



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

KEYNES ALVES DA SILVA CARREIRO

**A FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO PROCESSO DE
DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE
AUTOPEÇAS NA CIDADE DE CATOLÉ DO ROCHA- PB**

**SOUSA - PB
2008**

KEYNES ALVES DA SILVA CARREIRO

**A FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO PROCESSO DE
DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE
AUTOPEÇAS NA CIDADE DE CATOLÉ DO ROCHA- PB**

**Monografia apresentada ao Curso de
Ciências Contábeis do CCJS da
Universidade Federal de Campina
Grande, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Ciências Contábeis.**

Orientadora: Prof^a. Ma. Janaina Ferreira Marques de Melo.

**SOUSA - PB
2008**

KEYNES ALVES DA SILVA CARREIRO

A FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO PROCESSO DE DECISÃO: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA DE AUTOPEÇAS NA CIDADE DE CATOLÉ DO ROCHA-PB.

Monografia apresentada em 10 de Dezembro de 2008, como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis de Universidade Federal de Campina Grande, obtendo o conceito de _____, atribuído pela banca, constituída pelo orientador e membros abaixo.

Banca Examinadora:

Prof^ª. Msc. Janaína Ferreira Marques de Melo
Orientadora

Prof^ª. Msc. Marizelma Patriota Limeira
Examinadora

Prof^ª. Msc. Thaiseany de Freitas Rêgo
Examinadora

**SOUSA/PB
2008**

DECLARAÇÃO DE AUTENTICIDADE

Por este termo, eu, abaixo assinado, assumo a responsabilidade de autoria do conteúdo do referido Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado: **“A Formação do Preço de Venda no Processo de Decisão: Um Estudo de Caso em uma Empresa de Autopeças na Cidade de Catolé do Rocha-PB.”**, estando ciente das sanções legais previstas referentes ao plágio. Portanto, ficam, a instituição, o orientador e os demais membros da banca examinadora isentos de qualquer ação negligente da minha parte, pela veracidade e originalidade desta obra.

Sousa, 17 de dezembro 2008.

Keynes Alves da Silva Carreiro.
Keynes Alves da Silva Carreiro

**Dedico aos meus pais, Carreiro e Maria, pela
compreensão e por todas as horas ausentes
do convívio familiar e pelo incentivo dado em
prol da realização desse sonho pessoal.**

AGRADECIMENTOS

A realização deste trabalho é um resultado de um longo caminho percorrido na minha vida acadêmica e profissional, contudo, quero dividi-lo com todas as pessoas que de uma forma ou de outra contribuiu para a realização do mesmo. E em especial:

A Deus, em primeiro lugar, obrigado por tudo Senhor JESUS.

Aos meus pais, Carreiro e Maria, que não mediram esforços...

A minha esposa Grazielle, valeu o companheirismo todo esse tempo de universidade.

Ao meu filho Ryan Geraldo, pelas horas ausentes, paiho te ama, viu Ryan.

Aos meus irmãos Péricles e Rhalf, valeu o apoio.

A todos os meus colegas do curso, foi bom demais.

Aos membros da banca examinadora, pela contribuição prestada em benefício do trabalho.

Aos demais professores, pelo aprendizado acadêmico.

A empresa pesquisada, por ter disponibilizado as informações necessárias para elaboração do presente trabalho.

CARREIRO, Keynes Alves da Silva. A Formação do Preço de Venda no Processo de Decisão: Um Estudo de Caso em uma Empresa de Autopeças na Cidade de Catolé do Rocha - PB. 2008. 53f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, PB, 2008.

RESUMO

As mudanças que vem ocorrendo nos últimos anos, no surgimento de novas empresas, têm levado as mesmas a buscarem por ferramentas que as tornem mais competitivas. Um dos maiores problemas enfrentados por elas, observa a questão da formação do preço de venda dos seus produtos. Diante disso, observa-se a dúvida dos gestores sobre o que incluir na formação do seu preço de venda. Contudo, cabe frisar que os tributos causam um forte impacto na formação do preço de venda, e existem várias ferramentas que podem ser utilizadas na tentativa de atender os objetivos dos gestores quanto a formação de preço de venda. Por sua vez, observa-se que os métodos de custeio podem ser considerados ótimas ferramentas para o gerenciamento e tomada de decisão, com o propósito de obtenção de lucros, bem como para alcançar os objetivos traçados pelos gestores. Assim, o objetivo do trabalho reside em demonstrar os elementos essenciais que impactam na formação do preço de venda utilizada por uma empresa de autopeças, situada no município de Catolé do Rocha/PB. O procedimento metodológico utilizado durante o desenvolvimento deste trabalho foi à pesquisa bibliográfica, documental e estudo de caso, de caráter qualitativo. Com a realização do estudo constatou-se que a formação do preço de venda, se deu através do Mark-up, embora os gestores não sabiam se a adesão dessa técnica pode ser suficiente para suprir todos os custos, e ainda obter lucro. Também se constatou que o modelo de formação de preço indicado, atende as necessidades de seus sócios-administradores, sendo qualificados como satisfatórios, mas que pode ser melhorado com o tempo. O resultado revela todos os elementos essenciais para a formação de preço no segmento de autopeças.

Palavras-chave: Contabilidade de Custos. Formação de Preços. Tomada de Decisões.

CARREIRO, Keynes Alves da Silva. The Formation of the Price of Venda in the Process of Decision: A Study of Case in a Company of Autopeças in the City Catolé do Rocha - PB. 2008. 53f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, PB, 2008.

ABSTRACT

The changes that come in recent years occurring, in the sprouting of new companies, have taken the same ones to search for tools that become them more competitive. One of the largest problems faced by them, observes the price formation matter of sale of their products. Ahead of this, the managers' doubt is observed about what to include in the formation of your sale price. However, it fits frizzle that the tributes cause a strong impact in the sale price formation, and there are several tools that can be used in the attempt to attend managers' goals regarding sale price formation. Then, that the costing methods is observed can be considered great tools for the management and outlet of decision, with the profits obtainment purpose, as well as to reach the objective tracings by the managers. This way, the work goal resides in demonstrate the essential elements that impactam in the sale price formation used by a car spare parts company, situated in the Catolé do Rocha/PB Municipal district. The methodological procedure used during the development of this work went to the bibliographical, documental research and study of case, of qualitative character. With the study accomplishment verified-if that the sale price formation, gave through the Mark-up, although the managers did not know if the adhesion of this technical can be enough to supply all the costs, and still obtain profit. Also we verified that the formation model of indicated price, it attends the needs to their partners-managers, being qualified as satisfactory, but that it can be improved with time. The result reveals all the essential elements for the price formation in the car spare parts segment.

Key-words: Accounting of Costs. Formation of Prices. Taking of Decisions.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: PROCESSO DE INFORMAÇÕES DA CONTABILIDADE DE CUSTOS.....24

FIGURA 2: SIMULADOR DO CÁLCULO DO PREÇO DE VENDAS – COMERCIAL.....39

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|-----------|
| TABELA 1: ENQUADRAMENTO DE ALÍQUOTA DO SIMPLES NACIONAL..... | 35 |
| TABELA 2: PREÇO DE VENDA CDL..... | 42 |
| TABELA 3: SIMULADOR DO CALCULO DO P. VENDAS ADAPTADO..... | 43 |
| TABELA 4: CDL x SIMULADOR período 01/2008 a 06/2008..... | 44 |
| TABELA 5: CALCULO ST COMPRADO NO PE..... | 45 |
| TABELA 6: CALCULO ST COMPRADO EM SP..... | 46 |
| TABELA 7: CALCULO ST COMPRADO EM S.CATARINA..... | 46 |
| TABELA 8: SIMPLES NACIONAL período 01/2008 a 06/2008 CDL..... | 47 |
| TABELA 9: ELEMENTOS ESSENCIAIS DO PREÇO DE VENDA..... | 47 |

LISTA DE SIGLAS

| | |
|--------|---|
| ABC | Activity Based Costing |
| CDL | Caicó Diesel Ltda |
| CGSN | Comitê Gestor do Simples Nacional |
| COFINS | Contribuição Social sobre o Faturamento |
| CSLL | Contribuição Social sobre o Lucro Líquido |
| CTN | Código Tributário Nacional |
| DAL | Distribuidora Automotiva Ltda |
| DOE | Diário Oficial Estado |
| EPP | Empresa De Pequeno Porte |
| IBPT | Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário |
| ICMS | Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação |
| INSS | Instituto Nacional do Seguro Social |
| IOB | Informações Objetivas Publicações Jurídicas Ltda |
| IPI | Imposto sobre Produtos Industrializados |
| IRPJ | Imposto de Renda de Pessoas Jurídicas |
| ISS | Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza |
| NBM | Nomenclatura Brasileira de Mercadorias |
| NF | Nota Fiscal |
| PASEP | Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público |
| PE | Pernambuco |
| PIS | Programa de Integração Social |
| SC | Santa Catarina |
| SH | Sistema Harmonizado |
| SP | São Paulo |
| SRF | Secretaria Receita Federal |
| ST | Substituição Tributária |

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

| | |
|---|----|
| 1 Introdução ao estudo realizado | 14 |
| 1.1 Caracterização do problema | 15 |
| 1.2 Justificativa | 17 |
| 1.3 Limitação da pesquisa | 19 |
| 1.4 Objetivos | 19 |
| 1.4.1 Objetivo Geral | 19 |
| 1.4.2 Objetivos Específicos | 19 |
| 1.5 Procedimentos metodológicos | 20 |
| 1.5.1 Natureza da pesquisa | 20 |
| 1.5.2 Quanto aos objetivos | 20 |
| 1.5.3 Quanto à abordagem do problema | 20 |
| 1.5.4 Quanto aos procedimentos | 20 |
| 1.5.5 Instrumento de coleta e análise dos dados | 21 |
| 1.6 Estrutura do trabalho | 21 |

CAPÍTULO 2

| | |
|--|----|
| 2 Fundamentação Teórica | 23 |
| 2.1 Contabilidade de Custos | 23 |
| 2.1.1 Custos | 25 |
| 2.1.2 Classificação dos Custos | 25 |
| 2.2 Métodos de Custeio | 26 |
| 2.2.1 Método de Custeio por Absorção | 26 |
| 2.2.2 Método de Custeio Variável | 27 |
| 2.3 Formação do Preço de Venda | 29 |
| 2.3.1 Tributos Incidentes na Formação do Preço | 31 |
| 2.3.2 Formas de se Calcular o Preço de Venda | 36 |
| 2.3.2.1 Formação de Preços de Venda a partir do Custeio por Absorção | 36 |
| 2.3.2.2 Formação de Preços de Venda a partir do Custeio Variável | 37 |
| 2.3.2.3 Formação de Preços de Venda a partir dos Custos de Transformação | 37 |
| 2.3.2.4 Formação de Precos de Venda a partir do Mercado | 37 |
| 2.3.2.5 Formação de Precos de Venda através do Mark-up | 38 |
| 2.3.2.6 Formação de preço de venda através de Planilha | 39 |

CAPÍTULO 3

| | |
|--|----|
| 3.1 Caracterização da Empresa Pesquisada | 42 |
| 3.2 Formação do preço de venda do produto..... | 42 |
| 3.3 Substituição Tributária | 44 |
| 3.4 Simples Nacional | 47 |

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....

| | |
|------------------|----|
| Referências..... | 50 |
|------------------|----|

1 INTRODUÇÃO AO ESTUDO REALIZADO

O presente estudo é importante por trazer contribuições para o conhecimento da formação do preço de venda de uma forma correta, indicado pelos custos ou através dos elementos que impactam na formação do preço de venda, como também no âmbito das microempresas, especificamente no setor de autopeças, colocando em evidência que um preço mal calculado pode acarretar sérios problemas para empresa, podendo assim levá-la a falência.

Para Martins (1998, p. 22):

Com o significativo aumento de competitividade que vem ocorrendo na maioria dos mercados, sejam industriais, comerciais ou de serviços, os custos tornam-se altamente relevantes quando da tomada de decisões em uma empresa. Isto ocorre, pois, devido à alta competição existente as empresas já não podem definir seus preços de acordo com os custos incorridos, e sim com base nos preços praticados pelo mercado em que atuam.

Diante do exposto uma das fontes que tem influenciado diretamente esta economia volta-se a questão do preço de venda e principalmente sua formação, já que é durante a formação do preço de venda que são alocados os custos e estes são indicadores econômicos para informar como a economia está em determinado mercado e como este se apresenta perante o mercado econômico mundial.

Segundo o portal IOBONLINE (2005) as empresas costumam determinar o preço de venda partindo do custo do produto e adicionando uma margem de lucro desejada, que possa cobrir todas as necessidades da empresa, por isso faz-se necessário conhecer o custo de forma detalhada, sendo assim, a facilidade no processo de tomada de decisão torna-se mais precisa e fundamental para a continuidade da empresa.

Para Oliveira, Costa e Perez Jr. (2001, p. 29), a contabilidade de custos "é o ramo da contabilidade que tem o intuito de criar informações que irão auxiliar no processo de controle, desempenho e tomada de decisões nas entidades".

Martins (2003, p. 21) descreve que:

Nesse seu novo campo, a Contabilidade de Custos tem duas funções relevantes: o auxílio ao Controle e a ajuda às tomadas de decisões. No que diz respeito ao Controle, sua mais importante missão é fornecer dados para o estabelecimento de padrões, orçamentos e outras formas de previsão (...). No que tange à Decisão, seu papel reveste-se de suma importância, pois consiste na alimentação de informações sobre valores relevantes (...).

Por sua vez, o controle pode fornecer dados de orçamentos e previsões para um melhor gerenciamento, comparado com o que realmente aconteceu, de forma a atingir o padrão estabelecido, e auxiliar no processo de tomada de decisões, deve para isso, a contabilidade de custos disponibiliza várias ferramentas para que se possa tomar uma decisão fundamentada em cálculos e previsões que são extraídas do processo operacional da empresa.

Martins (2003, p. 22) diz que: "a Contabilidade de Custos acabou por passar, nessas últimas décadas, de mera auxiliar na avaliação de estoques e lucros globais para importante arma de controle e decisão regenciais".

Portanto, aliar a ferramenta de custos no controle e gerenciamento da empresa, pois o conhecimento dos custos é vital para saber se o produto, ou até mesmo o empreendimento é realmente rentável, desta forma essencial para a contabilidade gerencial como fala. Crepaldi (2006, p. 29) diz que: "o ponto fundamental da contabilidade gerencial é o uso da informação contábil como ferramenta para administração".

Neste aspecto, Iudícibus (1998, p. 21) afirma que:

A contabilidade gerencial pode ser caracterizada, superficialmente, como um enfoque especial conferido a várias técnicas e procedimentos contábeis já conhecidos e tratados na contabilidade financeira, na contabilidade de custos, na análise financeira e de balanços etc., colocados numa perspectiva diferente, num grau de detalhe mais analítico ou numa forma de apresentação e classificação diferenciada, de maneira a auxiliar os gerentes das entidades em seu processo decisório.

Com o intuito de se conhecer os elementos que constituem a formação do preço de venda, o estudo vem abordar os conceitos, definições e classificações de custos, contabilidade de custos e formação do preço de venda, para que se possa ter uma boa base de inicialização sobre o estudo, bem como enriquecer os conhecimentos sobre a poderosa contabilidade de custos aliada ao processo de tomada de decisões na empresa.

1.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

No seguinte problema a ser explorado, analisa-se uma pequena parcela do segmento de autopeças, o preço de venda, onde será analisado os elementos essenciais na sua formação, no qual vai ser mostrado no decorrer do estudo.

Diante disso, e em face da realidade do segmento em estudo Butori (2008), presidente do Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores, afirma que o setor de autopeças, configura-se como um dos mais competitivos.

Por sua vez, a importância do setor de autopeças na geração de riquezas para o país, refleti no número de empregos, haja vista que este caracteriza-se como um dos que mais emprega pelo seu fluxo de movimento.

De acordo com o portal SINDIPEÇAS (2008), a indústria de autopeças cresceu. E o seu faturamento aumentou 188% de 2000 a 2007, anos estes em que as vendas somaram R\$ 70 bilhões, contudo, um dos maiores desafios para a indústria brasileira de autopeças, centra-se no acompanhamento do crescimento na produção de veículos.

Neste sentido, o setor de autopeças tem uma grande importância para os usuários de automóveis, na economia nacional e também na questão Governo, onde participa ativamente da alta carga tributária existente em nosso país.

Portanto o segmento tende a crescer a cada dia, mediante o aumento do poder de aquisição dos usuários de automóveis, gerando mais emprego e também novos concorrentes estarão aparecendo, entrando assim no problema questionado, formação de preço de venda.

Martins (2003, p. 218) diz que: "Para administrar preços de venda, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto (...). Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etc."

Para uma empresa definir seus preços pode-se valer de diversas ferramentas oriundas da contabilidade de custo, que podem ser utilizadas de forma a influenciar a decisão quando a formação do preço de venda.

Segundo o portal IOBONLINE (2005) "o preço de venda de qualquer produto ou serviço corresponde ao seu custo total acrescido de uma parcela de lucro".

Contudo, um dos maiores problemas enfrentados pelas empresas centra-se na formação do preço de venda das mercadorias, o que torna comum a dúvida dos comerciantes sobre o que incluir na formação do preço para poderem decidir pelo preço ideal.

Santos (1995, p.4) diz que:

Pode-se afirmar que, a fixação de preços de venda dos produtos e serviços é uma questão que afeta diariamente a vida de uma empresa,

independentemente de seu tamanho, da natureza de seus produtos ou do setor econômico de sua atuação. Esta dificuldade de formar preço de venda pode atingir toda uma cadeia produtiva, desde o fornecedor da matéria-prima, passando pelo fabricante, distribuidores, varejistas até o consumidor final.

Por sua vez, o impacto da tributação no preço de venda causa uma grande alteração, haja vista as suas taxas, assim como os encargos trabalhistas e previdenciários.

De acordo com Amaral (2008), a classe média brasileira trabalha 75% do ano para pagar tributos e adquirir serviços, essa informação consta de estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário – (IBPT):

Art. 3º do Código Tributário Nacional (CTN) - Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada. [...]

[...] Art. 16 do CTN - Imposto é o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte (CTN, 1966).

Diante do exposto, surge a seguinte questão-problema.

Quais são os elementos essenciais que impactam na formação do preço de venda em uma empresa de pequeno porte, de autopeças?

1.2 JUSTIFICATIVA

Este estudo trata da identificação dos principais elementos que compõe o preço de venda em uma empresa do segmento de autopeças no município de Catolé do Rocha/PB, onde na cidade existem mais três lojas do mesmo segmento, por haver uma facilidade nas informações a serem prestadas, foi escolhida a CAICO DIESEL LTDA – FILIAL, no qual seu faturamento anual chega a R\$ 215.692,05, sendo administrada por um grupo familiar aproximadamente há 28 anos.

No que se refere à relevância do estudo do preço de venda na contabilidade de custos, Martins (2003, p. 218), afirma que: “é generalizada a idéia de que uma das finalidades da contabilidade de custos é o fornecimento do preço de venda.” Assim, entende-se que na contabilidade de custo é indispensável a formação do preço de venda, pois é através dela que o administrador pode identificar o custo de um produto de forma adequada e propor condições que possibilitem o processo de tomada de decisões.

Nesse aspecto o portal IOBONLINE (2005) “menciona que para uma adequada determinação de preços, é indispensável que toda empresa possua uma equipe de vendas

apta a prever, com aceitável precisão, a procura, a cada nível de preços, dos produtos que vende. (...) além dessa equipe é importante ter conhecimentos dos objetivos da empresa em termos de lucros”.

Segundo Leone (2000), um eficiente sistema de custos produz relatórios muito importantes para os gestores que devem tomar decisões através de relatórios emitidos e usar todas essas informações consultando a lucratividade que os produtos vêm proporcionando.

Por sua vez a ausência da contabilidade de custos nas empresas, não é apenas um problema contábil e sim um problema administrativo, pois sem este controle não se consegue apurar os fatos contábeis ocorridos na empresa. As conseqüências podem ser desastrosas para a empresa, uma vez que não pode elaborar qualquer estratégia sem dispor de informações relevantes necessárias para subsidiá-las (LEONE, 2000).

Por sua vez, a contabilidade de custos tem dois grandes direcionamentos, conforme trata Oliveira, Costa e Perez Jr. (2001, p. 29) “A contabilidade de custos serve para atender a duas grandes necessidades: A gerencial, no qual os controles podem ser extra contábil, e a fiscal e societária, em que a empresa deve manter uma contabilidade de custo integrada e coordenada com o restante da escrituração mercantil”.

Com isso, observa-se que a contabilidade de custos pode agregar os seguintes objetivos: Apuração dos custos dos produtos e dos departamentos; Atendimento as exigências fiscais; Controle dos custos de produção; Melhoria de processos e eliminação de desperdícios; Auxílio nas tomadas de decisões gerenciais; Otimização de resultados.

O estudo das Micro e Pequenas Empresas se faz necessário, haja vista o contexto na qual as mesmas se encontram inseridas, para atender essas exigências a empresa estudada está enquadrada, onde cuja classificação baseia-se na Lei Complementar nº. 123 de 14.12.2006 no seu art. 3º, regulamentado no inciso I e II, que assegura:

I - no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00(duzentos e quarenta mil reais).

II - no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000, 00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

Contudo, as afirmações apresentadas têm validade no Brasil, haja vista as prerrogativas estabelecidas pela Receita Federal. No que concerne as micro e pequenas empresas, conforme trata o art. 1º, nos termos 170 e 179 da Constituição Federal, ao afirmar que:

É assegurado às microempresas e às empresas de pequeno porte tratamento jurídico diferenciado e simplificado nos campos administrativos, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento empresarial, em conformidade com o que dispõe esta Lei nº. 9.317, de 5 de dezembro de 1996.

Logo, é de grande necessidade desenvolver estudos nessa área para demonstrar os elementos que interfere na formação de um preço de venda, auxiliando os gestores para formar seu preço de forma segura e correta evidenciando a tomada de decisão futura.

Dessa forma, o embasamento científico e o conhecimento a cerca desses elementos numa empresa de autopeças em Catolé do Rocha/PB, podem contribuir para o desenvolvimento do segmento, e enriquecimento do ensino, pesquisa e extensão dos acadêmicos de contabilidade e outros profissionais.

1.3 LIMITAÇÃO DA PESQUISA

O trabalho consiste no estudo de caso em uma empresa de pequeno porte (EPP), do segmento de autopeças para veículos, com o intuito de descrever os elementos que impactam no preço de venda dos produtos. Neste sentido, a pesquisa limita-se ao estudo da importância da composição do preço de venda baseada nas informações levantadas entre a empresa estudada e o portal que disponibilizou uma planilha de formação de preço de venda.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo Geral

Demonstrar os elementos essenciais que impactam na formação do preço de venda em uma empresa pequeno porte de autopeças.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar uma revisão na literatura sobre a alocação dos custos que compõem a formação do preço de venda.
- Descrever os principais tributos que são alocados como custos na formação do preço de venda.
- Descrever os principais modelos utilizados para a formação do preço de venda.

- Identificar os elementos que impactam na formação do preço de venda em percentagem.

1.5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1.5.1 Natureza da pesquisa

A natureza da pesquisa foi caracterizada como pesquisa aplicada. Para Souza, Fialho e Otani (2007, p. 38).

Objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigida à solução de problemas específicos. Envolve verdades e interesses locais, tendo como propósito resolver um problema específico, que provavelmente resultará em um produto diretamente aplicado, buscando atender demandas sociais. Em função disso classifica-se como aplicada.

Observa-se que é aplicada por ter um problema específico a ser solucionado, problema esse que é mostrar os elementos que impactam na formação do preço de venda em uma EPP.

1.5.2 Quanto aos objetivos

O presente estudo classifica-se como descritiva, uma vez que visa verificar os elementos que influenciam na formação do preço de venda em uma empresa de autopeças. Longaray (2002, apud Beuren et al, 2006, p. 81) destaca que “a pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles”.

1.5.3 Quanto à abordagem do problema

A presente pesquisa trata-se de um estudo qualitativo, uma vez que se procurou descobrir qual o significado atribuído pelos sujeitos pesquisados acerca do problema levantado. Segundo Richardson (1999, p. 80): “Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

1.5.4 Quanto aos Procedimentos

Os meios utilizados para o desenvolvimento dessa pesquisa foram: a pesquisa bibliográfica, documental e o estudo de caso.

De acordo com Beuren et al (2006, p. 87) conceitua que a "pesquisa bibliográfica é desenvolvida mediante material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos".

Gil (1999, p. 73) salienta que: "o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados".

Visando conhecer melhor esse procedimento, o presente trabalho caracteriza-se como um estudo de caso, que serve para comprovar na prática o que foi referenciado na pesquisa, junto a uma empresa de autopeças, situada na cidade de Catolé do Rocha/PB.

1.5.5 Instrumento de Coleta e Análise dos Dados

Documentação Direta

Consiste nas observações sistemáticas (aquele que esta no dia a dia da empresa) e assistemáticas (aquele realizada de forma não sistemática, mas que pode ser utilizada pela empresa), da empresa, de forma a se utilizar a análise documentos e elaboração das planilhas.

Documentação Indireta

O estudo do presente trabalho tem características bibliográficas, que objetiva contribuir para a consecução da pesquisa por meio de livros, artigos, notas fiscais da empresa em estudo, leis e sites de instituições na internet, que demonstram os elementos que influenciam na formação do preço de venda.

Análise dos dados

Os dados pra atender os objetivos desse trabalho foram retirados das N.F da empresa pesquisada, alimentando um Simulador do Cálculo do Preço de Vendas em parceria com o SEBRAE no portal Geranegócio (O Portal do Pequeno Negócio) disponibilizado no próprio site.

1.6 Estrutura do Trabalho

O capítulo 1 trata da introdução do estudo realizado, sendo composto com a especificação do problema, dos objetivos, justificativa e dos procedimentos metodológicos.

No capítulo 2 é abordada a fundamentação teórica do tema, na qual observa-se questões relacionadas a tomada de decisão, a origem e os principais conceitos da contabilidade de custos, bem como os métodos de custeio e a formação do preço de venda do produto. Evidenciando as principais formas de se chegar ao preço de venda de um produto, com o intuito de facilitar ao administrador de calcular de forma correta o preço do produto.

Já o capítulo 3 demonstra o estudo de caso em uma empresa do segmento de autopeças para veículos.

O capítulo 4 apresenta as considerações finais, evidenciando uma síntese dos resultados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Contabilidade de Custos

De acordo com Martins (2003), até a Revolução Industrial (século XVIII), quase só existia a Contabilidade Financeira (ou Geral), que, desenvolvida na Era Mercantilista, estava estruturada de forma a servir as empresas comerciais. A contabilidade de custos surgiu junto com a Revolução Industrial, como tentativa de se elaborar um inventário disponível em um determinado período operacional, em que se procurava identificar o valor dos produtos fabricados e vendidos. Todavia, naquela época as empresas apresentavam processos de produção semelhantes aos artesanais, e formava sua matriz de custos baseadas em matérias primas e mão-de-obra.

De acordo com Borna (2002, p. 35) “A contabilidade de custos surgiu com o aparecimento das empresas industriais (revolução industrial), tendo por objetivo calcular os custos dos produtos fabricados. Antes disso, os artigos normalmente eram produzidos por artesãos que, via de regra, não constituíam pessoas jurídicas”.

Contudo, depois da Revolução Industrial, e com o advento da tecnologia moderna as indústrias começaram a se desenvolverem de forma mais agressiva e a apuração dos seus resultados, tornou-se uma tarefa difícil, haja vista que a mesma não se dispunha mais facilmente dos dados para poder dar valor aos estoques, pois este valor estava agregado por uma série de valores respectivo de sua produção.

Maher (2001, p. 38) define contabilidade de custos como: “Ramo da contabilidade que mede, registra e relata informações sobre custos”.

De acordo com Leone (2004, p. 80).

Contabilidade de custos é o ramo aplicado da Ciência Contábil que fornece aos administradores as informações quantitativas (físicas e monetárias) que eles precisam para se desincumbirem de suas funções de determinação da rentabilidade operacional, de avaliação dos elementos patrimoniais, do controle das operações, do planejamento e da tomada de decisões tanto a curto como a longo prazo, tanto decisões operacionais, táticas como estratégicas.

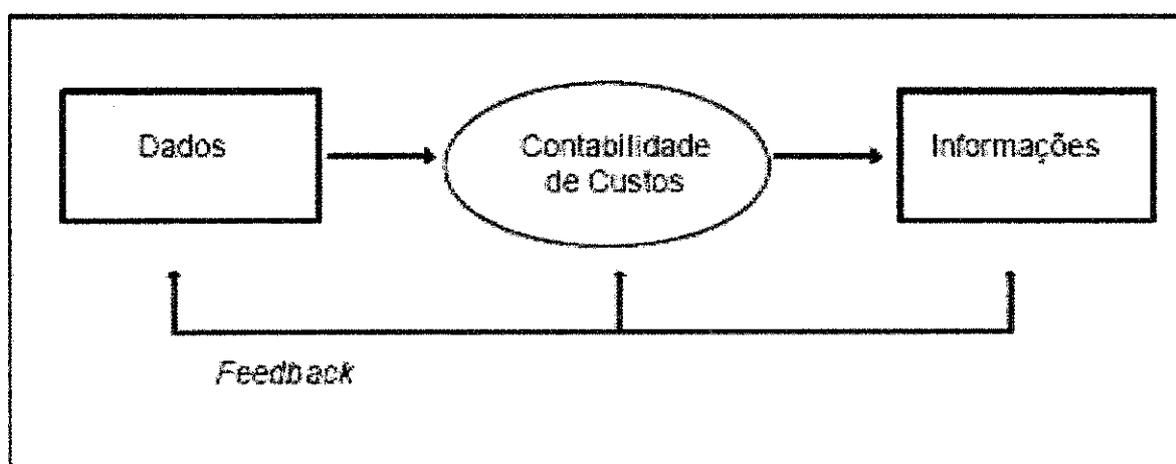
Para Oliveira, Costa e Perez Jr. (2001, p. 29). “É o ramo da contabilidade que tem o intuito de criar informações que irão auxiliar no processo de controle, desempenho e tomada de decisões nas entidades”.

Seu principal objetivo, conforme LEONE (2004, p. 80) “É produzir informações que atendam às necessidades da administração: determinação da rentabilidade, controle das operações, planejamento e tomada de decisões”.

Com base nestas afirmações verifica-se que a contabilidade de custos representa um papel interessante para o processo administrativo, pois a mesma fornece informações relevantes que auxiliam o gestor a seguir um melhor caminho em termos de benefícios para a empresa.

Assim comenta Leone (2000), que a contabilidade de custos junta todas as técnicas para registrar, organizar, analisar e interpretar os dados relacionados à produção ou à prestação de serviços e, quando acumula os custos, é organizada como relevantes informações.

FIGURA 1: PROCESSO DE INFORMAÇÕES DA CONTABILIDADE DE CUSTOS.



Fonte: Leone (2000, p. 21).

Observa-se que na contabilidade de custos os dados e as informações, trabalham constantemente em feedback.

Para um melhor entendimento da formação dos custos e dos seus preços Martins (2003) indica o uso do ponto de vista técnico, observando as seguintes terminologia de custos.

- Gastos – Compra de um produto ou serviço qualquer, que gera sacrifício financeiro para a entidade (desembolso), sacrifício esse representado por entrega ou promessa de entrega de ativos. (normalmente dinheiro);
- Desembolso – Pagamento resultante da aquisição do bem ou serviço;
- Investimento – Gasto ativado em função de sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuro(s) período(s);

- Custo – Gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços;
- Despesa – Bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receitas;
- Perda – Bem ou serviço consumidos de forma anormal e involuntária.

2.1.1 Custos

Entender os custos faz-se necessário para que se possa desfrutar dos conhecimentos que eles podem trazer sobre a entidade. Para isso, deve-se utilizar de um prévio conhecimento sobre suas definições e, saber distingui-los dentre os demais itens que aparecem frequentemente no dia a dia da empresa.

Dentro deste aspecto, cabe apresentar as seguintes definições de custos.

Segundo Martins (1998, p. 25) “Custo é um gasto relativo a um bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços”.

De acordo com Leone (2004, p. 104) “O custo pode ser entendido como o gasto relacionado a um bem ou serviço utilizado para a produção de outros bens e serviços”.

Segundo Crepaldi (1998, p. 53) “Custo é uma despesa que se faz a fim de obter um rendimento”.

De acordo com Ribeiro (2002, p. 22) “Custos compreendem os gastos com obtenção de bens e serviços aplicados na produção”.

Diante disso, observa-se que custos representam elementos importantes no processo produtivo, contribuindo de forma decisiva no resultado de suas atividades no momento em que se faz uma despesa, pensando em obter um rendimento.

2.1.2 Classificação dos Custos

A Classificação dos custos se dá em diretos, indiretos, fixos e variáveis.

Diretos: São todos os gastos que são aplicados diretamente ao produto. Para Figueiredo e Caggiano (1997, p. 57).

A expressão custo direto é aplicada somente àqueles custos que podem ser identificados com os produtos. Por exemplo, no custo de material direto incluem-se apenas os diretamente associados ao produto; similarmente, se

um empregado desempenha uma tarefa relacionada com a fabricação do produto, seu salário deve ser considerado como custo de mão-de-obra direta.

Indiretos: São todos os gastos que são aplicados indiretamente ao produto, devendo, portanto, ser rateados, que de acordo com Figueiredo e Caggiano (1997, p. 57).

Os gastos indiretos de fabricação englobam todos os custos remanescentes da produção, após terem sido determinados os custos diretos. São formados por custos de materiais indiretos: lubrificantes e suprimentos de materiais para manutenção. Também, incluem custos de mão-de-obra indireta, tais como salários e encargos de supervisores, apontadores de produção e operários que não trabalham com um produto específico.

Por sua vez, a classificação em fixos, variáveis ou semi-variáveis relaciona-se diretamente ao volume de atividades da entidade.

Fixos: São aqueles que independem do volume de produção, ou seja, eles não se alteram se a produção vier a aumentar ou diminuir.

Crepaldi (1998, p. 60) salienta que: "Um aspecto importante a ressaltar é que os custos fixos são fixos dentro de uma determinada faixa de produção e, em geral, não são eternamente fixos, podendo variar em função de grandes oscilações no volume de produção".

Variáveis: Entende-se como o custo que oscila de acordo com o volume de produção ou qualquer outra base de comparação.

Leone (2000, p. 53) conceitua da seguinte forma: "São os custo (ou despesas) que variam de acordo com o volume das atividades".

Semi-variáveis: Os custos semi-variáveis variam também de acordo com a produção, entretanto, contém uma parcela fixa que existe mesmo que não haja produção. Ex: O consumo de energia, onde mesmo que não haja produção, a empresa pagará a taxa mínima cobrada pela companhia de eletricidade.

2.2 Métodos de Custeio

O custeio caracteriza-se como uma peça como interessante para o desenvolvimento das atividades administrativas da empresa, pois estabelece que as despesas usadas por um único ou por vários produtos que fazem parte das atividades normais do empreendimento. Saber usá-los de forma eficiente, com certeza poderá trazer grandes benefícios à empresa.

2.2.1 Método de Custeio por Absorção

O custeio por absorção é o custeio adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal, que apropria todos os custos de produção do período.

Martins (2003, p. 168) comenta que:

O fisco exige o uso do Custeio por Absorção, fazendo com que se incorporem ao produto todos os custos ligados à produção, quer os diretos quer os indiretos (...) Todavia, nota-se que o fisco esta abrindo mão de certos gastos que, são de difícil apropriação, tais como os relativos à administração da produção geral, ao departamento de compras etc.

Os produtos fabricados pelas indústrias ao serem custeados, são atribuídos a esses produtos, além dos seus gastos variáveis, também os gastos fixos, no qual está sendo usado a modalidade de custeio por absorção.

Padoveze (2007, p.331) descreve que o custo de absorção "é o método tradicional de custeamento, onde, para se obter o custo dos produtos, consideram-se todos os gastos industriais, diretos ou indiretos, fixos ou variáveis".

Martins (2003, p. 37) diz que:

Custeio por absorção é o método derivado da aplicação dos Princípios de Contabilidade Geralmente Aceitos (...). Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos feitos.

Observa-se dessa maneira a principal falha do custeio por absorção como instrumento de controle, embora por mais objetivos que pretendam ser os critérios de rateio, eles costumam apresentar um forte componente arbitrário, que distorce os resultados apurados por produto e dificulta as decisões da gerência com relação a assuntos de vital importância para a empresa, como por exemplo, a determinação do preço de venda ou a descontinuação da fabricação de produtos deficitários.

2.2.2 Método de custeio Variável.

Caracteriza-se como o método que atribui aos produtos somente os custos variáveis, isto é, os custos que variam de acordo com o volume de produção; os custos fixos são atribuídos aos períodos em que incorreram. Frequentemente, o Método de Custeio Variável é utilizado para a tomada de decisão por meio do uso gerencial da informação referente à margem de contribuição que é útil para solucionar diversos problemas gerenciais.

Crepaldi (1998, p. 111) diz que:

Custeio variável é um tipo de custeamento que consiste em considerar como custos de produção do período apenas os Custos Variáveis incorridos. Os Custos Fixos, pelo fato de existirem mesmo que não haja produção, são considerados como custo de produção e sim como despesas, sendo encerrados diretamente contra o resultado do período.

Leone (2004, p. 96) também confirma dizendo que custeio variável "É o procedimento empregado pela contabilidade de custos para determinar o custo de uma produção no qual só são debitados à conta de fabricação os seus custos variáveis, diretos e indiretos".

Para Padoveze (2007, p. 331) "No custeio direto ou variável, os custos fixos indiretos não são alocados aos produtos e são tratados como despesas do período"

Uma vantagem do custeio variável sobre o custeio por absorção, pode ser observada quando da superioridade de sua utilidade para o processo de tomada de decisão, porque introduz no sistema contábil a distinção entre custos fixos e variáveis, de forma a auxiliar o planejamento do lucro, a formação do preço do produto e o controle.

Os defensores deste sistema apontam três vantagens para a utilização do custeio variável como instrumentos de tomadas de decisões gerenciais.

Segundo Oliveira, Costa e Perez Jr. (2001, p. 185 e 186).

Eles se valem de três argumentos. 1- os custos fixos, por sua natureza, existem independentemente da fabricação ou não de um determinado produto ou do aumento ou redução (dentro de certa faixa) da quantidade produzida. Os custos fixos podem ser encarados como encargos necessários para que a empresa tenha condições de produzir, não como encargos necessários para que a empresa tenha condições de produzir, e não como encargos de um produto específico. 2- por não estarem vinculados a nenhum produto específico ou a uma unidade de produção, eles sempre são distribuídos aos produtos por meio de critérios de rateio que contém, em maior ou menor grau, arbitrariedade. A maioria dos rateios é feita com a utilização de fatores, que, na realidade, não vinculam cada custo a cada produto. Em termos de avaliação de estoques, o rateio é mais ou menos lógico. Todavia, para a tomada de decisão, o rateio, por melhores que sejam os critérios mais atrapalha que ajuda... 3- finalmente, o valor dos custos fixos a ser distribuído a cada produto depende, além dos critérios de rateio, do volume de produção (...). o custo de um produto pode variar em função da variação de quantidade produzida de outro produto.

O método de custeio variável costuma ser utilizado pelos gestores no processo de tomada de decisão, através das informações gerenciais referente à margem de contribuição, também denominado de custeio direto ou variável.

Para Borna (2002, p. 56), "o custeio variável está relacionado com a utilização de custos para o apoio a decisões de curto prazo, onde os custos variáveis tornam-se relevantes e os custos fixos não".

Por sua vez, o custeio variável não é aceito pelo fisco, porém, sua utilização pode se dá no processo de gerenciamento da empresa, para auxiliar nas tomadas de decisões.

Crepaldi (1998, p. 112) diz que: “este sistema de custeio variável não atendem os princípios fundamentais de contabilidade e não é aceito pelas autoridades fiscais, sua utilização é limitada à contabilidade para efeitos internos da empresa”.

Contudo, Leone (2000) salienta como sendo vantagens e desvantagens do método de custeio variável:

Vantagens - O custeamento variável apresenta de imediato à margem de contribuição; A geração de informações para a administração, quando se deseja saber, com segurança, quais produtos, linhas de produtos, departamento, territórios de vendas, clientes e outros segmentos (ou objetivos) que são lucrativos e onde a Contabilidade de custos deseja investigar os efeitos inter-relacionados das mudanças ocorridas nas quantidades produzidas e vendidas, nos preços e nos custos e despesas;

Desvantagens - As informações do custeio variável são bem aplicadas em problemas cujas soluções são de curto alcance no tempo. Para obter soluções de longo prazo, normalmente as informações do custeio variável não são recomendadas; O trabalho de análise das despesas e custos em fixos e variáveis é dispendioso e demorado. Sempre deverão ser feitos estudos de custos x benefícios; Os resultados do custeio variável não são aceitos para preparação de demonstrações contábeis de uso externo.

2.3 Formação do Preço de Venda

Constitui o preço a ser implantado na empresa, caracterizando-se como uma das estratégias mais relevantes para o gestor decidir, haja vista que a sua decisão pode auxiliar no crescimento da empresa, bem como suprir todas as suas necessidades dela. Por sua vez, observa-se que nenhuma decisão pode ser tomada de forma aleatória, então tem que se fazer uso das ferramentas existentes, no qual o preço figura como uma ferramenta que produz os efeitos mais intensos e imediatos de uma empresa.

Segundo Martins (2003, p. 218) “é generalizada a idéia de que uma das finalidades da contabilidade de custos é o fornecimento do preço de venda.”

Observa-se que a contabilidade de custos é uma peça fundamental na formação do preço de venda.

Padoveze (2007, p. 416) diz que: "o pressuposto básico para tal técnica é que o mercado está disposto a absorver os preços de venda determinados pela empresa, que, por sua vez, são calculados em cima de seus custos reais ou orçados".

Para Santos (1995, p. 4).

Pode-se afirmar que, a fixação de preços de venda dos produtos e serviços é uma questão que afeta diariamente a vida de uma empresa, independentemente de seu tamanho, da natureza de seus produtos ou do setor econômico de sua atuação. Esta dificuldade de formar preço de venda pode atingir toda uma cadeia produtiva, desde o fornecedor da matéria-prima, passando pelo fabricante, distribuidores, varejistas até o consumidor final.

Formar o preço de venda de um produto configura-se como uma tarefa complicada, que requer do administrador conhecimento sobre vários fatores que norteiam o produto, como demanda, existência ou não de concorrentes, os custos neles incorridos, dentre outros. Contudo, se o preço de venda for mal calculado, pode acarretar em sérios problemas para empresa.

Crepaldi (2006, p. 314) afirma que:

Embora a fixação dos preços de venda dos produtos de fabricação da empresa seja uma tarefa bastante complexa, que leva em consideração vários fatores, tais como as características da demanda do produto, a existência ou não de concorrentes, haver ou não acordo entre os produtores, sem dúvida o custo de fabricação dos produtos é uma variável que desempenha um papel importante, principalmente pelo fato de que, a não ser em circunstâncias muito especiais, a empresa não pode vender por um preço abaixo do custo.

Segundo Figueiredo e Caggiano (1997) os gestores precisam estabelecer uma política, ou estratégica de preço, que leve em conta os efeitos na demanda e no mercado, decorrentes de mudanças nos preços dos produtos, e assim planejar um nível operacional que, partindo da estrutura de custos da empresa, produzirá o lucro desejado.

Contudo, um bom gestor sabendo usar as estratégias de preço de forma correta, através de seus custos, poderá trazer lucros cessantes para a empresa.

Já para Santos (1995, p. 47) "um modelo de decisão de Preço de venda deve ter por finalidade primordial auxiliar o decisor a encontrar a melhor alternativa de preço dada uma situação decisória, tanto na determinação de um preço específico, como no estabelecimento de políticas e estratégias de preços".

Figueiredo e Caggiano (1997), seguem alguns dos inúmeros fatores que podem influenciar na decisão de formação do preço de venda nas empresas. São eles:

Concorrência – Havendo a presença de concorrentes, o preço do produto tende a ser menor do que se não houvesse nenhum competidor disputando a clientela alvo com a empresa.

Clientes – Mexer no preço de venda de um produto é se preocupar com as reações que os clientes irão ter, pois isso pode ocasionar uma diminuição no consumo, ou o cliente pode passar a adquirir um outro produto semelhante ao vendido pela sua empresa.

Gastos – É preciso que se recuperem todos os gastos que foram incorridos para fabricação ou obtenção deste produto, e ainda obter o lucro que é almejado pela administração da empresa.

Governo – Pode ter influência fortíssima na formação do preço dos produtos ou serviços. Pode-se dizer que ele pode até mesmo determinar o preço.

Diante disso, observa-se que a sobrevivência da empresa, no longo prazo, depende de sua habilidade em obter preços para seus produtos que cubram todos os seus custos, estando incluídos nesta afirmação um razoável índice de retorno sobre o capital empregado.

2.3.1 Tributos Incidentes na Formação do Preço

Tributo é um valor instituído por lei, mediante fato gerador de qualquer atividade administrativa, pago pelos cidadãos ao Poder Público, para benefício da sociedade. A Lei 5.172, de 25 de outubro de 1966 do Código Tributário Nacional (CTN), através dos seus artigos, comenta que:

Art. 3º - Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada. [...]

[...] Art. 16 - Imposto é o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte (CTN, 1966).

Iudicibus (2007, p. 364) afirma “os impostos incidentes sobre vendas devem ser deduzidos da receita bruta de vendas”.

Para Ribeiro (2003, p. 80) “consideram-se impostos incidentes sobre as vendas os que guardam proporcionalidade com o preço da venda efetuada ou do serviço prestado, ainda que o montante do referido imposto integre a base de cálculo”.

SIMPLES NACIONAL

Observa-se que a empresa estudada é optante do regime especial de tributação Simples Nacional no qual, é detalhado a seguir sua composição.

Segundo a SRF é um regime especial de tributação que está em vigor desde o dia 01.07.2007. Regime esse que estabelece normas gerais relativas ao tratamento diferenciado e favorecido a ser dispensado às microempresas e empresas de pequeno porte segundo fala o "Art. 12. Fica instituído o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Simples Nacional". Da Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006.

Por sua vez o sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de pequeno porte (SIMPLES), de acordo com a Lei complementar nº. 123/2006, instituiu, a partir de 01.07.2007, o novo tratamento tributário simplificado, também conhecido como Simples Nacional, implica no recolhimento mensal, mediante documento único de arrecadação, dos seguintes tributos:

- 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 para a Seguridade Social (cota patronal);
- 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).

IRPJ - Imposto de Renda de Pessoas Jurídicas

Segundo a Instrução Normativa RFB nº 765, de 2 de agosto de 2007 onde diz que:

Art. 1º Fica dispensada a retenção do imposto de renda na fonte sobre as importâncias pagas ou creditadas a pessoa jurídica inscrita no Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional).

Imposto esse de competência federal dentro do regime Simples Nacional, sua forma de tributação se dá pelo valor bruto de receitas de um determinado período. Na qual a empresa for enquadrada como ME ela é isenta, se for como EPP seu faturamento é quem indica seu percentual, que varia de 0,31% a 0,54%, conforme mostra a Tabela 1.

CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido

É uma contribuição de competência federal, pelo fato da empresa objeto de estudo fazer parte do regime Simples Nacional seu percentual de alíquota varia de 0,21% a 0,54% de acordo com o seu faturamento segundo a Tabela 1.

COFINS – Contribuição Social sobre o Faturamento

Segundo Ribeiro (2003) o cofins caracteriza-se como uma contribuição, realizada com base no faturamento das empresas comerciais, que efetuam mensalmente ao Governo Federal, e é destinado à seguridade social.

Também faz parte do regime especial de tributação Simples Nacional e o seu percentual de alíquota varia de 0,74% a 1,60% de acordo com o seu faturamento segundo a Tabela 1.

PIS/PASEP – Programa de Integração Social/ Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público.

Segundo Ribeiro (2003) é uma contribuição que as empresas comerciais devem efetuar com base nos seus faturamentos, e é arrecadado pelo governo federal destinado ao pagamento do seguro-desemprego e do abono anual que a Caixa Econômica Federal paga aos trabalhadores cadastrados.

Segundo o Ministério da Fazenda (2003):

○ Fundo PIS-PASEP é resultante da unificação dos fundos constituídos com recursos do Programa de Integração Social - PIS e do Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PASEP. Esta unificação foi estabelecida pela Lei Complementar nº 26/1975, com vigência a partir de 1º/07/1976 e regulamentada pelo Decreto nº 78.276/1976 e gerido pelo Decreto nº 4.751 de 17 de junho de 2003, que determina ao Conselho Diretor, coordenado por representantes da Secretaria do Tesouro Nacional, a representação ativa e passiva do Fundo PIS-PASEP.

Observa-se que o PIS/PASEP também faz parte do regime especial de tributação Simples Nacional, se a empresa for enquadrada como ME ela é isenta, se for como EPP seu faturamento é quem indica seu percentual, que varia de 0,23% a 0,38% segundo a Tabela 1.

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

Contudo, o INSS é uma instituição pública que tem como objetivo conceder direitos aos seus segurados, no qual, para conseguirmos esse direito, temos que contribuir e está dentro das necessidades exigidas pela instituição.

Segundo a Lei nº. 8.212, de 24 de julho de 1991, da Lei Orgânica da Seguridade Social.

Art. 3º A Previdência Social tem por fim assegurar aos seus beneficiários meios indispensáveis de manutenção, por motivo de incapacidade, idade avançada, tempo de serviço, desemprego involuntário, encargos de família e reclusão ou morte daqueles de quem dependiam economicamente.

Para o Ministério da Previdência Social (1991).

A Previdência Social é o seguro social para a pessoa que contribui. É uma instituição pública que tem como objetivo reconhecer e conceder direitos aos seus segurados. A renda transferida pela Previdência Social é utilizada para substituir a renda do trabalhador contribuinte, quando ele perde a capacidade de trabalho, seja pela doença, invalidez, idade avançada, morte e desemprego involuntário, ou mesmo a maternidade e a reclusão.

Observa-se que também faz parte do regime especial de tributação Simples Nacional e o seu percentual de alíquota varia de 1,80% a 4,60% de acordo com o seu faturamento segundo a Tabela 1.

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação.

Ribeiro (2003, p. 81) diz que: "é um imposto de competência estadual, incidente sobre a circulação de mercadorias e sobre a prestação de alguns serviços (...)".

Viceconti (2006, p. 153) comenta que "é um imposto que integra a sua própria base de cálculo, ou seja, no preço de compra ou de venda do bem ou do serviço já está embutido o valor do ICMS".

O referido imposto configura-se como de competência Estadual, e também participa do regime especial de tributação Simples Nacional, no qual seu percentual é 0,00% segundo a Tabela 1. Seu recolhimento é feito através da Substituição Tributária, seu percentual é encontrado nas tabelas 5, 6 e 7 do estudo, e varia entre 10,10% e 33,52%.

Segundo a SRF, através da Resolução CGSN nº 005, de 30 de maio de 2007, Anexo I – Partilha do Simples Nacional – Comércio e, Seção II: "Receitas decorrentes da revenda de mercadorias sujeitas a substituição tributária, exceto as receitas decorrentes da revenda de mercadorias para exportação. Substituição tributária somente do ICMS".

ISS - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza

O referido imposto configura-se de competência municipal, onde o contribuinte é o prestador de serviços de qualquer natureza, segundo o que está regido pela Lei Complementar 116/2003 no seu Art. 5º "Contribuinte é o prestador do serviço".

Contudo, também faz parte do regime especial de tributação Simples Nacional, diante do regime seu percentual de alíquota é 0,00% segundo a Tabela 1.

IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados

Segundo a Secretaria Receita Federal (SRF) é um imposto de competência federal e o seu principal fato gerador é "na importação: o desembaraço aduaneiro de produtos de procedência estrangeira; Na operação interna: a saída de produto de estabelecimento industrial, ou equiparado a industrial".

Contudo faz parte do regime especial de tributação Simples Nacional, diante do regime seu percentual é 0,00% segundo a Tabela 1. Todo produto industrializado ou de comercialização de produtos importado tem que contribuir para o Governo.

Observa-se que esse cálculo é feito através da Secretaria da Receita Federal (SRF), conforme a Tabela 1, mediante o acumulo do faturamento dos 12 últimos meses. Sua alíquota é feita através do somatório das receitas brutas conforme Resolução CGSN nº. 005, de 30 de maio de 2007 Art. 5º § 1º Para efeito de determinação da alíquota, o sujeito passivo utilizará a receita bruta total acumulada nos 12 (doze) meses anteriores ao do período de apuração.

TABELA 1: ENQUADRAMENTO DE ALÍQUOTA DO SIMPLES NACIONAL

| Receita Bruta Total em 12 meses (em R\$) | Alíquota | IRPJ | CSLL | COFINS | Pis/Pasep | INSS | ICMS |
|--|----------|-------|-------|--------|-----------|-------|------|
| Até 120.000,00 | 2,75% | 0,00% | 0,21% | 0,74% | 0,00% | 1,80% | 0% |
| De 120.000,01 a 240.000,00 | 3,61% | 0,00% | 0,36% | 1,08% | 0,00% | 2,17% | 0% |
| De 240.000,01 a 360.000,00 | 4,51% | 0,31% | 0,31% | 0,95% | 0,23% | 2,71% | 0% |
| De 360.000,01 a 480.000,00 | 4,98% | 0,35% | 0,35% | 1,04% | 0,25% | 2,99% | 0% |
| De 480.000,01 a 600.000,00 | 5,02% | 0,35% | 0,35% | 1,05% | 0,25% | 3,02% | 0% |
| De 600.000,01 a 720.000,00 | 5,46% | 0,38% | 0,38% | 1,15% | 0,27% | 3,28% | 0% |
| De 720.000,01 a 840.000,00 | 5,52% | 0,39% | 0,39% | 1,16% | 0,28% | 3,30% | 0% |
| De 840.000,01 a 960.000,00 | 5,58% | 0,39% | 0,39% | 1,17% | 0,28% | 3,35% | 0% |
| De 960.000,01 a 1.080.000,00 | 5,96% | 0,42% | 0,42% | 1,25% | 0,30% | 3,57% | 0% |
| De 1.080.000,01 a 1.200.000,00 | 6,02% | 0,43% | 0,43% | 1,26% | 0,30% | 3,60% | 0% |
| De 1.200.000,01 a 1.320.000,00 | 6,57% | 0,46% | 0,46% | 1,38% | 0,33% | 3,94% | 0% |
| De 1.320.000,01 a 1.440.000,00 | 6,63% | 0,46% | 0,46% | 1,39% | 0,33% | 3,99% | 0% |
| De 1.440.000,01 a 1.560.000,00 | 6,68% | 0,47% | 0,47% | 1,40% | 0,33% | 4,01% | 0% |
| De 1.560.000,01 a 1.680.000,00 | 6,75% | 0,47% | 0,47% | 1,42% | 0,34% | 4,05% | 0% |
| De 1.680.000,01 a 1.800.000,00 | 6,81% | 0,48% | 0,48% | 1,43% | 0,34% | 4,08% | 0% |
| De 1.800.000,01 a 1.920.000,00 | 7,41% | 0,52% | 0,52% | 1,56% | 0,37% | 4,44% | 0% |
| De 1.920.000,01 a 2.040.000,00 | 7,47% | 0,52% | 0,52% | 1,57% | 0,37% | 4,49% | 0% |
| De 2.040.000,01 a 2.160.000,00 | 7,54% | 0,53% | 0,53% | 1,58% | 0,38% | 4,52% | 0% |
| De 2.160.000,01 a 2.280.000,00 | 7,60% | 0,53% | 0,53% | 1,60% | 0,38% | 4,56% | 0% |
| De 2.280.000,01 a 2.400.000,00 | 7,66% | 0,54% | 0,54% | 1,60% | 0,38% | 4,60% | 0% |

Fonte: Secretaria Receita Federal

Contudo, o Comitê Gestor de Tributação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (CGSN), no uso da atribuição que lhe confere a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, o Decreto nº 6.038, de 7 de fevereiro de 2007, e o Regimento Interno aprovado pela Resolução CGSN nº 1, de 19 de março de 2007, resolve:

Art. 2º A base de cálculo para a determinação do valor devido mensalmente pelas ME e pelas EPP optantes pelo Simples Nacional será a receita bruta total mensal auferida, segregada na forma do art. 3º.

§ 1º Na hipótese de a ME ou a EPP possuir filiais, deverá ser considerado o somatório das receitas brutas de todos os estabelecimentos.

2.3.2 Formas de se calcular o Preço de Venda

Observa-se que para se calcular o preço de venda de um produto existe várias formas, com base nisso, muito se discute sobre como o mesmo deve ser fixado junto aos produtos. No pensamento de Martins (2003) os preços podem ser fixados com base nos custos, com base no mercado ou numa combinação entre os dois.

Segundo Padoveze (2007, p. 416).

O pressuposto básico para tal técnica é que o mercado está disposto a absorver os preços de venda determinados pela empresa, que, por sua vez, são calculados em cima de seus custos reais ou orçados. Sabemos que, na verdade isso nem sempre pode acontecer, ficando, então, eventualmente, invalidado tal procedimento.

2.3.2.1 Formação de preços de venda a partir do custeio por absorção.

Neste método, o preço de venda é igual ao custo total da produção acrescido de um percentual para cobrir as despesas operacionais e obter o lucro desejado.

Segundo Martins (2003, p. 219) “esse método de calcular preços com base em custos é muito utilizado pelas empresas, porém apresenta algumas deficiências, como: não considerar, pelo menos inicialmente, as condições de mercado, fixar o percentual de cobertura das despesas fixas de forma arbitrária etc.”.

Padoveze (2007) também comenta no mesmo sentido dizendo que: “é a técnica mais utilizada. Tomam-se como base os custos industriais por produto, e adicionam-se as taxas gerais de despesas administrativas e comerciais, despesas financeiras e margem desejada.”.

Observa-se que ambos os autores confirmam que é a técnica mais utilizada, haja vista, o seu modo de calcular o preço através dos custos de forma mais rápida.

2.3.2.2 Formação de preços de venda a partir do custeio variável.

Para se fixar o preço de venda com base no custeio variável, é preciso que a margem de lucro seja calculada em cima da soma dos custos com as despesas variáveis.

FIGUEIREDO e CAGGIANO (1997, p. 182) afirmam que:

O preço baseado no custeio variável habilita a firma a adotar políticas especiais de marketing, como penetração em um novo mercado, ou o desenvolvimento de um mercado de exportação, impondo ao mercado interno um preço que cubra os custos fixos a fim de permitir a venda a preços de custos variáveis no novo mercado.

Segundo Padoveze (2007, p. 417) diz que: “o valor básico de referência para formar o preço de venda neste critério são os custos diretos ou variáveis, mais as despesas variáveis do produto que possam ser identificadas. Após isso, a margem a ser aplicada deverá cobrir, além da rentabilidade mínima almejada, também os custos e despesas fixas, que não foram alocados aos produtos”.

Observa-se que, nesse método o preço é formado alocando aos produtos os custos variáveis do período. No qual, consiste em considerar como custo de produção do período apenas os custos variáveis incorridos.

2.3.2.3 Formação de preços de venda a partir dos custos de transformação.

Sabe-se que custo de transformação é o custo total do processo produtivo e é representado pela soma da mão-de-obra direta com os custos indiretos e representa o custo de transformação da matéria-prima em produto acabado. Haja vista, os que propõem este método têm como argumento que, como os produtos que têm maior custo de transformação representam um esforço produtivo mais intenso da empresa, a margem de lucro deve ser calculada sobre o custo de transformação e não sobre o custo por absorção.

Segundo Padoveze (2007, p. 418):

Dependendo do valor dos itens comprados de terceiros, algumas empresas não requisitam, no preço de venda, absorção das despesas operacionais e margem de lucro dos valores desses materiais ou serviços adquiridos de terceiros, levando como base para formação dos preços de venda apenas os valores gastos a título de transformação do produto.

Segundo Santos (2005), a formação dos preços com base no custo de transformação pode ser aplicada pelas empresas em que a natureza e os elementos de custo dos itens produzidos variam em medida considerável.

2.3.2.4 Formação de preços de venda a partir do mercado.

Sabe-se, que o preço de venda julgado pelo mercado, a empresa deve se adaptar ao contexto externo, no qual deverá fazer pesquisas para que se determine qual o preço em que o mercado aceitará sem restrição ao produto e sem prejuízo para empresa.

Para Santos (2005), o método baseado nas características do mercado, o preço é estabelecido tomando como base o valor percebido do produto pelo mercado consumidor. Esse método exige conhecimento profundo do mercado por parte da empresa.

Padoveze (2007) comenta que:

Assumindo essa condição, praticamente seria desnecessário o cálculo dos custos e subsequente formação de preços de venda a partir dele. O que a empresa teria que fazer seria abalizar corretamente o preço de mercado do produto através dos preços dos concorrentes existentes, ou através de pesquisas de mercado, e fazer considerações específicas de gastos de comissões, canais de distribuição, publicidade, localização da fábrica etc.

Contudo, a empresa deve adaptar a sua produção de acordo com o necessário para que se atinja o valor do preço ideal para o consumidor final, e para obter a lucratividade que ele espera ter de sua entidade.

2.3.2.5 Formação de preços de venda através do Mark-up.

O mark-up configura-se como um instrumento de trabalho para achar o preço de venda, pois o seu cálculo é realizado em cima do custo, no qual determina-se uma porcentagem capaz de suprir todas as necessidades da empresa e mais uma parcela de lucro.

Segundo Padoveze (2007) o mark-up caracteriza-se como um multiplicador do custo dos produtos, sendo obtido por meio de relações percentuais sobre o preço de venda, ou seja, fazer o preço de um produto de forma rápida, tendo em mão o valor do custo, multiplicando por uma porcentagem encontrada, ai terá o preço de venda.

Santos (2005, p. 148 e 149) diz que "o mark-up é um índice aplicado sobre o custo de um bem ou serviço para a formação do preço de venda.(...) tem por objetivo cobrir as seguintes contas: impostos e contribuições sociais sobre vendas; comissão sobre vendas; margem de lucro sobre vendas."

Leone (2004, p. 192) afirma que: "é a porcentagem sobre o valor total dos custos de um produto ou de um serviço para se fazer o cálculo do preço de venda".

Já para Martins (2003, p.218): "Sobre esse custo agrega-se uma margem, denominada mark-up, que deve ser estimada para cobrir os gastos não incluídos no custo, os tributos e comissões incidentes sobre o preço e o lucro desejado pelos administradores".

Observa-se que o mark-up pode ser expresso como uma quantia fixada ou como percentual. Haja vista que o valor representa a quantia efetivamente cobrada sobre o produto a fim de obter o preço de venda.

2.3.2.6 Formação de preço de venda através de Planilha.

A planilha é uma grande ferramenta no cálculo do preço de venda nos negócios empresariais, pois sendo a mesma alimentada de forma adequada pode servir de auxílio na administração da formação de preço, que através do gestor pode calcular o custo da mercadoria de forma mais adequada, bem como permitir tomar decisões seguras através dos seus dados obtidos.

O portal GERANEGOCIO (2000) disponibiliza um modelo de simulador de formação do preço de venda, em parceria com o SEBRAE. Todavia, atende as necessidades das empresas comerciais, de forma a facilitar o controle dos seus lucros e percentuais de arrecadação de impostos sem a necessidade de muitas contas e projeções, conforme pode ser visualizado na Figura 2.

FIGURA 2: SIMULADOR DO CÁLCULO DO PREÇO DE VENDAS – COMERCIAL

|  SIMULADOR DO CÁLCULO DO PREÇO DE VENDAS - COMERCIAL | | | |
|--|-------------------------------|--------|-----------------|
| 1 - Cálculo do Custo da Mercadoria | | | |
| Item | Especificação | % | Indicador/Valor |
| 1 | Valor da Compra | | 00,00 |
| 2 | IPI (+) | 00,00% | 00,00 |
| 3 | Valor Total da Compra | | 00,00 |
| 4 | Crédito do ICMS (-) | 00,00% | 00,00 |
| 5 | Frete s/Compras | | 00,00 |
| 6 | ICMS s/Frete (-) | 0,00% | - |
| 7 | Outros Custos (+) | | 00,00 |
| 8 | CUSTO DA MERCADORIA | | 00,00 |
| 2 - Apuração dos Custos Fixos Mensais (Atualizados) | | | |
| 9 | Total dos Custo Fixos Mensais | | 00,00 |
| 3 - Vendas Médias Mensais | | | |

| | | |
|----|-----------------------|-------|
| 10 | Vendas médias mensais | 00,00 |
|----|-----------------------|-------|

| 4 -% de Incidências sobre o Preço de Venda | | | | |
|--|---|------|-------|--------|
| | Especificação | Dias | Taxa | % |
| 11 | % do Custo Fixo sobre Venda Mensais (Item 9/Item 10) | | | 00,00% |
| 12 | ICMS sobre Vendas | | | 00,00% |
| 13 | Simplex | | | 00,00% |
| 14 | Comissões | | | 00,00% |
| 15 | Fretes s/Vendas | | | 00,00% |
| 16 | Custo Financeiro sobre Vendas (Dias e Taxa) | 0 | 0,00% | 00,00% |
| 17 | Lucro Desejado sobre Vendas | | | 00,00% |
| 18 | % Total das Incidências | | | 00,00% |

| 5 - Cálculo do Mark Up | | |
|------------------------|--|------|
| 19 | Mark Up Divisor (100- Total das Incidências)/100 | 0,00 |
| 20 | Mark Up Multiplicador (100 / Mark Up Divisor)/100 | 0,00 |

| 6 - Cálculo do Preço de Venda | | |
|-------------------------------|--|-------|
| 21 | Preço de Venda Calculado | 00,00 |
| 22 | Preço de Venda a ser Praticado (Decisão) | 00,00 |

Fonte : GERANEGÓCIO (2000)

Segundo o portal GERANEGOCIO (2000) indica como usar o simulador de forma adequado e a sua importância diante dos itens disponíveis nele para as empresas comerciais. **Função Gerencial:** Orientar a tomada de decisão dos preços de venda de cada produto ou serviço a serem praticados pela empresa; **Controles necessários:** Ficha técnica dos produtos; Controle do imobilizado/depreciação; Quadro de pessoal; Custos Variáveis; Custos Fixos; **Uso da ferramenta:** Cálculo do preço de venda de dentro para fora da empresa; Cálculo do preço de venda de fora para dentro da empresa; Suporte para a negociação de preços e descontos; **Procedimentos de aplicação:** Base para aplicação do mark-up; Efetuar o levantamento dos custos fixos mensais; Estimar as vendas médias mensais; Calcular a incidência percentual do custo fixo em relação à média de vendas; Calcular as demais incidências percentuais sobre o preço de venda; Calcular a taxa de marcação: mark-up divisor ou mark-up multiplicador; Calcular o preço de venda: aplicar o mark-up sobre o custo

da mercadoria; Definir o preço de venda a ser praticado: ponderação entre o preço calculado e o permitido pelo mercado.

3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

3.1 Caracterização da Empresa Pesquisada

A empresa objeto desse estudo tem como razão social Caicó Diesel Ltda (CDL), foi fundada no ano de 1980, é constituída por matriz na cidade de Caicó - RN, e uma filial, na cidade de Catolé do Rocha – PB, sendo considerada uma das mais tradicionais lojas de autopeças da região, com 28 anos de atividade, é formada por um grupo familiar.

A empresa atua no comércio varejista de peças e acessórios para veículos caracterizando-se como uma empresa de pequeno porte (EPP), conforme determina a Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006:

3.2 Formação do preço de venda do produto

A empresa deve ter claro quais são os seus objetivos quando da formação do preço de venda dos produtos, haja vista que o preço pode-se caracterizar como um fator de decisão de compra. Contudo, observa-se que faz-se necessário estabelecer uma política de preço que proporcione à empresa um retorno financeiro satisfatório, de forma a cobrir todos os seus custos.

A atividade da empresa consiste na comercialização de peças e acessórios para veículos automotores, adquiridas através de distribuidores localizados em diferentes regiões do país, com regimes tributários diferenciados. A empresa disponibilizou dados de três dos seus principais fornecedores, são eles: Distribuidora Automotiva Ltda (DAL) Recife – PE; B.A.P Automotive Ltda Mogi - Mirim - SP; Vanzin Industrial Auto Pecas Ltda. Xanxerê – SC.

Por sua vez, ao comprar os produtos que compõe seu estoque, a empresa calcula seu preço de comercialização observando o custo do produto encontrado na nota fiscal, multiplicando pelo mark-up, conforme Tabela 2. A própria empresa entende que esse valor é considerado para satisfazer todos os seus custos, haja vista que um outro fator levado em consideração, é o preço da concorrência que faz com que não possa vender com um índice mark-up maior.

TABELA 2: PREÇO DE VENDA CDL

| | |
|-------------------------------------|------------|
| (=) Valor do Produto na Nota Fiscal | R\$ 100,00 |
| (*) Mark-up multiplicador | 1,50 |
| (=) Valor de Venda CDL | R\$ 150,00 |

Fonte: Empresa Pesquisada, 2008.

Diante disso, observa-se que a metodologia utilizada para o preço de venda deixa algumas brechas, e o que se sugere é apurar todos os custos através de cálculos reais adicionados aos elementos que impactam no preço de venda, para que assim se possa aproximar do justo e a empresa alcançar os objetivos dos seus sócios e alcançando um retorno do capital investido.

O simulador do cálculo do preço de venda, disponibilizado pelo SEBRAE no portal GERANEGOCIO, é uma ferramenta que pode ser interessante para as empresas formarem seus preços, pois através desta, o gestor pode tomar decisões referentes ao preço de venda de cada produto calculado. Os valores inclusos na Tabela 3 foram extraídos da empresa pesquisada CAICO DIESEL LTDA - FILIAL, fundamentado numa NF cujo ICMS de compra é 12% para o valor da Substituição Tributária e o seu frete é grátis.

Contudo pode-se observar na Tabela 3 que o valor do preço de venda usado pela CDL está abaixo do valor simulado pela tabela do SEBRAE, podendo assim gerar prejuízos para a empresa.

TABELA 3: SIMULADOR DO CALCULO DO P.VENDAS – ADAPTADO

|  SIMULADOR DO CÁLCULO DO PREÇO DE VENDAS-ADAPTADO | | | | |
|---|---|--------|-----------------|-----------|
| 1 - Cálculo do Custo da Mercadoria | | | | |
| Item | Especificação | % | Indicador/Valor | |
| 1 | Valor da Compra (estimado) | | | 100,00 |
| 2 | ICMS Substituição Tributária (+) | 10,10% | | 10,10 |
| 3 | Valor Total da Compra | | | 110,10 |
| 4 | Crédito do ICMS (-) | 0,00% | | - |
| 5 | Frete s/Compras (OPCIONAL) | | | - |
| 6 | ICMS s/Frete (-) | 0,00% | | - |
| 7 | Outros Custos (+) | | | |
| 8 | CUSTO DA MERCADORIA | | | 110,10 |
| 2 – Apurações dos Custos Fixos Mensais (Atualizados) | | | | |
| 9 | Total dos Custos Fixos Mensais | | | 1.868,77 |
| 3 - Vendas Médias Mensais | | | | |
| 10 | Vendas médias mensais | | | 18.687,71 |
| 4 -% de Incidências sobre o Preço de Venda | | | | |
| | Especificação | Dias | Taxa | % |
| 11 | % do Custo Fixo sobre Venda Mensais (Item 9/Item 10) | | | 10,00% |
| 12 | ICMS sobre Vendas | | | 0,00% |
| 13 | Simplex Nacional | | | 5,46% |
| 14 | Comissões | | | 0,00% |
| 15 | Fretes s/Vendas | | | 0,00% |

| | | | | |
|---------------------------------------|--|---|-------|--------|
| 16 | Custo Financeiro sobre Vendas (Dias e Taxa) | 0 | 0,00% | 0,00% |
| 17 | Lucro Desejado sobre Vendas | | | 15,00% |
| 18 | % Total das Incidências | | | 30,46% |
| 5 - Cálculos do Mark Up | | | | |
| 19 | Mark Up Divisor (100- Total das Incidências)/100 | | | 0,6954 |
| 20 | Mark Up Multiplicador (100 / Mark Up Divisor)/100 | | | 1,4380 |
| 6 - Cálculos do Preço de Venda | | | | |
| 21 | Preço de Venda Calculado pelo simulador | | | 158,33 |
| 22 | Preço de Venda usado pela CDL | | | 150,00 |

Fonte: Adaptada GERANEGÓCIO (2000)

Pode-se observar ainda na Tabela 3, que a mesma resultou em uma porcentagem de 10,00% para o Custo Fixo sobre Vendas Mensais e 15,00% para Lucro Desejado sobre Vendas, valores esses estimados pela empresa pesquisada, que somados resultam em uma porcentagem de 25,00% dos elementos que impactam na formação do preço de venda segundo os dados obtidos pela empresa.

Tabela 4: CDL x SIMULADOR período 01/2008 a 06/2008.

| MÊS | FAT.R\$ | % DIFERENÇA | TOTAL |
|-------|-----------|-------------|----------|
| 01.08 | 18.687,71 | 5,55% | 1.037,17 |
| 02.08 | 17.764,54 | 5,55% | 985,93 |
| 03.08 | 17.699,80 | 5,55% | 982,34 |
| 04.08 | 20.592,50 | 5,55% | 1.142,88 |
| 05.08 | 20.188,40 | 5,55% | 1.120,45 |
| 06.08 | 20.736,00 | 5,55% | 1.150,89 |
| | | TOTAL R\$ | 6.419,66 |

Fonte: Empresa pesquisada (2008)

Sugere-se a empresa, conforme Tabela 4 o modelo da planilha do portal GERANEGOCIO (2000), para apurar os custos, cuja diferença é de 5,55%. Pode-se observar com isso, um prejuízo no período estudado, 01/2008 a 06/2008, haja vista que com o simulador e os custos reais da empresa, a mesma pode trabalhar de forma segura junto às técnicas existentes e assim melhorar o desempenho da empresa.

3.3 Substituição Tributária

Quanto ao recolhimento estadual de ICMS, a empresa se utiliza do regime de Substituição Tributária (ST), o qual se atribui ao contribuinte a responsabilidade pelo recolhimento do imposto relativo a fato gerador praticado por terceiro.

Segundo o decreto nº. 25.516, de 29 de novembro de 2004:

Art. 1º Nas operações interestaduais com peças, componentes, acessórios e demais produtos classificados nos respectivos códigos da NBM/SH, listados no Anexo Único deste Decreto, para utilização em produtos autopropulsados e outros fins realizadas entre este Estado (...), fica atribuída ao contribuinte industrial ou importador, na qualidade de sujeito passivo por substituição, a responsabilidade pela retenção e recolhimento do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS, relativo às operações subseqüentes ou à entrada destinada à integração no ativo imobilizado ou consumo do destinatário.

Sabendo que o ICMS caracteriza-se como um imposto de competência estadual e também que a empresa participa do regime de Substituição Tributária, serão apresentadas a seguir algumas tabelas que mostram as várias situações que cada compra a fornecedores pode trazer.

Segundo o Decreto nº. 25.977, de 14 de junho de 2005 do Estado da Paraíba, publicado no DOE de 15.06.05, no seu Art. 2º, § 1º diz que:

Inexistindo os valores de que trata o “caput”, a base de cálculo corresponderá ao montante formado pelo preço praticado pelo remetente, acrescido dos valores correspondentes a frete, seguro, impostos e outros encargos transferíveis ou cobrados do destinatário, adicionado da parcela resultante da aplicação, sobre o referido montante, do percentual de margem de valor agregado de 30% (trinta por cento).

O Fornecedor Distribuidora Automotiva Ltda (DAL) Recife – PE, possui como ICMS de vendas o percentual de 12%. O valor do produto sugerido é R\$100,00, (+) 30% do agregado, (*) 17% que é o ICMS do Estado da Paraíba, (-) dedução do ICMS do Estado referente a N.F 12%.

TABELA 5: CÁLCULO ST COMPRADO NO PE

| | |
|---|---------------|
| Valor do produto na N.F (estimado) | 100,00 |
| (+) IPI | 0,00 |
| (+) 30% agregado | 30,00 |
| (=) base de cálculo | 130,00 |
| (*) 17% ICMS Paraíba | 22,10 |
| (-) dedução do ICMS PE 12% | 12,00 |
| (=) custo do produto S.T | 110,10 |
| ELEMENTOS QUE IMPACTAM NO PREÇO EM % | 10,10 |

FONTE: Empresa pesquisada, 2008.

Observa-se que a Tabela 5 resultou em uma porcentagem de 10,10% dos elementos que impactam na formação do preço de venda da empresa pesquisada com base na NF analisada. O Fornecedor B.A.P Automotive Ltda Mogi - Mirim – SP, cujo ICMS de vendas é de 7%. O valor do produto sugerido é R\$100,00, (+) 30% do agregado, (*) 17% que é o ICMS do Estado da Paraíba, (-) dedução do ICMS do Estado referente a N.F 7%.

TABELA 6: CÁLCULO ST COMPRADO EM SP

| | |
|---|---------------|
| Valor do produto na N.F (estimado) | 100,00 |
| (+) IPI | 0,00 |
| (+) 30% agregado | 30,00 |
| (=) base de cálculo | 130,00 |
| (*) 17% ICMS Paraíba | 22,10 |
| (-) dedução do ICMS SP 7% | 7,00 |
| (=) custo do produto S.T | 115,10 |
| ELEMENTOS QUE IMPACTAM NO PREÇO EM % | 15,10 |

FONTE: Empresa pesquisada, 2008.

Observa-se que a Tabela 6 que uma porcentagem de 15,10% dos elementos impactam na formação do preço de venda da empresa pesquisada com base na NF analisada.

O Industrial Vanzin Industrial Auto Pecas Ltda. Xanxerê – SC, cujo ICMS de vendas advém do Estado de Santa Catarina é de 7%, e por ser indústria é cobrado IPI de 4% ou 16%. O valor do produto sugerido é R\$100,00, (+) 4% aplicado a linha utilitário ou 16% aplicado a linha leve referente ao IPI, (+) 30% do agregado, (*) 17% que é o ICMS do Estado da Paraíba, (-) dedução do ICMS do Estado referente a N.F 12%.

TABELA 7: CÁLCULO ST COMPRADO EM S.CATARINA

| | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| Valor do produto na N.F (estimado) | 100,00 | 100,00 |
| (+) IPI | 4,00 | 16,00 |
| (+) 30% agregado | 35,20 | 50,80 |
| (=) base de cálculo | 135,20 | 150,80 |
| (*) 17% ICMS Paraíba | 22,98 | 25,64 |
| (-) dedução do ICMS SC 7% | 7,28 | 8,12 |

| | | |
|---|--------------|--------------|
| (=) custo do produto S.T | 119,70 | 133,52 |
| ELEMENTOS QUE IMPACTAM NO PREÇO EM % | 19,70 | 33,52 |

FONTE: Empresa pesquisada, 2008.

Observa-se que a Tabela 7 resultou em duas porcentagens. Uma de 19,70% referente aos produtos relativo a 4% de IPI, a outra de 33,52% referente aos produtos com 16% de IPI. Variando assim em uma única NF, a porcentagem dos elementos que impactam na formação do preço de venda da empresa pesquisada com base na NF analisada.

3.4 SIMPLES NACIONAL

TABELA 8: SIMPLES NACIONAL período 01/2008 a 06/2008 CDL

| MÊS | FAT.R\$ | IRPJ | CSLL | COFINS | Pis/Pasep | INSS | ICMS | ISS | IPI | TOTAL |
|---|-----------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 01.08 | 18.687,71 | 71,01 | 71,01 | 214,90 | 50,45 | 612,98 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.020,35 |
| 02.08 | 17.764,54 | 67,50 | 67,50 | 204,29 | 47,96 | 582,69 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 969,94 |
| 03.08 | 17.699,80 | 67,25 | 67,25 | 203,54 | 47,78 | 580,59 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 966,41 |
| 04.08 | 20.592,50 | 78,25 | 78,25 | 236,81 | 55,59 | 675,45 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.124,35 |
| 05.08 | 20.188,40 | 76,71 | 76,71 | 232,16 | 54,50 | 662,21 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.102,29 |
| 06.08 | 20.736,00 | 78,79 | 78,79 | 238,46 | 55,98 | 680,17 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.132,19 |
| | | | | | | | | | | 6.315,53 |
| | | 0,38% | 0,38% | 1,15% | 0,27% | 3,28% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 5,46% |
| ELEMENTOS QUE IMPACTAM NO PREÇO EM % | | | | | | | | | | 5,46% |

Fonte: Empresa pesquisada, 2008

Observa-se que o percentual dos elementos que impactam na formação de preço dentro do Simples Nacional chega a 5,46%, somando todos os incidentes do Simples Nacional, mediante enquadramento sobre sua receita de vendas conforme Tabela 1. Para alcançar esse patamar é somado o faturamento da CAICO DIESEL LTDA MATRIZ e FILIAL como diz o Regimento Interno aprovado pela Resolução CGSN nº. 1, de 19 de março de 2007, no seu Art. 2º §1º quando resolve: "Na hipótese de a ME ou a EPP possuir filiais, deverá ser considerado o somatório das receitas brutas de todos os estabelecimentos".

TABELA 9: ELEMENTOS ESSENCIAIS DO PREÇO DE VENDA.

(=) CUSTO DO PRODUTO

(+) SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA

(+) CUSTOS

(+) FRETE (OPCIONAL)

(+) SIMPLES NACIONAL

(+) LUCRO DESEJADO

(=) PREÇO DE VENDA

FONTE: Empresa pesquisada, 2008.

Observa-se na Tabela 9, um breve resumo dos elementos essenciais para a formação de preço no segmento de autopeças. Ao qual foram mostrados em outras tabelas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de um mercado cada vez mais competitivo, as informações sobre custos têm sido consideradas um ponto forte dentro das empresas. E uma das ferramentas essenciais para o estudo do custo e do preço de venda é a contabilidade de custos. Para uma empresa definir seus preços de forma adequada, observa-se que são inúmeras as ferramentas na contabilidade de custo que podem ser utilizadas de forma a influenciar na decisão da formação do seu preço de venda.

Para a empresa ser bem sucedida nesse aspecto, ela deverá alocar seus custos por meio dos métodos de custeio e verificar aquele que mais se adapta com a realidade da empresa para o gerenciamento das informações, e que possam auxiliar de forma clara na tomada de decisão. No entanto, entende-se que os métodos de custeio mostrado no trabalho, revelam ser uma ferramenta de grande utilidade quando se fala em apuração de custos, pois através desses métodos é possível conseguir calcular os custos de um produto, bem como utilizar-se de elementos que permitam uma boa formação do preço de venda.

O intuito desse trabalho consistiu em demonstrar os elementos essenciais que impactam na formação do preço de venda como ferramenta de decisão numa empresa de pequeno porte do segmento de autopeças, para que diante deles, a empresa consiga tomar decisões quanto a formação do preço de venda, de forma mais técnica e aperfeiçoada.

Com relação ao estudo de caso, observa-se uma certa inconsistência no preço de venda da empresa se comparado com o modelo do simulador, talvez por não ter um controle dos seus custos ou o fator concorrência levantado pela empresa, no qual é usado um mark-up abaixo do correto. Outro ponto importante analisado no estudo são os elementos que impactam na formação do preço de venda de uma empresa de autopeças, dentro dele todos os tributos e também os regimes que a empresa participa diante da União, Estado e Município.

Dessa forma, os resultados originados e obtidos através deste trabalho, apontam contribuições importantes, tanto para a área acadêmica, quanto para a empresa pesquisada. Cujo método utilizado pode ser aproveitado pela empresa como forma alternativa de problemas futuros em relação ao seu preço de venda, sendo capaz de fornecer sugestões aos sócios administradores, de forma a direcionar suas ações a partir dos resultados obtidos com o estudo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Gilberto Luiz do Amaral. **Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário – (IBPT)**. Retirado do seguinte endereço eletrônico:
http://www.tributarista.org.br/home/publicacao.view.php?publicacao_id=13082&pagina=10. 30/09/2008, Acessado em 24 de outubro 2008. 14h24min.

BEUREN, Ilse Maria et al (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise gerencial de custos em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRASIL. Constituição (1988): **da Ordem Econômica Financeira**. Disponível em: <
http://www.dji.com.br/constituicao_federal/cf170a181.htm. Acesso em: 15 de Setembro de 2008.

BRASIL. **Instrução Normativa RFB nº 765, de 2 de agosto de 2007**. Secretaria da Receita Federal. Disponível em:
<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/Ins/2007/in7652007.htm>. Acesso em 26 de outubro de 2008, às 13h45min.

BRASIL. **Lei Complementar n. 116, de 31 de Julho de 2003**. Dispõe sobre o Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza, de competência dos Municípios e do Distrito Federal, e dá outras providências. Presidência da República. Brasília, DF, 31 jul 2003. Disponível em
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp116.htm. Acesso em 25 de outubro de 2008, às 17h30min.

BRASIL. **Lei Complementar n. 123, de 14 de Dezembro de 2006**. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis nºs 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei nº 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis nºs 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Presidência da República. Brasília, DF, 14 dez 2006. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/LCP/Lcp123.htm>. Acesso em 25 de outubro de 2008, às 20h50min.

BRASIL. **Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006**. Presidência da República Federativa do Brasil. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/LCP/Lcp123.htm>>. Acesso em: 15 Setembro de 2008.

BRASIL. **Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Presidência da República. Brasília, DF, 10 jan 2002. Disponível em:
http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm. Acesso em 23 de outubro de 2008, às 14h28min.

BRASIL. **Lei n. 5.172, de 25 de outubro de 1966.** Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Presidência da República. Brasília, DF, 25 out 1966. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L5172.htm. Acesso em 24 de outubro de 2008, às 15h35min.

BRASIL. **Lei n. 8.212, de 24 de Julho de 1991.** Dispõe sobre a organização da Seguridade Social, institui Plano de Custeio, e dá outras providências. Presidência da República. Brasília, DF, 24 jul 1991. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8212cons.htm. Acesso em 24 de outubro de 2008, às 23h45min.

BRASIL. **Resolução CGSN nº 005, de 30 de maio de 2007.** Secretaria da Receita Federal. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/legislacao/Resolucoes2007/CGSN/CGSN005.asp>. Acesso em 04 de Novembro de 2008, às 17h12min.

BUTORI, Paulo. **Automec pesados & comerciais.** SINDIPEÇAS. São Paulo, 29/08/2008. Disponível em: <http://www.automecpesados.com.br/imprensa/releasesFeira-ver.php?id=12900>. Acessado, 06 de Setembro de 2008.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade gerencial – Teoria e prática.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FIGUEIREDO, Sandra, CAGGIANO, Paulo César. **Controladoria – Teoria e prática.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

FIPECAFI. Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações:** aplicável às demais sociedades. IUDÍCIBUS, Sérgio de (dir responsável); MARTINS, Eliseu (coord); GELBCKE, Ernesto Rubens (supervisor). 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GERANEGÓCIO - O PORTAL DO PEQUENO NEGÓCIO (2000). Disponível em: <http://www.geranegocio.com.br/html/geral/pianilhas.html>. Acessado, 03 de Novembro de 2008, 15h36min.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IOB, INFORMAÇÕES OBJETIVAS PUBLICAÇÕES JURÍDICAS LTDA, **Temática Contábil - Custos e preço de venda - Uma decisão complexa,** Copyright 2008 IOB, Acesso em 02 de setembro de 2008, às 14h50min.

IOBONLINE, O PORTAL INFORMAÇÕES OBJETIVAS PUBLICAÇÕES JURÍDICAS LTDA, Temática Contábil - **Os determinantes dos preços de venda**, ©Copyright 2005 IOB. Disponível em <http://www.iobonline.com.br/app/iob/gbn/main>. Acesso em 02 de setembro de 2008, às 15h12min.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabilidade gerencial. 6 ed. São Paulo: Atlas, 1998.
PEREZ JR, José Hernandes. **Gestão estratégica de custos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LEONE, George Sebastião Guerra, LEONE, Rodrigo José Guerra. **Dicionário de Custos**. São Paulo: Atlas, 2004.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de Contabilidade de custos**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LONGARAY, A.A. RAUPP, F.M.; SOUSA, M.A.B.; COLAUTO, R.D.; PORTON, R.A.B. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: Teoria e Prática**. In: BEUREN, I.M. (Org). São Paulo: Atlas, 2006.

LOPES, Jorge. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas - Jorge Lopes** – Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2006.

MAHER, Michael. Contabilidade de Custos – **Criando valor para a administração**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

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

OLIVEIRA, COSTA, PEREZ JR. **Contabilidade de custos para não contadores**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial: Um enfoque em sistema de informação contábil**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

PARAIBA. **Decreto n. 25.516, de 29 de Novembro de 2004**. Dispõe sobre a substituição tributária nas operações com peças, componentes e acessórios, para autotransportados e outros fins, e dá outras providências. Palácio do Governo do Estado da Paraíba. João Pessoa, PB, 29 nov. 2004. Disponível em: http://legisla.receita.pb.gov.br/LEGISLACAO/DECRETOS/ICMS/2004/25516/25516_25516.html. Acesso em 02 de Novembro de 2008, às 18h08min.

PARAIBA. **Decreto n. 25.977, de 14 de Junho de 2005**. Dispõe sobre a substituição tributária nas operações com peças, componentes e acessórios, para utotransportados e outros fins, e dá outras providências. Palácio do Governo do Estado da Paraíba. João Pessoa, PB, 14 jun. 2005. Disponível em:

http://legisla.receita.pb.gov.br/LEGISLACAO/DECRETOS/ICMS/2005/25977/25977_25977.htm. Acesso em 03 de Novembro de 2008, às 15h38min.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade comercial fácil**. 15 ed. 1 tiragem. São Paulo: Saraiva 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social : Métodos e técnicas**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Joel J. **Análise de custos: remodelado com ênfase para sistema d custeio marginal, relatórios e estudos de casos**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SANTOS, Roberto Vatan dos. **Modelos de decisão para Gestão de Preço de Venda**. Dissertação de mestrado apresentada a FEA – USP. São Paulo, 1995.

SINDIPEÇAS. **O Portal Informativo do Sindipeças**. São Paulo: SINDIPEÇAS, Junho de 2008. Disponível em:
http://www.sindipecas.org.br/paginas_NETCDM/modelo_detalhe_generico.asp?ID_CANAL=105&ID=36886, Acessado, 29 de Agosto de 2008.

SOUZA, Antonio Carlos de; FIALHO, Francisco A. Pereira; OTANI, Nilo. **TCC: Métodos e técnicas**. Florianópolis: Visual Books, 2007.

VICECONTI, Paulo Eduardo V. **Contabilidade básica revisada e ampliada**. 13. ed. São Paulo: Frase Editora, 2006.