,00	0,00	0,00	0,00	304,93	0,00
TRANSPORTADOR / VOLUMES TRANSPORTADOS		FRETE		CÓDIGO ANTT	PLACA DO VEÍCULO
RAZÃO SOCIAL		1-Por conta Destinatário			UF SP
ENDEREÇO		MUNICÍPIO Jundiaí		INSCRIÇÃO ESTADUAL	
QUANTIDADE 1,000	ESPECIE caixa	MARCA	NUMERAÇÃO	PESO BRUTO 1,500	PESO LÍQUIDO 0,180
DADOS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS					
CÓDIGO PRODUTO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	O/CST	CFOP	UN
10234166	Sensor fotoelétrico modelo FHDM 12P5001 IPIA=66,24% pIcmsST=18,00% vIcmsST=3886,38 pIcmsST=618,23	85365090	110	6.403	PC
					QUANTI.
					VALOR UNIT.
					VALOR TOTAL
					B CÁLC ICMS
					VALOR ICMS
					VALOR IPI
					ALIQ ICMS
					ALIQ IPI
					VALOR TOTAL DA NOTA
					2.956,04

FONTE: Documentos internos da empresa

Com base na nota de compra nº 12.658, os custos totais do “produto 2” são de R\$ 1.478,03. O Quadro 2 apresenta as justificativas da composição dos custos, sendo destacados em amarelo os itens que serão agregados ao valor da mercadoria adquirida para fins de formação de preço:

QUADRO 2: Composição e justificativas dos custos – Sensor Fotoelétrico modelo FHDM


IMPOSTO	TAXA	MOTIVO TAXA	COMPÕE OU NÃO O VALOR DA NOTA	VALOR TAXA
PRODUTO 2	-	-		1.016,44
ICMS	4%	De acordo com a Resolução do Senado Federal nº 13/2012, fixou em 4% a alíquota interestadual do ICMS nas operações com bens e mercadorias importadas do exterior.	NÃO - Convênio ICMS 142/2018	40,66
ICMS S.T.	ICMS S.T.=(Valor do produto + IPI + Frete + Seguro + Outras Despesas Acessórias - Descontos) * (1+(%MVA/100))	o Estado cobra o imposto da venda do produto no momento que ele sai da indústria, elegendo uma terceira pessoa para o cumprimento da obrigação tributária.	SIM - Se um varejista ou distribuidor, optar pelo Simples Nacional, ele não terá benefício algum em relação ao ICMS, pois toda a sua receita será tributada pelo regime de substituição tributária. Para o cálculo do ICMS ST dos optantes pelo SIMPLES	309,12
PIS	1,65%	De acordo com o art. 23 da Lei Complementar 123/2006, as micro e pequenas empresas optante pelo Simples Nacional não farão jus a apropriação nem transferiram créditos relativos a impostos. Regime não-cumulativo.	NÃO - No Simples Nacional o cálculo das receitas dentro do sistema monofásico de PIS e Cofins faz com que se retire o percentual relativo a estes tributos do valor da alíquota do DAS a recolher, e por conta dessa segregação de alíquotas serão cobrados os demais impostos da empresa, mas o PIS e Cofins não.	16,77
IPI	15%	No IPI, a indústria destaca corretamente na nota fiscal no campo apropriado e somará ao valor dos produtos (independe nesse caso se é pessoa física, jurídica lucro real ou jurídica simples nacional) . Quem recolhe esse IPI é a INDÚSTRIA (por ser contribuinte) e não sua empresa, pois a empresa SN pagará na NF à Indústria.	SIM - Se a empresa do Simples não toma crédito desse valor, este tributo acaba compondo o valor da mercadoria adquirida, ou seja, deve ser acrescido ao valor da mercadoria para chegar ao preço de venda	152,47
COFINS	7,6%	De acordo com o art. 23 da Lei Complementar 123/2006, as micro e pequenas empresas optante pelo Simples Nacional não farão jus a apropriação nem transferiram créditos relativos a impostos. Regime não-cumulativo.	NÃO - No Simples Nacional o cálculo das receitas dentro do sistema monofásico de PIS e Cofins faz com que se retire o percentual relativo a estes tributos do valor da alíquota do DAS a recolher, e por conta dessa segregação de alíquotas serão cobrados os demais impostos da empresa, mas o PIS e Cofins não.	77,25
TOTAL DOS CUSTOS				1.478,03

FONTE: Dados da pesquisa

4.2.1.3 Produto 3 – Composição dos custos

No caso, para o produto *Encoder Incremental modelo GI333*, os custos estão destacados na nota fiscal, conforme Figura 3.

FIGURA 3: Nota de compra Encoder Incremental modelo GI333

Recebemos de BAUMER DO BRASIL AUTOMACAO DE FABRICA E DE PROCESSOS, COM. I os produtos e/ou serviços constantes na Nota Fiscal Eletrônica indicada abaixo. Emissão: 10/12/2019 Valor Total: R\$ 2.263,80 Destinatário: WRoma Comercio de Materiais Graficos Ltda		NF-e Nº.: 000.012.659 Série: 1											
DATA DE RECEBIMENTO		IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO RECEBEDOR											
IDENTIFICAÇÃO DO EMITENTE		DANFE Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica 0 - ENTRADA 1 1 - SAÍDA Nº.: 000.012.659 Série: 1 Folha 1/1											
		 CHAVE DE ACESSO											
		Consulta de autenticidade no portal nacional da NF-e www.nfe.fazenda.gov.br/portal ou no site da Sefaz Autorizadora											
NATUREZA DA OPERAÇÃO Revenda/VD		PROTOCOLO DE AUTORIZAÇÃO 135190933997922 - 10/12/2019 08:45:03											
INSCRIÇÃO ESTADUAL		INSCRIÇÃO ESTADUAL DO SUBST. TRIBUTARIO											
		CNPJ / CPF											
DESTINATÁRIO / REMETENTE		CNPJ / CPF											
RAZÃO SOCIAL		DATA DE EMISSÃO 10/12/2019											
ENDEREÇO		BAIRRO / DISTRITO											
		CEP											
MUNICÍPIO Curitiba		UF PR											
FONE / FAX		INSCRIÇÃO ESTADUAL											
		HORA ENTRADA / SAÍDA											
FATURA / DUPLICATA													
Número 001													
Vencimento: 08/02/2020													
Valor: R\$ 2.263,80													
CÁLCULO DO IMPOSTO													
BASE DE CÁLC. DO ICMS	VALOR DO ICMS	BASE DE CÁLC. ICMS ST.	VALOR DO ICMS SUBST.	V. IMP. IMPORTAÇÃO	V. ICMS UF REMET.	VALOR DO FCP	VALOR DO FIS	V. TOTAL PRODUTOS					
2.156,00	86,24	0,00	0,00	0,00			35,57	2.156,00					
VALOR DO FRETE	VALOR DO SEGURO	DESCONTO	OUTRAS DESPESAS	VALOR IPI	V. ICMS UF DEST.	V. TOT. TRIB.	VALOR DO COFINS	VALOR TOTAL DA NOTA					
0,00	0,00	0,00	0,00	107,80		393,47	163,86	2.263,80					
TRANSPORTADOR / VOLUMES TRANSPORTADOS				FRETE		CÓDIGO ANTT		PLACA DO VEÍCULO	UF	CNPJ / CPF			
RAZÃO SOCIAL				1-Por conta Destinatário					SP				
ENDEREÇO				MUNICÍPIO		Jundiai							
QUANTIDADE				ESPECIE		MARCA		NUMERAÇÃO	PESO BRUTO	PESO LÍQUIDO			
										0,350			
DADOS DOS PRODUTOS / SERVIÇOS													
CODIGO PRODUTO	DESCRIÇÃO DO PRODUTO / SERVIÇO	NCM/SH	O/CST	CFOP	UN	QUANTI.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	B CALC ICMS	VALOR ICMS	VALOR IPI	ALIQ ICMS	ALIQ IPI
11030840	Encoder Incremental modelo GI333.G70C323	90318099	100	6.102	PC	1,00	2.156,00	2.156,00	2.156,00	86,24	107,80	4,00	5,00

FONTE: Documentos internos da empresa

Com base na nota de compra nº 12.659, os custos totais do “produto 3” são de R\$ 2.263,80. O Quadro 3 apresenta as justificativas da composição dos custos, sendo destacados em amarelo os itens que serão agregados ao valor da mercadoria adquirida para fins de formação de preço:

QUADRO 3: Composição e justificativas dos custos – Enconder Incremental modelo GI333

IMPOSTO	TAXA	MOTIVO TAXA	COMPÕE OU NÃO O VALOR DA NOTA	VALOR TAXA
PRODUTO 3	-	-		2.156,00
ICMS	4%	De acordo com a Resolução do Senado Federal nº 13/2012, fixou em 4% a alíquota interestadual do ICMS nas operações com bens e mercadorias importadas do exterior.	NÃO - Convênio ICMS 142/2018	86,24
ICMS S.T.	ICMS S.T.=(Valor do produto + IPI + Frete + Seguro + Outras Despesas Acessórias - Descontos) * (1+(%MVA/100))	o Estado cobra o imposto da venda do produto no momento que ele sai da indústria, elegendo uma terceira pessoa para o cumprimento da obrigação tributária.	SIM - Se um varejista ou distribuidor, optar pelo Simples Nacional, ele não terá benefício algum em relação ao ICMS, pois toda a sua receita será tributada pelo regime de substituição tributária. Para o cálculo do ICMS ST dos optantes pelo SIMPLES	0,00
PIS	1,65%	De acordo com o art. 23 da Lei Complementar 123/2006, as micro e pequenas empresas optante pelo Simples Nacional não farão jus a apropriação nem transferiram créditos relativos a impostos. Regime não-cumulativo.	NÃO - No Simples Nacional o cálculo das receitas dentro do sistema monofásico de PIS e Cofins faz com que se retire o percentual relativo a estes tributos do valor da alíquota do DAS a recolher, e por conta dessa segregação de alíquotas serão cobrados os demais impostos da empresa, mas o PIS e Cofins não.	35,57
IPI	5%	No IPI, a indústria destaca corretamente na nota fiscal no campo apropriado e somará ao valor dos produtos (independe nesse caso se é pessoa física, jurídica lucro real ou jurídica simples nacional) . Quem recolhe esse IPI é a INDÚSTRIA (por ser contribuinte) e não sua empresa, pois a empresa SN pagará na NF à Indústria.	SIM - Se a empresa do Simples não toma crédito desse valor, este tributo acaba compondo o valor da mercadoria adquirida, ou seja, deve ser acrescido ao valor da mercadoria para chegar ao preço de venda	107,80
COFINS	7,6%	De acordo com o art. 23 da Lei Complementar 123/2006, as micro e pequenas empresas optante pelo Simples Nacional não farão jus a apropriação nem transferiram créditos relativos a impostos. Regime não-cumulativo.	NÃO - No Simples Nacional o cálculo das receitas dentro do sistema monofásico de PIS e Cofins faz com que se retire o percentual relativo a estes tributos do valor da alíquota do DAS a recolher, e por conta dessa segregação de alíquotas serão cobrados os demais impostos da empresa, mas o PIS e Cofins não.	163,86
TOTAL DOS CUSTOS				2.263,80

FONTE: Dados da pesquisa

4.2.1.4 Prestação de Serviço – Composição dos custos

No caso da prestação de serviços, são considerados como custos, todos os gastos envolvidos para a realização do mesmo.

FIGURA 4: Nota de prestação de serviço

	PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS NOTA FISCAL DE SERVIÇOS ELETRÔNICA - NFS-e RPS nº. 650, Série: RPS, emitido em 04/12/2019, conversão em 04/12/2019		Número da Nota 662
			Data e Hora de Emissão 04/12/2019 14:59:30
			Código de Verificação
PRESTADOR DE SERVIÇOS			
Razão Social:		Inscrição Municipal:	
CPF / CNPJ:		Tel.:	
Endereço:	BAIRRO: SÃO BRAZ -		
Município:	CURITIBA	UF: PR	Email:
TOMADOR DE SERVIÇOS			
Nome/Razão Social:		IMU:	Outro Doc.:
CPF / CNPJ:			
Endereço:			
Município:	Jundiaí	UF: SP	Email:
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS			
MAO DE OBRA (LIMPEZA ULTRA SOM, DESMONTAGEM / MONTAGEM + TESTE) - OFERTA 1783 - ORDEM DE COMPRA: 031530 Valor Líquido da Nota Fiscal = R\$ 5.888,00			

FONTE: Dados internos da empresa

Para a prestação do serviço evidenciado na Figura 4, foram desembolsados os seguintes gastos, apresentados na Tabela 6:

TABELA 6: Composição dos custos - Prestação de Serviço

ORIGEM	VALOR
Custo da hora trabalhada x4	120,00
Deslocamento	250,00
Refeição	100,00
Materiais diretos	200,00
TOTAL	670,00

FONTE: Dados da pesquisa

4.2.2 Identificação das despesas

Para o levantamento das despesas para a formação do preço de venda, o rateio será realizado a partir da porcentagem encontrada das despesas do ano de 2019 em relação à receita bruta com vendas do ano de 2019. O cálculo é apresentado na Tabela 7.

TABELA 7: Composição das despesas

RECEITA BRUTA COM VENDAS 2019	3.914.150,09
Devoluções e Abatimentos 2019	- 85.802,39
Despesas Operacionais 2019	- 974.428,53
TOTAL DAS DESPESAS	- 1.060.230,92
% das Despesas	27,09%

FONTE: Dados da pesquisa

Sendo assim, 27,09% da receita gerada deverá ser resguardada para cobrir as despesas operacionais de cada produto.

Como despesas foram alocados, despesas trabalhistas, encargos sociais, aluguel, energia elétrica, entre outras despesas fixas geradas pela empresa. Para cálculo do *mark-up*, arredondou-se este percentual para 27%.

4.2.3 Lucro esperado pela empresa

Conforme a entrevista realizada com a representante da empresa, o lucro esperado pela empresa em final de cada exercício é de 30% a 40% para seus produtos e de 60% a 70% para a prestação de serviços.

No ano de 2019, o lucro da empresa foi de R\$ 1.407.539,09. Quando subtrai-se os custos e despesas da receita total do período, obtém-se a representatividade de 39,41%. Por este motivo, optou-se por incluir no cálculo do preço de venda o percentual de 40%.

4.2.4 Preço de venda por meio do *Mark-up*

4.2.4.1 *Mark-up* Produto 1

Para o cálculo do preço de venda por meio do *mark-up*, deverá ser levantado a representatividade/ porcentagem das despesas fixas, variáveis e lucro esperado de cada produto. Para o produto 1, esse cálculo é apresentado na Tabela 8:

TABELA 8: Produto 1 - Porcentagem para o mark-up

RECEITA COM VENDAS	100%
Simples Nacional	16%
Custos e Despesas fixas e variáveis	27,00%
Lucro	40%
TOTAL	83%

FONTE: Dados da pesquisa

Sendo que o custo unitário do produto é de R\$ 1.091,66, soma-se o *mark-up*:

$$\frac{100\% - 83\%}{100\%} = 0,17$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 1.091,66 / 0,17 = \text{R\$ } 6.421,53$$

Atualmente o preço de venda desse produto aplicado na empresa estudada é de R\$ 1.884,32, ou seja, valor a menor do que estipulado através do *mark-up*. Realizando uma simulação com os valores encontrados, tem-se o seguinte resultado apresentado no Quadro 4:

QUADRO 4: Demonstração do resultado - Sensor Indutivo modelo IFRM

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	
Receita unitária	6.455,71
(-) DAS - Simples nacional (16%)	- 1.032,91
(-) Custos e Despesas fixas e variáveis (27,09%)	- 1.748,85
(-) Custo do Produto	- 1.091,66
(=) Resultado	2.582,28
2.582,28 / 6.455,71	40%

FONTE: Dados da pesquisa

Como a porcentagem do lucro utilizado para o cálculo foi o máximo optado pela empresa, uma opção seria aplicar uma porcentagem menor de 30%, de maneira que o cliente seja menos impactado no preço final. Neste cenário, o *mark-up* e o preço de venda estimado seria de:

$$\frac{100\% - 73\%}{100\%} = 0,27$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 1.091,66 / 0,27 = \text{R\$ } 4.043,19$$

O que se pode dizer, é que mesmo a empresa reduzindo seu lucro o valor fica desproporcional ao preço praticado hoje em dia. Deve-se, portanto, rever sua estratégia para venda ou diminuindo seu lucro esperado para não impactar na escolha de seu cliente final.

4.2.4.2 *Mark-up* Produto 2

Para o cálculo do preço de venda por meio do *mark-up*, deverá ser levantado a representatividade/ porcentagem das despesas fixas, variáveis e lucro esperado de cada produto. Para o produto 2, esse cálculo é apresentado na Tabela 9:

TABELA 9: Produto 2 - Porcentagem para o mark-up

RECEITA COM VENDAS	100%
Simples Nacional	16%
Custos e Despesas fixas e variáveis	27,00%
Lucro	40%
TOTAL	83%

FONTE: Dados da pesquisa

Sendo que o custo unitário do produto é de R\$ 1.478,03, soma-se o mark-up:

$$\frac{100\% - 83\%}{100\%} = 0,17$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 1.478,03 / 0,17 = \text{R\$ } 8.740,57$$

Atualmente o preço de venda desse produto é de R\$ 1.595,65, valor a menor do que estipulado através do *mark-up*. Realizando uma simulação com os valores encontrados, tem-se o seguinte resultado apresentado no Quadro 5:

QUADRO 5: Demonstração do resultado - Sensor Fotoelétrico modelo FHDM

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	
Receita unitária	8.740,57
(-) DAS - Simples nacional (16%)	- 1.398,49
(-) Custos e Despesas fixas e variáveis (27,09%)	- 2.367,82
(-) Custo do Produto	- 1.478,03
(=) Resultado	3.496,23
3.496,23 / 8.740,57	40%

FONTE: Dados da pesquisa

Como a porcentagem do lucro utilizado para o cálculo foi o máximo optado pela empresa, uma opção seria aplicar uma porcentagem menor de 30%, de maneira que o cliente seja menos impactado no preço final.

No qual o *mark-up* e o preço de venda estimado seria de:

$$\frac{100\% - 73\%}{100\%} = 0,27$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 1.478,03 / 0,27 = \text{R\$ } 5.429,49$$

O que se pode dizer, da mesma forma, é que mesmo a empresa reduzindo seu lucro, o preço exercido atualmente está abaixo do que esperado e não cobriria as despesas e o lucro estimado pela empresa.

4.2.4.3 *Mark-up* Produto 3

Para o cálculo do preço de venda por meio do *mark-up*, deverá ser levantado a representatividade/ porcentagem das despesas fixas, variáveis e lucro esperado de cada produto. Para o produto 3, esse cálculo é apresentado na Tabela 10:

TABELA 10: Produto 3 - Porcentagem para o *mark-up*

RECEITA COM VENDAS	100%
Simples Nacional	16%
Custos e Despesas fixas e variáveis	27,00%
Lucro	40%
TOTAL	83%

FONTE: Dados da pesquisa

Sendo que o custo unitário do produto é de R\$ 2.156,00, soma-se o *mark-up*:

$$\frac{100\% - 83\%}{100\%} = 0,17$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 2.156,00 / 0,17 = \text{R\$ } 12.749,85$$

Atualmente o preço de venda desse produto é de R\$ 4.429,26, valor a menor do que estipulado através do *mark-up*.

Realizando uma simulação com os valores encontrados, tem-se o seguinte resultado apresentado no Quadro 6:

QUADRO 6: Demonstração do resultado - Encoder Incremental modelo GI333

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	
Receita unitária	12.749,85
(-) DAS - Simples nacional (16%)	- 2.039,98
(-) Custos e Despesas fixas e variáveis (27,09%)	- 3.453,93
(-) Custo do Produto	- 2.156,00
(=) Resultado	5.099,94
5.099,94 / 12.749,85	40%

FONTE: Dados da pesquisa

Como a porcentagem do lucro utilizado para o cálculo foi o máximo optado pela empresa, uma opção seria aplicar uma porcentagem menor de 30%, de maneira que o cliente seja menos impactado no preço final.

No qual o *mark-up* e o preço de venda estimado seria de:

$$\frac{100\% - 73\%}{100\%} = 0,26$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 2,156,00 / 0,26 = \text{R\$ } 8.011,89$$

O que se pode dizer, é que mesmo a empresa reduzindo seu lucro, o preço exercido atualmente está abaixo do que esperado e não cobriria as despesas e o lucro estimado pela empresa.

4.2.4.4 *Mark-up* Prestação de Serviço

Para o cálculo do preço de venda da prestação de serviços por meio do *mark-up*, deverá ser levantado a representatividade/ porcentagem das despesas fixas, variáveis e lucro esperado. Isso é apresentado na Tabela 11.

TABELA 11: Prestação de serviço - Porcentagem para o *mark-up*

RECEITA COM PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	100%
Simples Nacional	16%
Custos e Despesas fixas e variáveis	27,00%
Lucro	50%
TOTAL	93%

FONTE: Dados da pesquisa

Sendo que o custo da prestação de serviço é de R\$ 670,00, soma-se o *mark-up*:

$$\frac{100\% - 93\%}{100\%} = 0,7$$

$$100\%$$

$$\text{Preço Venda} = 670,00 / 0,7 = \text{R\$ } 9.696,09$$

O valor cobrado pela prestação de serviço foi de R\$ 5.888,00, valor a menor do que estipulado através do *mark-up*. Realizando uma simulação com os valores encontrados, tem-se o seguinte resultado apresentado no Quadro 7:

QUADRO 7: Demonstração do resultado – Prestação de serviço

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	
Receita unitária	9.696,09
(-) DAS - Simples nacional (16%)	- 1.551,37
(-) Custos e Despesas fixas e variáveis (27,09%)	- 2.626,67
(-) Custo da Prestação de Serviço	- 670,00
(=) Resultado	4.848,04
4.848,04 / 9.696,09	50%

FONTE: Dados da pesquisa

Com base nos cálculos, observa-se que o que mais impacta no preço da prestação de serviços são as despesas fixas e variáveis.

4.2.5 Estratégias de formação do preço de venda

Conforme demonstrado nos tópicos de formação de preço de venda anteriores, é possível observar que, para cada produto a empresa tem possibilidades de ajustes, afim de chegar em seus objetivos. Com isso, são observadas as possibilidades de estratégias para sua formação de preço de venda.

Uma das estratégias, foi colocada em prática nesse trabalho, onde a formação de preço de venda foi baseada nos custos, a qual se dá por meio da fixação de preço considerando os custos de aquisição das mercadoria, sendo essa a maneira mais tradicional e a mais utilizada no mercado. Nesse método, podem-se identificar meios de simular o preço final oferecido ao cliente, oscilando o lucro.

De acordo com o blog eletrônico Ideia de Marketing, para os produtos ou a prestação de serviço, cujo o preço esteja acima do preço de mercado pode-se utilizar a estratégia do preço psicológico, no qual enfatiza a qualidade dos produtos e da prestação de serviço além do preço. Fazendo assim, com que o consumidor considere a qualidade, durabilidade e marca para a compra do produto. Outra característica é a utilização de números “quebrados”. No qual, um produto é vendido por exemplo por R\$ 9,99, mesmo que a diferença para o valor inteiro seja mínima, é disparado um gatilho na mente do consumidor que transmite a sensação de vantagem, por comprar algo mais barato (BLOG, Ideia de Marketing, 2014).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As micros e pequenas empresas são de grande importância para a economia atual do país, porém com a falta de informações dos empreendedores sobre o gerenciamento de seus negócios, muitas destas acabam sobrevivendo por pouco tempo no mercado. Um dos maiores empecilhos dos empresários está relacionado à formação do preço de venda e a conscientização de que a gestão de seus custos influencia diretamente na maximização de seus lucros.

A gestão de custos, deve ser utilizada como uma ferramenta para o gerenciamento inteligente dos gastos da empresa, de maneira que o gestor possa realizar negociações com seus fornecedores e administrar seus custos, afim de reduzi-los e identificar gargalos em seus processos. Partindo de uma boa gestão de custos, onde a empresa consegue separar todos seus custos e despesas, sendo eles fixos ou variáveis, inicia-se o preço de formação do preço de venda, pois é com base nos gastos da empresa e no lucro estimado, que se irá trabalhar o preço da venda e as estratégias de mercados, para a partir disso estipular o preço final da venda.

A presente pesquisa foi elaborada, a partir de um estudo de uma pequena empresa de comércio e prestação de serviço, a qual baseia-se apenas no valor de mercado/concorrentes para a estipulação de seus preços. Onde, realizando a separação de seus custos e despesas e aplicando em fórmulas baseadas nas literaturas do estudo, verificou-se que o preço exercido atualmente dos três produtos mais vendidos da empresa e a prestação de serviços não cobrem seus gastos e não retornam o lucro que a empresa deseja, pois o valor praticado atualmente é inferior ao encontrado. Sendo assim, para esses produtos, recomenda-se que a empresa utilize uma estratégia de mercado para a venda desses produtos sem perder a atenção dos custos vinculados, ou estipular um lucro menor para os mesmos, de forma que esses produtos fiquem com um preço aceitável para seus clientes.

Porém, ressalva-se que a empresa alcançou um lucro de 49,31% no ano de 2019, o que se deve a outros produtos, com custos de aquisição mais baixos e prestações de serviços realizadas em Curitiba e Regiões Metropolitana.

Com base nesse estudo, fez-se possível a visibilidade de quão importante é a necessidade de acelerar o entendimento atual sobre o tema e que muitos empresários não possuem conhecimentos específicos para a formulação do seu preço de venda. Por vezes os mesmos não conseguem identificar qual é o produto mais rentável para empresa e qual por sua vez pode ser utilizado como estratégias para atração de clientes.

Após a conclusão deste estudo, pode-se dizer que quanto mais ciência e detalhamento a empresa – no caso, seus gestores- tiver sobre custos, mais simples e eficaz será a gestão dos mesmos e a formação de seu preço de venda, tornando possível, simulações de precificações e estratégias de acordo com sua necessidade.

Quanto às limitações, foram identificadas a falta de segregação dos custos dos produtos e da prestação de serviço, tornando a busca por informações mais maçante e intensas, conduzindo a estimativas para formação do preço de venda. O resultado da pesquisa é contraindicado para empresas que não sejam optantes pelo simples nacional, devido às justificativas da implementação das taxas dos tributos, que como observado, exercem uma importante influencia no processo de formação de preço de venda com base nos custos.

REFERÊNCIAS

ALVES, C. A.; VAROTTO, L. F.; GONÇALVES, M. N. Objetivos de preço e estratégias de preço no varejo: uma análise empírica no varejo paulistano. Revista Brasileira de Marketing - Remark, mai./ago. 2011.

ARTSOFT, Sistemas. **Gestão de Custos: Tudo o que você precisa saber!**

Disponível em:

< <https://www.artsoftsistemas.com.br/blog/gestao-de-custos-tudo-o-que-voce-precisa-saber/>> Acesso em 14. De ago. de 2019.

BERNARDI, Luiz Antonio. Manual de formação de preços: Políticas, Estratégias e Fundamentos. 3. ed. São Paulo: Atlas 2008.

BEUREN, I. M. Evolução histórica da contabilidade de custos. Contabilidade Vista & Revista. Belo Horizonte, 1993.

BRASIL. **Brasil bate recorde, com 2,5 milhões de novas empresas formalizadas em 2018.** Disponível em:

<<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2019/03/26/brasil-bate-recorde-empresas-formalizadas.htm>>. Acesso em_14 de ago. de 2019.

BRASIL. **Entenda qual é a diferença de Micro e pequena empresa.** 2015.

Disponível em:

<<https://blog.tagplus.com.br/entenda-qual-e-a-diferenca-de-micro-e-pequena-empresa/>>. Acesso em_14 de ago. de 2019.

BRASIL. **Descubra qual é o Simples Nacional e suas vantagens para pequenos empresários.** 2019. Disponível em:

<<https://blog.contaazul.com/o-que-e-simples-nacional/>>. Acesso em_15 de ago. de 2019.

BRASIL. **Simples Nacional: Tabelas e limites do Simples**. 2019. Disponível em: <<https://www.jornalcontabil.com.br/simples-nacional-tabelas-e-limites-do-simples-2019/>>. Acesso em_15 de ago. de 2019.

BRASIL. **O que é Lucro Presumido? Tabela e planilha do Lucro Presumido**. 2019. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/lucro-presumido/>>. Acesso em 17 de ago. 2019.

BRASIL. **Significado de Lucro Presumido**. 2018. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/lucro-presumido/>>. Acesso em 17 de ago. 2019.

BRASIL. **Significado de Lucro Real**. 2018. Disponível em: <<https://www.significados.com.br/lucro-real/>>. Acesso em 17 de ago. 2019.

BRASIL. **Custos e formação de preços: como as pequenas empresas encontram esse equilíbrio**. 2018. Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/custos-e-formacao-de-precos-pequenas-empresas>>. Acesso em 18 de ago. 2019.

BRASIL. **Custos e preços de venda no comércio**. 2019. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/custos-e-preco-de-venda-no-comercio,e195164ce51b9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 18 de ago. 2019.

BORGES, Humberto Bonavides. Gerência de impostos: IPI, ICMS e ISS. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

BRAGA, D. P. G.; BRAGA, A. X. V.; SOUZA, M. A. Gestão de custos, preços e resultados: um estudo em indústrias conserveiras do Rio Grande do Sul. Revista Contabilidade, Gestão e Governança – UNB, Brasília, Maio/Ago., 2010.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Exel. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CALLADO; Miranda; CALLADO. Scielo. Fatores associados à gestão de custos: um estudo nas micro e pequenas empresas do setor de confecções. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010365132003000100006&script=sci_arttext&lng=pt>. Acesso em 23 de mai. 2020.

CAMARGO, R. F. **O que é mark-up, por que é importante conhecer sobre precificação e como realizar a formação do preço de venda de produtos e serviços?** Treasy. 2017. Disponível em <<https://www.treasy.com.br/blog/markup/>>. Acesso em 17 jul. 2020.

CARDOSO, R. S.; BEUREN, I. M. **Gestão de custos de matérias-primas em indústrias de conserva de pescado do Brasil e da Espanha.** Revista ABCustos, Maio/Ago., 2010.

CASSONE, Vittorio. **Direito tributário.** 10. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

CONTA Azul. **Despesas fixas e variáveis.** Disponível em: <<https://blog.contaazul.com/despesas-fixas-e-variaveis/#:~:text=Assim%2C%20em%20outras%20palavras%2C%20as,caso%20de%20faturamento%20ou%20n%C3%A3o.>> Acesso em 14 de ago. 2019.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. Métodos de pesquisa em administração. 7. ed. Porto Alegre, 2003.

EQUALS. **Qual a importância da gestão financeira e como aplica-la ao negócio?**

Disponível em: < <https://www.equals.com.br/qual-a-importancia-da-gestao-financeira-e-como-aplica-la-ao-negocio/>> Acesso em: 14 de ago. de 2019.

FABRETTI, Lúdio Camargo. Contabilidade tributária. 9.ed. São Paulo: Atlas, 2005.
_____. Código Tributário Nacional Comentado. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

F. Livesey. **Formação de preço**. 1. ed. Grã-Bretanha: Saraiva, 1978.

Egestor. **Preço de custo e preço de venda de um produto: como calcular?**. 2017.

Disponível em:

<<https://blog.egestor.com.br/preco-de-custo-e-preco-de-venda-de-um-produto/>>.

Acesso em 23 de mai. 2020.

ERP Flex. Custos, gastos e despesas. Disponível em:

<<https://www.erpflex.com.br/blog/custos-gastos-edespesas#:~:text=Por%C3%A9m%2C%20se%20alguma%20quantia%20for,gastar%20para%20continuar%20as%20atividades.>> Acesso em 14 de ago. de 2019.

Exame. **1 a cada 4 empresas fecha antes de completar 2 anos no mercado, segundo SEBRAE**. 2018. Disponível em:

<https://exame.com/negocios/dino_old/1-a-cada-4-empresas-fecha-antes-decompletar-2-anos-no-mercado-sebrae/>. Acesso em 23 de mai. 2020.

G1. **Brasil tem 20 milhões de empreendimentos**. 2019. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/economia/pme/pequenasempresasgrandesnegocios/noticia/2019/02/03/brasil-tem-20-milhoes-de-empreendimentos-no-brasil.ghtml>>. Acesso em 09 de mar. 2020.

G1. **O desafio da precificação.** 2018. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/economia/pme/pequenasempresasgrandesnegocios/noticia/2018/06/o-desafio-da-precificacao.html>>. Acesso em 23 de mai. 2020.

JORNAL DE ECONOMIA. **Custos, gastos e despesas: entenda as diferenças.**

Disponível em: <<http://jornaldeeconomia.sapo.ao/gestao/custos-gastos-e-despesas-entenda-as-diferencas>> Acesso em 14 de ago. 2019.

MAHER, M. Contabilidade de custos: criando valor para a administração. São Paulo: atlas, 2001.

MARTINS, Gilberto de Andrade. Estudo de Caso. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Eliseu; ROCHA, Welington. Métodos de Custeio Comparados: Custos e Margens analisados sob diferentes perspectivas. São Paulo. Atlas, 2010.

MY ABCM. **Quais são os principais métodos de custeio?** Disponível em:

<<https://www.myabcm.com/pt-br/blog-post/principais-metodos-decusteio/#:~:text=De%20maneira%20geral%2C%20os%20m%C3%A9todos,encaixa%20melhor%20no%20seu%20ambiente.>> Acesso em: 14 de ago. de 2019.

LATORRACA, Nilton. Direito Tributário: imposto de renda das empresas. 15.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LEONE, G. S. G. Custos: planejamento, implantação e controle. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PALDA, Kristian S. Determinação de preços e políticas mercadológica. 1. ed. Kingston, Ontário : Atlas, 1976.

RICHERS, Raimar. Marketing uma visão brasileira. São Paulo: Negócio editora, 2000.

SANTOS, Roberto Vatan dos. Modelos de decisão para Gestão de Preço de Venda. Dissertação de mestrado apresentada a FEA – USP. São Paulo, 1995. Disponível em: <<http://files.caadmur.webnode.com/200000124-18fb419f3c/Sobre%20custos.pdf>>.

Acesso em 17 de mar. 2020.

SARANDY, William Wagner Silva. A importância do planejamento fiscal para a micro e a pequena empresa 2004. Disponível em:

<http://www.portalcatalao.com/painel_clientes/cesuc/painel/arquivos/upload/temp/51c23e8670bb3aeef7da564aa767d33b.pdf>. Acesso em 18 de ago. 2019.

SEBRAE. Aprenda como calcular o preço de venda de um produto ou serviço de forma simples. Publicado em 14/03/2019. Disponível em:

<<https://blog.sebrae-sc.com.br/como-calcular-o-preco-de-um-produto/>>. Acesso em 08 de mar. 2020.

SEBRAE. Como elaborar o preço de venda. Publicado no ano de 2013. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MT/BIS/como%20formar%20o%20pre%C3%A7o%20de%20venda.pdf>>. Acesso em 17 de mar. 2020.

SHANK, John K.; GOVINDARAJAN, Vijay. A revolução dos custos: como reinventar e redefinir sua estratégia de custos para vencer em mercados crescentemente competitivos. 2. ed., 1997.

SLAGMULDER, Regine; COOPER, Robin. Interorganizational costing, part 1. 2003. Disponível em:

<<http://www.periodicos.usp.br/rco/article/view/34771/37509>>. Acesso em 01 de mar. 2020.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. Gestão de Custos. 1ª ed. São Paulo: Atlas,2007.

SPERLING, Eliane. Rica. A influência da formação do preço de venda na micro e pequena empresa do comércio varejista nos relatórios gerenciais. 2008. Disponível em:

<<https://rica.unibes.com.br/rica/article/view/85/80>>. Acesso em 23 de mai. 2020.

TREASY. Veja como usar 3 métodos de custeio diferente para calcular os custos de produção. Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/metodos-de-custeio/>> Acesso em: 14 de ago. de 2019.

Voitto. Entenda porque fazer uma precificação de Produtos adequada traz resultado para seu negócio. 2020. Disponível em:

<<https://www.voitto.com.br/blog/artigo/precificacao-de-produtos>>. Acesso em 23 de mai. 2020.

WERNKE, Rodney. Análise de custos e preço de venda. 1ª ed. Editora Saraiva, 2005.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

1. Como a empresa estabelece os preços dos produtos?

R: Com base na média exercida pela concorrência, os custos dos produtos, juntamente com os gastos de aduaneiros e transporte da mercadoria.

2. Como a empresa estabelece os preços das prestações de serviços?

R: Levamos em consideração os custos com o deslocamento dos funcionários e a alíquota do ISS vigente conforme alíquota do Simples Nacional.

3. A empresa utiliza algum método de custeio?

R: Não.

4. Qual a margem de lucro esperada pela empresa?

R: Estima-se que a margem de lucro seja de 30% a 40% dos produtos e das prestações de serviços de 50% a 70%.

5. Quais são os três produtos mais vendidos?

R: Sensor Indutivo modelo IFRM, Sensor Fotoeletrico modelo FHDM e Encoder Incremental modelo GI333.

6. O que a empresa entende sobre gestão de custos? É colocado em prática?

R: A empresa adota como gestão de custos, os gastos incorridos para a compra do produto, o transporte e o armazenamento do mesmo. Além disso, também é incluso gastos administrativos para formação de preço de venda e da prestação de serviço.

7. Com base no estudo de caso, estaria disposta a alterar os preços dos produtos para chegar no lucro desejado?

R: Dependendo do valor produto, pois se aumentar muito e ficar fora do praticado não, pois acreditamos que impactara no bolso do consumidor e acabando não sendo atrativo para o mesmo.

APÊNDICE B – PROTOCOLO DE ESTUDO DE CASO

A visão geral do projeto, baseou-se em proposições teóricas, que por sua vez refletiram no conjunto de questões da pesquisa e as revisões feitas na literatura sobre o tema.

Para chegar nas respostas dos objetivos dessa pesquisa, foram realizadas algumas etapas, a primeira foi procurar nas literaturas a importância da gestão de custos para a sobrevivência de uma empresa. Verificar se a empresa já utiliza esse método, e se não, como aplicar isso na prática; Identificar os itens que influenciam na formação do preço de venda, com base nas documentações contábeis, como balanço patrimonial e demonstração do resultado do ano de 2019 e notas fiscais de compras e de vendas dos produtos analisados. Solicitadas por e-mail para a iniciação do estudo de caso; Colocar as informações coletadas nos documentos em ordem, para iniciar as análises. Separando custos e despesas que devem refletir nos produtos analisados; Apresentar estratégias para a formação correta do preço de venda, com base nas informações obtidas no passo acima e colocando em prática as pesquisas realizadas nas literaturas.

APÊNDICE C – MODELO DE CARTA DE AUTORIZAÇÃO



Universidade Federal do Paraná – UFPR
Setor de Ciências Sociais Aplicadas – SCSA
Departamento de Ciências Contábeis – DECONT

À

(CONFIDENCIAL)

Assunto: Proposta para Realização de Estudo

Prezada Sra.,

A Universidade Federal do Paraná, instituição pública de ensino, possui dentre suas atribuições sociais a promoção e realização de pesquisas com o objetivo de disponibilizar conhecimento e experiências das mais variadas formas para seus alunos, acadêmicos, profissionais e para a sociedade.

Vimos respeitosamente propor, por meio dessa carta, a realização de um estudo nesta organização, tendo como objetivo uma análise sobre formação de preços em empresa do ramo comercial e de prestação de serviços, realizado pela aluna Bruna dos Santos Isidoro, sendo orientada pelo Professor Henrique Portulhak.

Para a realização do estudo, prevemos que serão necessárias a análise de documentos internos da organização pela estudante, cujo acesso será realizado com o seu aceite. Comprometemo-nos total descrição para que a empresa não seja identificada e as informações confidenciais da empresa não sejam divulgadas.

Espera-se que o referido estudo de caso resulte na elaboração de uma monografia de especialização pela aluna, além de possíveis artigos científicos a serem submetidos a congressos e revistas especializadas, com a possibilidade de trazer contribuições aos leitores e para a própria organização. Destacamos que a confidencialidade do nome da empresa será mantida em todos os trabalhos resultantes do estudo.

Comprometemo-nos, ainda, em apresentar o resultado final do estudo para apreciação, a fim de que todas as partes estejam de acordo com as informações incluídas na monografia, para que haja segurança de que nenhuma informação que possa ser considerada confidencial seja divulgada por estes canais.

Desde já agradecemos pela colaboração.

Bruna dos Santos Isidoro
Aluna – MBA Gestão Contábil e Tributária UFPR

Ciente e de acordo,

Prof. Henrique Portulhak, Dr.
Professor Orientador
Departamento de Ciências Contábeis - UFPR

(CONFIDENCIAL)
Contadora
(CONFIDENCIAL)