

**LÚCIA ELENA RAPATONI COSTA**

**INTERPRETANDO CUSTOS E FORMANDO PREÇO DE VENDA**

**TAQUARITINGA/SP**

**2021**

Dedico este trabalho em primeiro lugar a DEUS por sempre me orientar no caminho a ser seguido e me dar forças para superar todo e qualquer obstáculo e minha filha que é a razão de todas as minhas conquistas.

*“Assim como ninguém aprende tanto sobre um assunto como o homem que é obrigado a ensiná-lo, também ninguém se desenvolve tanto como o homem que tenta ajudar os outros a se autodesenvolverem.”*

Peter Drucker

## RESUMO

Este trabalho tem o foco de descrever sobre Contabilidade de Custos, conceituar e objetivar de acordo com os vários autores mencionados a importância da correta interpretação da disciplina, sua aplicabilidade dentro de uma organização e através dos estudos realizados formarem corretamente o preço de venda em comércio, indústria e serviços.

Levantando-se corretamente todos os gastos e classificando-os de acordo com os conceitos dos diversos autores é possível mensurar corretamente o valor gasto para a realização das receitas de uma organização, formando-se assim um preço de venda competitivo e passível de lucro.

Para a realização do trabalho foi efetuada pesquisas na área contábil, financeira e custos, através de livros, apostilas e internet.

Buscaram-se informações sobre o passo a passo da correta interpretação, classificação e aplicação dos custos, mostrando um roteiro prático com uma linguagem de fácil acesso, visando, com a abordagem dos temas pelos diversos autores, explanar e exemplificar a formação do preço de vendas na indústria, comércio e ou serviços.

O resultado obtido através da pesquisa foi a identificação de técnicas e métodos específicos que podem ser aplicados nas diversas organizações.

Com a globalização veio a abertura de novos mercados ampliando-se assim a rede de distribuição.

Criou-se a necessidade de investimento em novas tecnologias para aumento da produção e conseqüentemente aumentaram-se os gastos pelas organizações. Essas adaptações fizeram-se necessárias para manter-se no mercado em virtude de novas exigências dos consumidores. O poder de escolha por melhores produtos e menores preços.

Conclui-se que através dos conceitos dos vários autores pesquisados, que é possível organizações adotarem os métodos levantados e fazerem uma análise criteriosa dos gastos para calcular os custos realizados na obtenção das receitas e tomarem decisões para criar preços competitivos sem diminuir a qualidade de seus produtos, mercadorias e ou serviços.

Palavras-chave: Administração. Custos. Preço de Venda.

## **ABSTRACT**

**This work aims to describe on Cost Accounting, conceptualize and objectify, according to the various authors mentioned, the importance of the correct interpretation of the discipline, its applicability within an organization and through the studies carried out correctly form the sale price in commerce, industry, and services.**

**By correctly surveying all expenses and classifying them according to the concepts of the various authors, it is possible to correctly measure the amount spent for the realization of an organization's revenues, thus forming a competitive selling price that is profitable.**

**To carry out the work, research was carried out in the accounting, financial and cost areas, through books, handouts, and the internet.**

**Information was sought on the step by step of the correct interpretation, classification, and application of costs, showing a practical guide with an easily accessible language, aiming, with the approach of themes by the various authors, to explain and exemplify the formation of sales prices in industry, commerce and/or services.**

**The result obtained through the research was the identification of specific techniques and methods that can be applied in different organizations.**

**With globalization came the opening of new markets, thus expanding the distribution network.**

**It created the need to invest in new technologies to increase production and, consequently, increased expenditure by organizations. These adaptations were necessary to remain in the market due to new consumer demands. The power of choice for better products and lower prices.**

**It is concluded that through the concepts of the various authors surveyed, it is possible for organizations to adopt the methods raised and make a careful analysis of expenses to calculate the costs incurred in obtaining revenue and make decisions to create competitive prices without reducing the quality of their products, goods and or services.**

**Keywords: Administration. Costs. Sale price.**

## **SUMÁRIO**

### **1.INTRODUÇÃO.....**

1.1 Objetivos .....

1.2 Procedimentos Metodológicos .....

1.3 Estrutura do trabalho.....

### **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....**

2.1 Custos.....

2.1.1 Conceito.....

2.2 Classificação dos gastos.....

2.3 Formação do Preço de Venda.....

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....**

### **REFERÊNCIAS .....**

# 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta conceitos de vários autores pesquisados relacionados à atividade de contabilidade de custos e como classificar gastos e formar preço de venda nas organizações, seja elas, indústria, comércio e ou serviços.

O tema aborda a importância da correta classificação dos gastos para a tomada de decisão na formação de um preço de vendas competitivo.

Segundo Evandir Megliorini 2007, A preocupação das empresas, hoje, não está focada apenas nos custos de produção. Também são relevantes os custos de pesquisa e de desenvolvimento, os custos de engenharia com projetos e desenhos e os custos relacionados ao Marketing, à Logística e ao atendimento ao cliente.

Para atender às demandas atuais, os autores desenvolveram novas abordagens para o cálculo e a análise de custos e diante desse novo ambiente as que já existiam foram aperfeiçoadas.

## 1.1 Objetivos

O Objetivo deste trabalho é oferecer os conhecimentos básicos para a aplicação da Contabilidade de Custos nas organizações e para a formação do preço de venda na indústria, no comércio e na prestação de serviços.

- a. Identificação dos gastos;
- b. Classificação dos gastos;
- c. Formação do preço de venda na Indústria, comércio e ou serviços.

Apresentar um conteúdo no nível de entendimento àqueles que não possuem conhecimento da disciplina.

Acredita-se que o conhecimento básico da teoria abordada pelos autores, às situações e os exemplos citados, são informações úteis, recomenda-se adaptá-los às situações propostas às especificidades de cada organização (primária, secundária ou terciária), ajustando-os às reais necessidades da empresa.

## **1.2 Procedimentos Metodológicos**

Para a realização do trabalho foi coletada informações na área contábil e financeira através de livros, apostilas e internet. É um trabalho bibliográfico baseado em fontes secundárias.

Estudou-se como é aplicada a contabilidade de custos dentro das organizações de acordo com as várias abordagens dos diversos autores pesquisados e como ela pode ser utilizada na tomada de decisões para a formação do preço de venda.

## **1.3 Estrutura do trabalho**

Está esquematizado da seguinte forma:

Capítulo 1 apresenta Introdução, Objetivos, procedimentos metodológicos e estrutura do trabalho.

Capítulo 2 apresenta fundamentação teórica abordando os temas: Custo, conceito, classificação dos gastos e formação do preço de venda.

Capítulo 3 apresenta as considerações finais e referências bibliográficas.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Custos**

Custos estão diretamente relacionados com os gastos gerados quando as organizações se movimentam no sentido de gerar receitas, as atividades relacionadas à indústria, comércio e ou serviços incorrem em investimentos, custos, despesas e perdas.

#### **2.1.1 Conceito**

Os autores conceituam custos como a chave principal para a saúde financeira das organizações, através da análise de seus gastos que envolvem estoques, atividades operacionais e comerciais e toda sua estrutura, imprescindíveis na tomada de decisão para determinar o lucro ideal.

Segundo Matz, Curry e Frank (1987.p.41) A Comissão de Conceitos e Padrões de Custo da Associação Americana de Contabilidade definiu custo da seguinte maneira: “Custo é a antecipação, medida em termos monetários, incorrida, ou potencialmente a incorrer, para atingir um objetivo específico.” O termo “custo”, diz a Comissão, é um termo genérico, de propósito amplamente definido, de forma a abranger todos os tipos de custos empregados por contadores e outros.

Segundo Megliorini (2007. P.1), Os custos de uma empresa resultam da combinação de diversos fatores, entre os quais: a capacitação tecnológica e produtiva relativa a processos, produtos e gestão; o nível de atualização da estrutura operacional e gerencial; e a qualificação da mão de obra.

De modo geral, reflete nos custos uma série de variáveis, tanto internas como externas. Entre as variáveis internas estão o modo de operar, os comportamentos e as atitudes. Entre as variáveis externas incluem-se o nível de demanda e os preços dos insumos.

Quanto mais estruturada for a empresa, melhores serão os resultados obtidos por meio de um sistema de custos.

Segundo Megliorini (2007. P. 2), uma empresa apura seus custos com vistas:

- a. Ao Atendimento de exigências legais quanto à apuração de resultados de suas atividades e avaliação de estoques;
- b. Ao conhecimento dos custos para a tomada de decisões corretas e o exercício de controles.

Para atender às exigências legais, a empresa precisa adequar seus métodos de apuração de custos aos princípios contábeis e estar em conformidade com as normas e as legislações vigentes. Já para a tomada de decisões, podem ser empregados quaisquer métodos de custeio capazes de fornecer informações que atendam às necessidades gerenciais da empresa.

Segundo Migliorini (2007.p.2), " Os custos são determinados para que se atinjam os objetivos relacionados à determinação do lucro, ao controle das operações e à tomada de decisão".

Esses fatores estão diretamente relacionados com os gastos incorridos pela organização. Cabem às empresas analisarem todas as variáveis que envolvem suas atividades e adequar suas estruturas para atender às exigências atuais, garantindo assim a participação no mercado.

## **2.2 Classificação dos gastos**

A classificação dos gastos e a determinação dos custos são necessárias para elaboração do lucro desejado, a fim de atingir os objetivos de cada organização.

Entretanto se faz necessário distinguir os gastos de uma indústria, comércio e ou serviços.

Segundo os autores,

Em uma empresa Industrial os gastos estão relacionados às atividades administrativas, produtivas e comerciais, como custos para a transformação da matéria-prima em produto acabado, despesas financeiras, administrativas e comerciais.

Em uma empresa Comercial os gastos estão relacionados às atividades administrativas, operacionais e comerciais, como os custos com a aquisição de mercadorias para revenda, despesas financeiras, administrativas e comerciais.

Em uma empresa Prestadora de Serviços os gastos estão relacionados às atividades administrativas, operacionais e comerciais, como os custos para a execução e prestação dos serviços, despesas financeiras, administrativas e comerciais.

Os autores classificam os gastos em Custos, Despesas e Investimentos.

Entende-se por gastos todos os desembolsos realizados para que a empresa invista em suas atividades produtivas e ou operacionais, custeie sua produção e pague suas despesas para que a organização obtenha receitas.

**INVESTIMENTOS** referem-se aos gastos com ativos necessários às atividades das organizações como:

Indústria: Aquisição de matéria-prima enquanto estoque; Máquinas e equipamentos; Veículos; Imóveis etc.

Comércio: Aquisição de mercadoria para revenda; Instalações; Móveis e utensílios; Veículos; Imóveis etc.

Prestadora de Serviços: Móveis e Utensílios; Instalações; Veículos; Imóveis; etc.

**CUSTOS** referem-se aos gastos para a transformação da matéria-prima em produto acabado, são todos os fatores aplicados no processo produtivo, sejam eles matéria-prima e mão-de-obra utilizadas na fabricação de um produto, ou seja, todos os gastos dentro do processo produtivo.

**DESPESAS** referem-se aos gastos para que a empresa seja administrada e seus produtos comercializados, ou seja, todos os gastos fora do processo produtivo.

Os autores ainda classificam os custos e despesas em:

Custos Diretos, Indiretos, Fixos e Variáveis.

Despesas Diretas, Indiretas, Fixas e Variáveis.

Segundo Perez (1999), no quadro resumo ele define essa classificação da seguinte forma:

Custos Diretos são os gastos apropriados de forma objetiva por meio de controles, estão diretamente ligados e incorporados aos produtos, simplificando podemos dizer que são aqueles que fazem parte do produto. Exemplos: Matéria-prima, Embalagem, Mão-de-Obra direta (Salários dos operários que transformam essas matérias-primas em produto acabado), Energia Elétrica quando específica à produção de um determinado produto etc.

Custos Indiretos são gastos apropriados de forma subjetiva por critérios (por exemplo, rateio), participam da produção, mas não incorporam o produto, são todos os demais gastos que envolvem o processo produtivo. Exemplos: Depreciação de máquinas e equipamentos utilizados na produção, aluguel do prédio onde ocorre o processo produtivo, energia elétrica de todo esse prédio, salários dos supervisores e encarregados do processo produtivo etc.

Custos Fixos são os gastos constantes em relação ao volume produzido, ou seja, permanecem fixos independentes do volume de produção, tendo ou não o que produzir, precisa ser pago. Exemplo: aluguel e depreciação.

Custos Variáveis são os gastos que variam em relação ao volume produzido, ou seja, quanto maior o volume de produção, maiores serão esses gastos. Exemplo: matéria-prima direta.

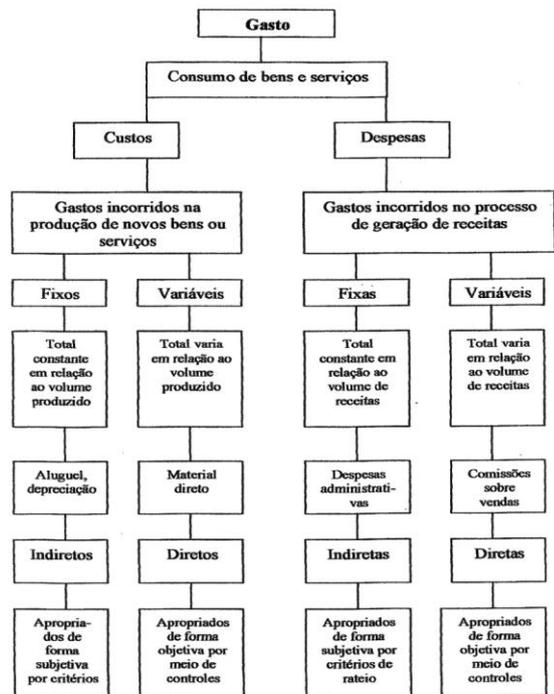
Despesas Diretas são os gastos apropriados de forma objetiva por meio de controles, ou seja, estão diretamente ligadas ao produto, ou seja, só ocorrerão se houver vendas. Exemplo: Despesas comerciais (Impostos sobre vendas, Comissão de vendedores, fretes etc.).

Despesas Indiretas são os gastos apropriados de forma subjetiva por critérios de rateio, ou seja, despesas administrativas e financeiras, havendo ou não vendas, elas precisam ser pagas. Exemplo: Salários Administrativos, despesas bancárias etc.

Despesas Fixas são os gastos constantes em relação ao volume de receitas, ou seja, permanecem inalteradas independentemente do volume de vendas. Despesas administrativas. Exemplo: Aluguel, depreciação, seguros, salários administrativos etc.

Despesas Variáveis são os gastos que variam em relação ao volume de receitas/vendas, ou seja, só ocorrem se houver receitas/vendas. Despesas Comerciais. Exemplo: Fretes, comissões sobre vendas e serviços, ICMS etc.

Figura resumo: Classificação dos custos / despesas.



Fonte: PEREZ, José et alii. Gestão Estratégica de Custos. 1999, p. 28.

Observa-se no quadro a importância desta classificação para que as organizações saibam e consigam diferenciar seus custos e despesas, através deste método é possível mensural qualitativa e quantitativa os gastos relativos a cada departamento, setor e ou produto.

A confrontação entre receitas e despesas mostrará se houve lucro ou prejuízo no período apurado.

Abaixo exemplos de como efetuar as Demonstrações do Resultado do Exercício - DRE.

#### 1) Para Empresa Comercial

DRE

+ Receita Bruta de Vendas (Total de vendas do período apurado)

(-) Impostos sobre Vendas (ICMS OU SIMPLES NACIONAL para optantes)

(-) Devoluções de Vendas (Ao fornecedor)

= Receita Líquida de Vendas

(-) CMV (custo da mercadoria vendida) (Custos fixos, variáveis, diretos e indiretos)

= Lucro Bruto

(-) Despesas (Fixas, variáveis, diretas e indiretas )

Administrativas

Comerciais

Financeiras

= LAIR (Lucro antes do imposto de renda)

(-) IR (imposto de renda) (No caso de não optantes do SIMPLES NACIONAL)

= Lucro Líquido no período

#### 1) Para Empresa Industrial

Utilizar o mesmo modelo acima, substituindo o CMV por CPV, ou seja, custo da mercadoria vendida por custo do produto vendido.

Na Indústria deverá deduzir também IPI.

#### 2) Para empresa Prestadora de Serviços

Utilizar o mesmo modelo acima, substituindo o CMV por CSP, ou seja, custo da mercadoria vendida por custo do serviço prestado.

Para prestação de serviços deduzirem ISS.

Procurou-se através desses demonstrativos exemplificar o processo de apuração de lucro das diversas organizações.

Nota-se que os custos são deduzidos da receita total, enquanto as despesas são deduzidas do lucro bruto.

O lucro líquido é obtido somente após apuração de todos os gastos, onde se observa que não havendo receita não haverá custos, mas haverá despesas.

## OBS: DEPRECIAÇÃO

Segundo Ribeiro, Osni Moura, (2010.p.242) “Depreciação é a diminuição parcelada de valor que sofrem os bens de uso da empresa em decorrência do desgaste pelo uso, da ação da natureza e da obsolescência”.

Quando a empresa compra bens para uso próprio, ela efetua um gasto. Esse gasto, por ser considerado investimento, não pode ser contabilizado como despesa. Entretanto, esses bens, sendo utilizados pela empresa, desgastam-se e perdem o valor. Por esse motivo é feita a depreciação. A depreciação também é contabilizada para compor os custos dos produtos fabricados e transportados por uma empresa. Taxa de depreciação corresponde a um percentual fixado e publicado pela Receita federal periodicamente, em função do prazo em que os bens do Ativo Fixo serão úteis para o processo produtivo e ou operacional da empresa.

Os prazos usualmente admitidos e as respectivas taxas de depreciação dos bens de uso mais comuns são:

Bem	Taxa anual	Anos de vida útil
Edifícios	4%	25
Ferramentas	15%	6
Máquinas e Equipamentos	10%	10
Instalações	10%	10
Móveis e Utensílios	10%	10
Veículos até 10 passageiros	20%	5
Veículos de carga	25%	4
Computadores	20%	5

<http://manducontabilidade.com.br/depreciacao>, acessado em 11/09/2021.

A depreciação tem sua importância na análise dos gastos e formação do preço de venda, mostra em determinado momento a necessidade de novos investimentos em virtude da desvalorização do capital fixo.

## 2.2 Formação do Preço de Venda

Vivem-se momentos de constantes mudanças que afetam diretamente as organizações. A globalização trouxe a abertura de novos mercados e a possibilidade de ampliação de novos postos de distribuição. Ampliação e facilidades através do e-commerce. Com isso os consumidores adquiriram maior poder em relação à escolha de seus produtos, busca por melhor qualidade e durabilidade, menor preço, maior rapidez de entrega, melhores condições de pagamento etc.

Essas mudanças envolvem pequenas, média, grandes empresas, microempresas e os microempreendedores.

Neste trabalho procurou-se mostrar um roteiro de formação do preço de vendas para pequenas, microempresas e microempreendedores, por serem as que mais sofrem com essas mudanças na economia, fecham suas portas precocemente, embora tenham crescido em número considerável contribuindo muito para a economia do País e geração de novos postos de trabalho.

Essas organizações muitas vezes praticam o preço da concorrência que atuam no mesmo segmento.

Considera-se uma prática equivocada, uma vez que os gastos estão relacionados com as estruturas de cada organização.

Estratégias de preços podem ser utilizadas como: Estratégias de Preços Distintos; Estratégias de Preços Competitivos; Estratégias de Precificação por linha de Produtos e Método de Formação de Preços (Mark Up).

Para a realização do trabalho adotou-se o Método de Formação de Preços (Mark Up).

O Mark Up ou taxa de marcação como é conhecido, é um multiplicador aplicado sobre o custo de um bem ou serviço para a formação do preço de venda. Esse multiplicador é obtido através de uma fórmula que insere os impostos sobre venda, despesas financeiras, comissões sobre as vendas, despesas administrativas, despesas de vendas, outras despesas e a margem de lucro desejada. É um índice muito utilizado para precificação, mas requer um conhecimento, por parte do micro e pequeno empresário, da estrutura operacional do empreendimento.

Aplica-se um multiplicador de tal forma que os demais elementos formadores do preço sejam adicionados ao custo, a partir desse multiplicador.

É um índice aplicado sobre o custo de um bem ou serviços para a formação do preço de venda. Esse índice é tal que cobre os impostos e taxas aplicados sobre as vendas, as despesas administrativas fixas, as despesas de vendas, os custos indiretos fixos de fabricação, os custos financeiros e o lucro desejado.

Fórmulas:

**Markup:  $100 / (100 - (\% + \dots +))$**

A representação na fórmula destes símbolos,  $(\% + \dots +)$ , significa que será composta pelo somatório de impostos sobre venda, despesas sobre venda, despesas financeiras, comissões sobre vendas, despesas administrativas, despesas com vendas, outras despesas e a margem de lucro desejada. Todos estes itens serão comparados ao faturamento e convertidos em percentuais. Todos os componentes do Mark up são determinados através de relações percentuais médias sobre preços de vendas e, a seguir, aplicados sobre o custo dos produtos.

### **Preço de Venda: Custo Unitário X Mark Up**

Calculando o preço de venda da mercadoria através da fórmula do Mark up, o micro e pequeno empresário terão certeza de que dentro do seu preço de venda estarão incluídos todos os gastos de sua empresa como também a margem de lucro desejada.

Exemplo 1:

Faturamento médio mensal		R\$ 100.000,00
Despesas Fixas médias mensais		R\$ 20.000,00=20%
Custo Unitário Produto sem ICMS		R\$ 20,00
ICMS	17,00%	
Simplex EPP	5,40%	
Comissão	4,00%	
Propaganda	2,50%	
Frete despesa	1,65%	
Perdas Estimadas	1,50%	

Financeiras	5,00%
Margem Desejada	5,00%

**Mark Up:  $100 / (100 - (17 + 5,4 + 4 + 2,5 + 1,65 + 1,5 + 5 + 5 + 20))$**

**Mark Up:  $100 / (100 - 62,05) = 100/37,95 = 2,6350$**

**Preço de Venda = R\$ 20,00 X 2,6350 = R\$ 52,70**

Portanto neste caso um produto com custo de R\$ 20,00 precisa ser vendido por R\$ 52,70 para cobrir todos os seus gastos e ter lucro.

Segundo o site SEBRAE,

O Sebrae define, em seu site, o preço de venda da seguinte maneira:

*“Preço de venda é o valor que deverá cobrir o custo direto da mercadoria, produto ou serviço, as despesas variáveis (como impostos e comissões), as despesas fixas proporcionais (como aluguel, água, luz, telefone, salários e pró-labore), além de permitir a obtenção de um lucro líquido adequado”.*

<http://www.sobreadministracao.com/formacao-do-preco-de-venda-saiba-tudo/>, acessado em 11/09/2021, online.

## FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Exemplo 2:

1º passo: Fazer uma relação de todos os gastos da empresa.

2º passo: Identificar e classificar o que são CF e DF, CV e DV.

## CUSTOS E DESPESAS FIXAS

DESCRIÇÃO DOS GASTOS	VALOR
<b>CUSTOS FIXOS</b>	
1 – Despesa com Pessoal	
Salários	3.430,00
Encargos Sociais e Provisões Sobre Salários (34%)	1.166,20
Benefícios	150,00
Pró-Labore	1.500,00
Encargos Sociais (Pró-Labore) (11%)	165,00
Subtotal – Pessoal	6.411,20
<b>DESPESAS FIXAS</b>	.
2 – Ocupação	
2.1- Aluguel do Imóvel	1.500,00
2.2- Energia Elétrica	380,00
2.3- Água e Esgotos	150,00
2.4- Condomínio	0,00
Subtotal – Ocupação	2.030,00
3 – Comunicação	
3.1- Telefone nº xx 3398 4355	230,00
3.2- Telefone nº xx 3398 4456	290,00
3.3- Provedor Internet	20,00
3.4- Correios	50,00
Subtotal – Comunicação	590,00
4 – Locomoção	
4.1- Combustíveis/Lubrificantes	500,00
Subtotal - Locomoção/veículos	500,00
5 – Propaganda	

5.1- Tabloide de Ofertas	150,00
5.2- Anúncios em Jornais	100,00
Subtotal - Propaganda	250,00
<b>6 – Despesas Fixas Gerais</b>	
6.1 - Material de Limpeza	120,00
6.2 - Tarifas Bancárias	50,00
6.3 - Escritório de Contabilidade	550,00
6.4 - Material de Escritório	200,00
6.5 - Embalagens	150,00
6.6 - Manutenção em Geral	100,00
6.7 - Depreciação	122,50
6.8 - IPTU	130,00
Subtotal - Despesas Gerais	1.422,50

Fonte EAD SEBRAE, adaptada.

### Custos e Despesas Variáveis

DESCRIÇÃO	VALORES - EMPRESA OPTANTE SIMPLES
Valor das mercadorias compradas	150 camisas x 90,00 cada= R\$ 13.500,00
Frete	R\$ 150,00: 150 camisas= 1,00 cada camisa
ICMS	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-
IPI	+ 10%
Seguros	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-
ICMS Frete	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-
Valor das mercadorias compradas	150 camisas x 90,00 cada= R\$ 13.500,00

EAD SEBRAE, adaptada

## Outros Custos e Despesas Variáveis

DESCRIÇÃO	Valores
Comissão = 2% do faturamento para vendedores	
Inadimplência = 5% sobre o valor do faturamento	
Frete de Vendas = 10% do valor do faturamento	
Embalagem = 2% do valor de cada produto	

EAD SEBARE, adaptada

DESCRIÇÃO	EMPRESA NORMAL	OPTANTE PELO SIMPLES NACIONAL
Valor das mercadorias compradas	150 camisas x 90,00 cada= R\$ 13.500,00	150 camisas x 90,00 cada= R\$ 13.500,00
Frete	R\$ 150,00: 150 camisas= 1,00 cada camisa	R\$ 150,00: 150 camisas= 1,00 cada camisa
ICMS	- 18%	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-
IPI	+ 10%	+ 10%
Seguros	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-
ICMS Frete	-18%	-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-0-

EAD SEBRAE, adaptada

Custo da mercadoria:

Valor total das camisas	R\$ 13.500,00
Frete	R\$ 150,00
IPI 10%	R\$ 1.350,00

Total - R\$ 15.000,00: 150 camisas = 100,00 cada camisa.

Impostos e Tributações Variáveis

IMPOSTOS FEDERAIS

PIS = 0,65%

COFINS = 3%

IRPJ = 1,2%

CSLL = 1,08%

## IMPOSTO ESTADUAL

ICMS

## IMPOSTO MUNICIPAL

ISS

## SIMPLES NACIONAL

Sistema Integrado Simplificado de Pagamentos de Impostos e Contribuições

- Parte integrante da lei geral das Micro e Pequenas Empresas (MPE)  
Substitui os seguintes impostos:  
PIS, COFINS, CSLL, IR, INSS e IPI (federais),
- ICMS (estadual), para o comércio, e
- ISS (municipal), para as empresas prestadoras de serviços.

## Outros Custos e Despesas Variáveis

Além dos Impostos e Tributações Variáveis que estudamos no Módulo anterior, existem Outros Custos e Despesas Variáveis que são: comissões, inadimplência, publicidade, embalagem e frete sobre a venda (entrega da mercadoria ao cliente).

Os percentuais aplicados aos preços de venda são determinados conforme a realidade de cada empresa. Neste caso vamos estabelecer os seguintes percentuais:

- Comissão = 2% do faturamento para vendedores
- Inadimplência = 5% sobre o valor do faturamento
- Frete de Vendas = 10% do valor do faturamento
- Embalagem = 2% do valor de cada produto

Calculando o Preço de Venda

Identificando as Despesas Fixas

Identificando a Margem de Lucro

Aplicando os Impostos das Vendas

Apurando o *Mark up* na Formação de Preço de Venda

DF % = GF x 100 / Faturamento previsto

Ex:  $\frac{11.203,70 \times 100}{45.000,00} = 24,90$

Gasto fixo atribuído a cada produto é 24,90%.

- R\$ 100,00 (custo de cada camisa) / (1 – 0,2490)
- R\$ 100,00 / 0,7510 = 133,15
- R\$ 133,15 de custo de compra + despesas fixas atribuídas para cada camisa
- R\$ 133,15 x 24,90% (Despesas Fixas)
- R\$ 33,15 de Despesas Fixas

Fator de formação do Preço (MARK UP)

1º apure as despesas variáveis de comercialização

2º defina a margem de lucro

3º Apure o MARK UP

MARK UP = 100 % - (DVC % + ML %)

ONDE:

MARK UP = Fator de Marcação de Preços

DVC = Despesas Variáveis de Comercialização (impostos e comissões)

ML = Margem de Lucro

1º apure o custo unitário

2º apure o MARK UP (Fator de marcação de preço)

PREÇO DE VENDA = Custo do produto / Mark up divisor

Exemplo:

PREÇO DE VENDA

Custo do Produto = R\$ 32,50

DVC = 25%

ML = 10%

MARK UP = 100% - (25% + 10%) = 65%

$$PV = \frac{\text{Custo do Produto}}{\text{MARK UP} = 100 \% - (\text{DVC} \% + \text{ML} \%)}$$

$$PV = \frac{\text{R\$ 32,50}}{65\%} = \text{R\$ 50,00}$$

Fonte SEBRAE

Exemplo 3:

- Custo Direto Variável = R\$ 20,00;
- Despesas Variáveis = 7%;
- Despesas Fixas = 30%;
- Lucro Líquido = 8%;
- Preço de Venda = R\$ 20,00 / (100% – 7% – 30% – 8%) = R\$ 20,00 / 55% = R\$ 36,36.

**Demonstrativo do resultado:**

- Preço de Venda = R\$ 36,36 (100%);
- Custo Direto Variável = R\$ 20,00 (55%);
- Despesas Variáveis = R\$ 2,54 (7%);
- Despesas Fixas = R\$ 10,91 (30%);
- = Lucro Líquido = R\$ 2,91 (8%).

<http://www.sobreadministracao.com/formacao-do-preco-de-venda-saiba-tudo/>, acessado em 10/09/2021, online.

Outro modelo através de uma planilha mostra o roteiro passo a passo para a classificação dos gastos e formulação do preço venda.

[www.grupos.com.br/group/1212tiesville/Messages.html?action=download&year=09&month=6&id=1243879968336212&attach=planilhaformacaopv\\_empresaindustrial.xls](http://www.grupos.com.br/group/1212tiesville/Messages.html?action=download&year=09&month=6&id=1243879968336212&attach=planilhaformacaopv_empresaindustrial.xls), acessado em 04/08/2013, online.

Exemplo 4:

#### FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

<b>1. CUSTO DO PRODUTO</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
1) Insumos	60,00	60,00%
2) Mão-de-direta	40,00	40,00%
<b>Custo Produto Unitário</b>	<b>100,00</b>	

<b>2. DESPESAS VARIÁVEIS DE VENDA</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
2.1 Impostos e Contribuições		21,43%
2.1.1 ICMS		12,00%
2.1.2 PIS		7,60%
2.1.3 COFINS		1,65%
2.1.4 CPMF		0,18%
2.2 Comissões de Vendas		7,00%
2.3 Frete		2,00%
Total das Despesas Comerciais Venda		30,43%

<b>3. LUCRO DESEJADO</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
	10	10,00%

<b>4. CUSTOS/DESPESAS FIXAS</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
<b>4.1 REMUNERAÇÕES</b>	<b>15.600,00</b>	
. Salários	10000	
. Pró-labore	5.000,00	
. Estagiários	500,00	
. M.O. Terceirizada	0,00	
. Outras Remunerações	100,00	
<b>4.2 ENCARGOS SOCIAIS</b>	<b>3.511,00</b>	
. INSS	1.100,00	11,00%
. FGTS	800,00	8,00%
. Vale Transporte	200,00	
. Rescisões Trabalhistas	300,00	
. 13º Salário	833,00	8,33%
. Férias	278,00	2,78%
<b>4.3 BENEFÍCIOS SOCIAIS</b>	<b>35,00</b>	
. Plano Saúde	20,00	
. Alimentação - Vale-refeição	10,00	
. Treinamento de Empregados	0,00	
. Seguro de Vida	5,00	
<b>TOTAL MÃO-DE-OBRA INDIRETA</b>	<b>19.146,00</b>	

<b>4.4 OCUPAÇÃO</b>	2.250,00	
. Aluguel	2.000,00	
. IPTU	200,00	
. Outras despesas c/ocupação	50,00	
<b>4.5 PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS</b>	3.900,00	
. Contabilidade	2.000,00	
. Advogados	500,00	
. Consultorias	0,00	
. Segurança	1.000,00	
. Outros Serviços Prestados	400,00	
<b>4.6 TARIFAS PÚBLICAS</b>	6.300,00	
. Luz	5.000,00	
. Água	500,00	
. Telefone	800,00	
<b>4.7 SEGUROS</b>	700,00	
. Seguro de Veículos	400,00	
. Seguro de Imóveis	300,00	
<b>4.8 LEASING / LOCAÇÃO</b>	100,00	
. Leasing Veículos	0,00	
. Leasing de Máquina XEROX	100,00	
. Aluguel de Telefone	0,00	
. Locação de Equipamentos	0,00	
<b>4.9 MANUTENÇÃO E REPAROS</b>	370,00	
. Manut. Reparo Veículos	200,00	
. Manut. Reparo de Maq. e Equip.Escrit.	50,00	
. Manut. e Reparo Predial	100,00	
. Taxa de Manut.de Informática	20,00	
<b>4.10 DEPRECIÇÃO DE EQUIPAMENTOS</b>	0,00	
<b>4.11 DESPESAS GERAIS</b>	550,00	
. Gráficas	0,00	
. Material de limpeza/escritório	100,00	
. Contribuições Sindicais	50,00	
. Assinaturas	0,00	
. Frete de Entrega (Motoboy)	100,00	
. Promoção e Publicidade	0,00	
. Passagens, Diárias e Estadias	0,00	
. Representação / C.de Crédito	0,00	
. Locomoção	0,00	
. Outras Despesas Fixas	300,00	
. Multas / Cartórios	0,00	
<b>4.12 PARCELAMENTOS</b>	0,00	
. ICMS	0,00	
. IPI	0,00	
. COFINS	0,00	
. PIS	0,00	
. INSS	0,00	
. FGTS	0,00	
<b>TOTAL ADMINISTRATIVAS/COMERCIAIS</b>	14.170,00	

<b>4.13 DESPESAS FINANCEIRAS</b>	400,00	
. Despesas c/Juros / Multas	0,00	
. Descontos em Faturas	200,00	
. Tarifas Bancárias (TAC, IOF etc.)	200,00	
<b>TOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>33.716,00</b>	

<b>5. RATEIO DO CUSTO/DESPESA FIXA</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
Venda Estimada (Média do Período)	200.000,00	
%do Custo Fixo sobre Vendas		16,86%

<b>ROTEIRO PARA CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA</b>		
	<b>R\$</b>	<b>%</b>
<b>Custo Produto Unitário</b>	100,00	
<b>2. DESPESAS VARIÁVEIS DE VENDA</b>		30,43%
<b>3. LUCRO DESEJADO</b>		10,00%
<b>4. CUSTO FIXO</b>		16,86%
Soma dos percentuais		57,29%
<b>5. CÁLCULO</b>		42,71%
<b>PREÇO DE VENDA</b>	<b>R\$ 234,13</b>	

Fonte: www.grupos.com.br

Exemplo 5:

Segundo SEBRAE,

Formação do Preço de Venda na Indústria

Para uma decisão acertada quanto ao preço de venda de seus produtos, você tem que considerar vários fatores, sendo os principais os custos que incorrem sobre a fabricação e venda dos produtos e uma análise apurada dos preços praticados pelos seus concorrentes.

Primeiramente, você tem que saber identificar e classificar os custos que sua indústria tem, e olha que não são poucos, por isso não se esqueça de nenhum. Para auxiliá-lo, explicitaremos algumas definições, antes de continuarmos nossa conversa.

Custo Variável de Produção (CVP) são todos aqueles que estão diretamente ligados à produção, variando proporcionalmente à quantidade produzida.

Custos Fixos (CF) são todos aqueles que independem da produção e venda dos produtos, melhor dizendo, produzindo, vendendo ou não as indústrias os têm.

Custos Variáveis de Vendas (CVV) são todos aqueles que incidem sobre o preço de venda dos produtos, variando de acordo com a quantidade vendida, sendo eles representados em percentual.

Outro componente do preço de venda é a margem de lucro, que toda empresa almeja, pois é dela que virá a remuneração do capital investido.

Para que o leitor possa visualizar e compreender melhor, utilizaremos como exemplo uma indústria de confecção de roupas de cama, que fabrica basicamente lençóis de solteiro (a) e de casal (b).

Para facilitar seu entendimento ordenamos os seguintes passos:

**1º Passo:** verificar nas notas fiscais de compras de materiais diretos e embalagens, somar os valores correspondentes a embalagem, IPI, seguro e frete, que será igual ao seu preço de compra.

Fazer uma planilha (quadro 1) e discriminar:

- a) todos os insumos, bem como embalagens;
- b) a unidade de medida correspondente a cada item;
- c) quantificar o consumo unitário de cada item;
- d) colocar custo unitário de cada item (preço de compra);
- e) multiplicar a quantidade consumida pelo custo;
- f) somar todos os valores encontrados, o que resultará em seu custo variável de produção unitário (CVP)

**Quadro 01 - Custo variável de produção unitário (CVP):**

**A) Lençol de solteiro; B) Lençol de casal.**

**Valor em R\$**

Insumos	un	Qtd produto A	preço de compra insumo	CVP produto A	Qtd produto B	CVP produto B
tecido	m	1,90	5,30	10,07	2,50	13,25
linha	-	-	-	0,07	-	0,10
etiqueta	un	01	0,15	0,15	01	0,15
embalagem	un	01	0,18	0,18	01	0,18
<b>CVP</b>				<b>10,47</b>		<b>13,68</b>

**2º Passo:** estimar a quantidade de peças a serem produzidas no mês; A estimativa é de 2.000 peças/mês

**3º Passo:** estimar todos os custos fixos da empresa (quadro 2);

**Quadro 2 - CUSTOS FIXOS**

item	Discriminação	Valor em R\$
01	Salários + enc. sociais	1.540,00
02	Pró-Labore + Enc. Sociais	1.000,00
03	Honorários Contábeis	250,00
04	Água e Energia	340,00
05	Combustível e Lubrificantes	100,00

06	Lanche	200,00
07	Material Limpeza/Escritório	40,00
08	Telefone	150,00
09	Depreciação	845,00
10	Aluguel	800,00
<b>Total</b>		<b>5.265,00</b>

**4º Passo:** dividir o valor estimado de custo fixo mensal pela quantidade estimada de peças a serem produzidas, sendo que o resultado será o custo fixo unitário (CFU) – esta é uma das várias formas de rateio dos custos fixos

Custo Fixo Unitário (CFU) = CUSTO FIXO (CF) MÊS: QTDE. PEÇAS/MÊS

Custo Fixo Unitário - **CFU = R\$ 5.265,00/mês: 2000peças/mês**, portanto, **(CFU) = R\$ 2,63**

**5º Passo: Calcular o custo de produção unitário (CP)**

Custo de Produção (CP) = Custo variável de produção (CVP) + custo fixo unitário (CFU)

a) Lençol de Solteiro

CP = \$ 10,47 + \$ 2,63, **CP = R\$ 13,10**

b) Lençol de casal

CP = \$ 13,68 + \$ 2,63, **CP = R\$ 16,31**

**6º Passo:** verificar quais são os custos variáveis de vendas (CVV) -% de impostos + % de comissão;

<b>Discriminação</b>	<b>%</b>
a) impostos	
Imposto de Renda	0,35
+ Contribuição Social	0,35
+ COFINS	1,05
+ PIS/Pasep	0,25
+ INSS	3,02
+ ICMS	2,58
+ IPI	0,50
<b>= SUPER SIMPLES</b>	<b>8,10</b>
+ b) Comissão s/Vendas	10,00
<b>= CVV</b>	<b>18,10% s/ preço de venda)</b>

**OBS.:** Se a sua empresa está enquadrada no Simples Nacional, utilize o percentual correspondente a sua faixa de enquadramento.

**6º Passo:** definir a margem de lucro pretendida.

A margem de lucro pretendida é de 10% para os produtos A e B.

**7º Passo:** calcular o preço de venda dos produtos

Fórmula básica:

$$\text{preço de venda (PV)} = \frac{\text{custo de produção (CVP+CFU)} \quad \text{CP}}{100\% - (\%CVV + \% \text{ lucro})} = \frac{\quad}{100\% - (18,10\% + 10\%)}$$

**a) Lençol de Solteiro**

$$\text{PV} = \frac{\text{R\$ } 13,10}{71,9\%} = \$ 18,22, \text{ portanto: } \text{PV} = \text{R\$ } 18,22$$

**b) Lençol de casal**

$$\text{PV} = \frac{\text{R\$ } 16,31}{71,9\%} = \$ 22,68 \text{ portanto: } \text{PV} = \text{R\$ } 22,68$$

**Apuração do preço de venda**

**a) Lençol de Solteiro**

CVP..... R\$ 10,47  
(+) CFU..... R\$ 2,63  
(+) CVV..... 18,10% sobre PV (R\$ 18,22 x 18,10%) = R\$ 3,30  
(+) lucro..... 10,00% sobre PV (R\$ 18,22 x 10,00%) = R\$ 1,82

**= preço de venda = R\$ 18,22**

**b) Lençol de Casal**

CVP ..... R\$ 13,68  
(+) CFU ..... R\$ 2,63  
(+) CVV ..... 18,10% sobre pv (R\$ 22,68 x 18,10%) = R\$ 4,10  
(+) lucro..... 10,00% sobre pv (R\$ 22,68 x 10,00%) = R\$ 2,27

**= preço de venda = R\$ 22,68**

### **3 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Administrar os custos e investir na correta formação do preço de vendas, seja dos produtos fabricados em uma indústria, seja das mercadorias para revenda em um comércio, ou na realização da prestação de um serviço, é tarefa indispensável para a geração de um preço justo e competitivo.

Ao gestor não cabe somente saber onde o dinheiro da empresa está investido, é saber como e onde alocar cada despesa para controlar e buscar alternativas para que a empresa industrial, comercial ou prestadora de serviços, possam se manter de forma competitiva no mercado. Saber diferenciar custos de despesas, classificando-as corretamente é ferramenta primordial para se controlar os gastos. Um dos grandes fatores para sobreviver no mercado consumidor está na formação do preço de venda.

Encontrar um método perfeito para controlar os custos é o sucesso das empresas, acima de tudo e continuarão girando a roda do desenvolvimento e da distribuição de renda.

Fixar preços de venda competitivos é uma tarefa que exige do empresário o conhecimento das componentes que dão origem ao preço de venda dos produtos e serviços, é uma questão que afeta, diretamente, a vida de uma empresa, independentemente de seu tamanho, da natureza de seus produtos ou do setor econômico de sua atuação. Essa dificuldade de formar preços pode atingir toda cadeia produtiva, desde o fornecedor de matéria-prima, passando pelo fabricante, distribuidores, varejistas até o consumidor final.

O preço ideal de venda é aquele que cobre os custos do produto e ainda proporciona o retorno desejado pela empresa.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RIBEIRO, Osni Moura, **Contabilidade Básica Fácil**. 20ª edição – São Paulo. Editora Saraiva, 1996.

Matz, Curry, Frank – Contabilidade de Custos. 2ª Edição – São Paulo. Editora Atlas S.A., 1987

Megliorini, Evandir - Contabilidade de Custos : Análise e Gestão - 2.ed. São Paulo: Pearson Prentice, 2007.

### SITES CONSULTADOS

[www.sebrae.sp.org.br](http://www.sebrae.sp.org.br)

[www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

<http://www.ead.sebrae.com.br/lista-de-cursos/>

<http://www.sobreadministracao.com/formacao-do-preco-de-venda-saiba-tudo/>,  
acessado em 10/09/2021, online.

[www.fluxo-de-caixa.com/fluxo\\_de\\_caixa/preco\\_venda.htm](http://www.fluxo-de-caixa.com/fluxo_de_caixa/preco_venda.htm), acessado em 10/09/2021  
online.

[www.grupos.com.br/](http://www.grupos.com.br/), acessado 10/09/2021.