

FACULDADE DE TECNOLOGIA SENAC CAÇADOR
Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Finanças e Custos

Fabiola Menin
Shirley Aparecida Fragoso
Vinícius Koehler

**ANÁLISE DOS CUSTOS E PROPOSTA DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA
EM UMA OFICINA MECÂNICA NO RAMO DE MOTOCICLETAS DO MUNICÍPIO
DE CAÇADOR-SC**

Caçador
2017

Fabiola Menin
Shirley Aparecida Fragoso
Vinícius Koehler

**ANÁLISE DOS CUSTOS E PROPOSTA DE FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA
EM UMA OFICINA MECÂNICA NO RAMO DE MOTOCICLETAS DO MUNICÍPIO
DE CAÇADOR-SC**

Projeto Integrador de Curso de Pós-Graduação
apresentado à banca examinadora da
Faculdade Senac de Caçador como requisito
parcial para a obtenção do título de
Especialista em Finanças e Custos.

Orientador: Daniel Knebel Baggio

Caçador
2017

Fabiola Menin
Shirley Aparecida Fragoso
Vinicius Koehler

**ANÁLISE DOS CUSTOS E PROPOSTA PARA FORMAÇÃO DO PREÇO DE
VENDA EM UMA OFICINA MECÂNICA NO RAMO DE MOTOCICLETAS DO
MUNICÍPIO DE CAÇADOR-SC**

Projeto Integrador de Curso de Pós-Graduação
apresentado à banca examinadora da
Faculdade Senac de Caçador como requisito
parcial para a obtenção do título de
Especialista em Finanças e Custos.

Daniel Knebel Baggio (Orientador)

Scheine Neis Alves da Cruz De Bastiani

Márcio Camargo

Caçador, 09 de dezembro de 2017.

AGRADECIMENTOS

Às pessoas que nos cercaram em todos os momentos nessa pós-graduação, não esquecendo também DE agradecer a Deus por nos permitir encerrar mais esse ciclo em nossas vidas. As pessoas que amamos, aos professores que nos presentearam com seu vasto conhecimento e a toda equipe da Faculdade Senac Caçador.

“Escreva algo que valha a pena ler ou faça algo que valha a pena escrever” (Benjamin Franklin).

RESUMO

O presente Projeto Integrador tem como objetivo geral, elaborar uma ferramenta de controle financeiro que seja de fácil acesso e preenchimento para eliminar ou diminuir as falhas em uma empresa do ramo de serviços mecânicos de motocicletas e motonetas nacionais, situada na cidade de Caçador/SC. Para desenvolvimento deste estudo foi proposto como objetivo analisar e apresentar os principais custos de uma oficina de prestação de serviços e produtos na área mecânica de motocicletas e através disto sugerir um método de formação do preço de venda eficaz. No que diz respeito à metodologia utilizou-se as formas bibliográfica, exploratória, entrevista de livre-narrativa e documental que contou com os arquivos fornecidos pela empresa. Para o referencial teórico foram utilizados livros de diversos autores para adquirir conhecimento no assunto envolvido e o desenvolvimento foi realizado na empresa para obter a coleta de dados. Após a análise das planilhas de controle financeiro, se obteve êxito ao atingir o objetivo, corrigindo os erros e tendo fácil visualização, através da classificação de custos, onde o proprietário pode observar todas as entradas e saídas da empresa, os custos, despesas, sua margem de contribuição, ponto de equilíbrio, além de facilitar o trabalho na aplicação do método *markup* a fim de implantar a sugestão de formação do preço de venda. Dessa forma, a organização num todo, pode planejar de maneira mais fácil e rápida, antecipando seus atos com relação ao caixa da empresa, se antepondo a qualquer situação que possa vir a surpreendê-la.

Palavras-chave: Controles, Custos, Formação do preço de venda.

ABSTRACT

The purpose of the present Integrator Project is to develop a financial control tool that is easy to access to completely eliminate or reduce the flaws in a company of the mechanical services for motorcycles and motor scooters, located in the city of Caçador / SC. For the development of this study, specific objectives were proposed, such as: raising the theoretical reference for cost management and selling price formation, making a general separation to record the contribution margin, fixed costs, variables, expenses fixed and variable present throughout the study carried out in the company, new proposals of prices of the products. As far as the methodology was used, the bibliographical, exploratory, free-narrative and documentary forms were used, with the files provided by the company. For the theoretical reference, books of several authors were used to acquire knowledge on the subject involved and the development was carried out in the company to obtain the data collection. After analyzing the financial control worksheets, it has been successful in achieving the general objective and also the specific ones, correcting the errors and having an easy visualization, through the classification of costs, where the owner can observe all the entrances and exits of the company, the costs, expenses, its contribution margin, break even, and facilitate the work in the application of markup method in order to implement the suggestion of formation of the sale price. In this way, the organization as a whole can plan more easily and quickly, anticipating its actions in relation to the company's cash position, putting itself before any situation that may surprise it.

Keywords: Controls, Costs, Sales price formation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1- Fórmula para calcular o custo de mercadorias vendidas em empresas comerciais.....	20
Quadro 2 - Fórmula para calcular o capital de giro.....	24
Figura 1- Método de Controle: PEPS.....	26
Figura 2 - Método de Controle: UEPS.....	27
Figura 3 - Ponto de Equilíbrio.....	34
Figura 4 - Cadastro dos Materiais.....	42
Figura 5 - Notas Fiscais Emitidas.....	44
Gráfico 1- Representação de valores sobre o preço de venda do produto no mês de Janeiro.....	52
Gráfico 2 - Representação de valores sobre o preço de venda do produto no mês de Fevereiro.....	53
Gráfico 3 - Representação de valores sobre o preço de venda do produto no mês de Março.....	54
Figura 6 - Exemplo de precificação por <i>Markup</i> utilizando excel.....	55

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Receitas Trimestrais.....	43
Tabela 2 – Custos e Despesas Fixas no Trimestre.....	45
Tabela 3 – Porcentagem dos Custos e Despesas Fixas do Trimestre.....	46
Tabela 4 – Custos e Despesas Variáveis no Trimestre.....	46
Tabela 5 – Margem de Contribuição no Mês de Janeiro.....	48
Tabela 6 – Margem de Contribuição no Mês de Fevereiro.....	48
Tabela 7 – Margem de Contribuição no Mês de Março.....	48
Tabela 8 – Ponto de Equilíbrio no Trimestre.....	49
Tabela 9 – Margem de Segurança no Trimestre.....	50

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	12
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Objetivos	14
1.1.1 <i>Objetivo Geral</i>	14
1.1.2 <i>Objetivos Específicos</i>	15
1.2 Justificativa	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 Contabilidade de Custos	17
2.1.1 <i>Contabilidade de custos em empresas não industriais</i>	17
2.2 Classificação dos custos em diretos e indiretos	18
2.2.1 <i>Custos Diretos</i>	18
2.2.2 <i>Custos Indiretos</i>	18
2.3 Classificação dos produtos em relação ao volume de produção	19
2.3.1 <i>Custos fixos</i>	19
2.3.2 <i>Custos variáveis</i>	20
2.3.3 <i>Custo de produtos vendidos</i>	20
2.3.4 <i>Despesas, Gastos e Investimentos</i>	20
2.3.4.1 <i>Despesas Fixas</i>	21
2.3.4.2 <i>Despesas Variáveis</i>	21
2.4 Contabilidade de Custos para o setor de serviços	22
2.5 Planejamento e controle	22
2.6 Capital de Giro	23
2.6.1 <i>O cálculo do capital de giro</i>	23
2.7 Estoques	24
2.7.1 <i>Critérios para valorização de estoque</i>	25
2.7.1.1 <i>PEPS</i>	25
2.7.1.2 <i>UEPS</i>	26
2.8 Métodos de custeio	28
2.8.1 <i>Custeio por Absorção</i>	28
2.8.2 <i>Custeio Variável</i>	29
2.9 Formação do preço de venda	29
2.9.1 <i>Preço</i>	30
2.9.2 <i>Formação do preço com base no mercado</i>	31
2.9.3 <i>Formação do preço com base no custo</i>	31
2.9.4 <i>Formação do preço pelo método Markup</i>	31
2.9.5 <i>Margem de lucro sobre o preço de venda</i>	32

2.9.6 Rentabilidade Versus Lucratividade	32
2.9.7 Margem de Contribuição	32
2.9.8 Ponto de Equilíbrio	33
3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	37
3.1 Caracterização da pesquisa	37
3.2 Técnica de coleta de dados.....	38
3.3 Análise dos Dados	38
4 CONTEXTUALIZAÇÃO E RESULTADOS	39
4.1 Contextualização	39
4.1.1 Conhecendo os processos da empresa	39
4.1.2 Perfil dos Clientes	39
4.1.3 Principais Empresas Concorrentes	39
4.1.4 Principais Organizações que Atuam como Parceiro	40
4.1.5 Principais Clientes.....	40
4.1.6 Comportamento do Consumidor	40
4.1.7 Segmento Empresarial.....	40
4.1.8 Definição do Produto.....	40
4.1.9 Método de Reposição de Estoques.....	41
4.1.10 Verificação da Mercadoria.....	41
4.1.11 Regime Tributário.....	41
4.1.12 Cadastro dos Produtos.....	41
4.2 Apresentação e análise crítica dos resultados.....	42
4.2.1 Formação do Preço de Venda.....	42
4.2.2 Planilhas Custos e Despesas da Empresa.....	43
4.2.3 Receitas das Vendas.....	43
4.2.4 Custos e Despesas Fixos.....	44
4.2.5 Custos Variáveis e Despesas Variáveis	46
4.3 Sugestão para Formação do Preço de Venda	47
4.3.1 Margem de Contribuição	47
4.3.2 Ponto de Equilíbrio	49
4.3.3 Margem de Segurança.....	49
5 PROPOSIÇÃO PARA FORMAÇÃO DO PREÇO VENDA ATRAVÉS DO METÓDO MARKUP.....	51
5.1 Markup.....	51
6 CONCLUSÃO	57
REFERÊNCIAS.....	58
APÊNDICES	60

APRESENTAÇÃO

O presente trabalho refere-se ao Projeto Integrador do Curso de Pós-Graduação Lato Sensu em Finanças e Custos da Faculdade SENAC Caçador/SC. Ele foi realizado em uma oficina de prestação de serviços e produtos na área mecânica no segmento de motocicletas que atende a cidade de Caçador e região.

O presente documento está composto da introdução, na qual se apresenta o tema e os objetivos do estudo, motivo pelo qual se justifica o levantamento dos dados, uma fundamentação teórica para embasamento do estudo, as técnicas utilizadas para coleta de dados, análise e interpretação dos dados, chegando por fim a contextualização, resultados e a proposta para a empresa em questão.

1 INTRODUÇÃO

Um fator de grande importância para a sobrevivência de uma empresa nos dias atuais é um rigoroso controle e um vasto conhecimento sobre seus reais custos dos produtos ou serviços prestados. Com um mercado cada vez mais controlado e preciso, se faz necessário o conhecimento na área de custos, visto que a empresa se mantém com um valor competitivo a concorrência trazendo também lucratividade, podendo ainda analisar qual mudança pode ser realizada dentro da sua instituição caso a condição financeira da organização exija.

Ressalta-se que, de nada adiantará a empresa controlar seus custos se não souber calcular sua margem de lucro, a qual é o principal objetivo de todas as organizações com fins lucrativos.

Com o levantamento realizado será possível perceber a falta de um controle de custos na instituição e como isso lhe prejudica na competitividade do ramo. Muitas vezes os preços dos produtos da empresa não se mantem no preço praticado no mercado ou para se manter competitivo precisa diminuir sua margem de lucro. Percebe-se portanto, o efeito que a falta de conhecimento dos custos na empresa causa, pois poderia estar diminuindo seus gastos, efetuando troca de fornecedores, produtos sem saída e não precisaria necessariamente do aumento dos preços de vendas ou de corte na sua margem de lucro.

A empresa estudada é uma prestadora de serviços mecânicos de motocicletas e motonetas nacionais. Seu mercado é direcionado às várias classes sociais e tem como foco manter em dia a manutenção da motocicleta para a segurança do motociclista.

A empresa nasceu de uma paixão por motos. O proprietário já trabalhava há 15 anos no ramo, sendo que na data de 08 de maio do ano de 2009 teve a empresa formalizada juridicamente no segmento de comércio de peças e acessórios e manutenção de motocicletas.

O comércio está localizado no mesmo endereço, desde sua fundação, o que agregou valores positivos no aspecto de localização e confiança da clientela e tem como abrangência um raio de 100 km ao redor de sua oficina englobando os seguintes municípios, Caçador, Rio das Antas, Videira, Pinheiro Preto, Tangara,

Ibiam, Iomerê, Treze Tílias, Rio das Pedras, Fraiburgo, Monte Carlo, Lebon Regis, Curitiba, Santa Cecília, Timbó Grande, Calmon, Porto União, União da Vitória.

A empresa disponibiliza de um acervo de serviços e peças para motocicletas multimarcas. Garantia dos seus produtos e serviços e atendimento especializado.

Atualmente, a empresa não possui nenhum controle de custo e nenhuma técnica contábil para definir seu preço de venda. Na parte de formação de preço de venda o mesmo é estipulado através do valor de compra da mercadoria aliado com experiência do proprietário no ramo e a precificação do mercado, não trazendo assim um resultado que informe se a prática utilizada é suficiente para a sobrevivência da empresa. Portanto, o tema do presente estudo se refere a análise de custos e formação do preço de venda.

Para que a instituição estudada consiga se manter competitiva no mercado e pensando no crescimento da empresa, verificou-se a necessidade de um maior controle de custos, do qual irá proporcionar um preço de venda eficaz que além de trazer lucros manterá a empresa em nível de seus concorrentes podendo alavancar seus resultados se tornando pioneira no mercado.

Diante do exposto, pergunta-se: quais são os principais custos dos produtos e técnicas de formação do preço de venda para uma oficina mecânica de motocicletas?

1.1 Objetivos

Através da necessidade exigida de se obter um maior controle sobre os custos da empresa e assim gerar um aprimoramento na área da gestão dos custos, define-se o objetivo geral e os objetivos específicos.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar os principais custos de prestação de serviços e produtos em uma oficina na área mecânica de motocicletas e sugerir um método de formação do preço de venda.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar o estudo e levantamento do referencial teórico voltado a gestão de custos e formação do preço de venda;
- Verificar o custo dos produtos;
- Identificar a margem de contribuição, os custos fixos, variáveis, despesas fixas e variáveis;
- Apresentar o método *markup* para formação do preço de venda dos produtos.

1.2 Justificativa

Foi observada uma carência de controles administrativos e estratégicos da empresa, um problema bastante comum em empresas principalmente de pequeno porte ou por muitas vezes familiares.

Outro obstáculo bem comum dessas empresas é a falta de conhecimento do encarregado pela área de custos, despesas e lucros ou simplesmente a inexistência desse tipo de controle, trazendo informações erroneamente, influenciando diretamente na formação do preço de venda e no principal objetivo da empresa, o lucro.

Com o mercado de trabalho cada vez mais competitivo, a grande concorrência e o aumento contínuo de gastos, se faz necessário, além da busca pela ampliação na carteira de clientes, a fidelização dos clientes atuais, trabalho este que será reflexo da conclusão deste projeto, pois os itens de melhorias citados anteriormente juntamente com o alto conhecimento dos funcionários no ramo de serviços para motocicletas, aliados a um bom atendimento e com preços altamente competitivos trará o resultado desejado, ressaltando que todos os pontos apresentados são de suma importância para a empresa.

O presente trabalho é oportuno, pois trará um *feedback* da situação atual da empresa e das políticas adotadas pelo mercado de trabalho na área estudada, apresentando melhorias a serem realizadas a fim de que se mantenha atualizada e competitiva.

Diante desses fatos, este trabalho justifica-se pela necessidade de apresentar para a empresa estudada a importância de aplicar os controles

administrativos, objetivando a formação do preço de venda exato que resultará conseqüentemente na lucratividade e competitividade ao nível dos seus concorrentes no quesito valores de produtos e serviços prestados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esse subcapítulo tratará melhor sobre o assunto abordado e o tema discutido até o momento, analisando a importância para as empresas terem um controle de custos para a formação do seu preço de venda.

2.1 Contabilidade de Custos

Segundo Martins (2010), a contabilidade de custos nasceu da contabilidade financeira, da necessidade de avaliar estoques na indústria. Seus princípios derivam dessa finalidade e conseqüentemente nem sempre conseguem atender completamente com eficácia as suas outras tarefas: controle e decisão.

“A contabilidade tem por fim registrar os fatos e produzir informações que possibilitem ao titular do patrimônio o planejamento e controle de sua ação.” (GONÇALVES; BAPTISTA, 1996, p. 24).

2.1.1 Contabilidade de custos em empresas não industriais

Com as mudanças para a nova forma de utilizar a Contabilidade de Custos, ocorreu um maior aproveitamento em outros campos não industriais. No caso de instituição não tipicamente daquela natureza, tais como instituições financeiras, empresas comerciais, firmas de prestação de serviço, etc., onde seu uso para efeito de Balanço era quase irrelevante, devido a ausência de estoques. Passou-se então, a explorar seu potencial para o controle e até para as tomadas de decisões (MARTINS, 2010).

Os custos são gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços. Portanto, estão associados aos produtos ou serviços produzidos pela entidade. São consumidos pelos estoques. Exemplos: gastos com matérias primas, embalagens, mão de obra fabril, alugueis e seguros de instalações fabris etc (BRUNI, 2012).

2.2 Classificação dos custos em diretos e indiretos

“Antes de se estudar o comportamento dos custos, torna-se necessário classifica-los para um melhor entendimento.” (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009, p. 26).

2.2.1 Custos Diretos

São custos que podem ser apropriados de maneira objetiva aos produtos elaborados, pois há uma forma de medição clara de seu consumo durante a fabricação. Um exemplo é as matérias primas que farão parte integrante do produto final (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009).

Conforme Martins (2010) custos diretos são custos que bastam haver uma medida de consumo (quilogramas de materiais consumidos, embalagens utilizadas, horas de mão de obra) para que possa ser diretamente apropriado ao produto.

“Custos relativos á aquisição da mercadoria ou relativos ao emprego de material direto no processamento industrial dos bens.” (BERTÓ; BEULKE, 2005, p. 22).

Bruni (2012) afirma que estão associados diretamente a produção, sendo aqueles incluídos de forma objetiva no cálculo dos produtos ou serviços comercializados. Consistem nos materiais diretos usados na fabricação do produto e mão de obra direta. Apresentam a propriedade de serem perfeitamente mensuráveis de maneira objetiva.

2.2.2 Custos Indiretos

Custos Indiretos são custos dos quais não oferecem condição de medida objetiva e qualquer tentativa de alocação tem de ser feita de maneira estimada e muitas vezes arbitrária como, por exemplo, aluguel (MARTINS, 2010).

“Apresentam como característica, em geral, a impossibilidade de ser medidos, identificados, quantificados diretamente em cada unidade comercializada.” (BERTÓ; BEULKE, 2005, p. 23).

Para Nascimento (2001, p. 26):

Custo indireto é o que embora não incida diretamente sobre a produção ou a venda, é parte integrante como resultante da participação das atividades de apoio ou auxiliar ao processo de transformação, produção e comercialização de um bem ou serviço. Exemplo: custos de manutenção industrial e administração da fabricação.

Conforme diz Neves (2000, p.18) “se a empresa produz apenas um produto; todos os custos são diretos. Às vezes o custo é direto por natureza, mas é de tão pequeno valor que não compensa o trabalho de associa-lo a cada produto, sendo tratado como indireto”.

2.3 Classificação dos produtos em relação ao volume de produção

A classificação dos custos em função do volume de produção dará ênfase as quantidades elaboradas de cada um dos produtos e se subdividem em custos fixos e variáveis (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009).

“Outra classificação usual é a que leva em consideração a relação entre o valor total de um custo e volume de atividade numa unidade de tempo. Divide basicamente os Custos em Fixos e Variáveis.” (MARTINS, 2010, p. 50).

2.3.1 Custos fixos

Segundo Dubois, Kulpa e de Souza (2009) são os custos dos quais os valores serão os mesmos, qualquer que seja o volume de produção da empresa, dentro de um intervalo relevante. Portanto, eles não apresentam qualquer variação, em função do nível de produção.

“Sua característica é a de se manter inalterados face ao volume de atividade, dentro de certos limites de capacidade, ou seja, não se modificam em razão do crescimento ou de retração do volume dos negócios dentro desses limites.” (BERTÓ; BEULKE, 2005, p. 23).

Martins (2010) denomina como exemplo o valor do imóvel que independente de aumentos ou diminuições naquele mês do volume elaborado de produtos, o aluguel geralmente é um custo fixo.

2.3.2 Custos variáveis

Como explica Dubois, Kulpa e de Souza (2009), os custos variáveis sempre apresentarão alguma variação em função das quantidades produzidas, onde a medida em que as quantidades forem aumentando, os custos também irão crescendo, de maneira diretamente proporcional ao volume da produção.

Martins (2010) classifica como custos variáveis o valor global do consumo dos materiais diretos por mês que depende diretamente do volume de produção. Quanto maior a quantidade produzida maior seu consumo. O valor do custo com tais materiais varia de acordo com o volume de produção.

“São aqueles cujos valores se alteram em função do volume produzido.” (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, p. 29, 2009).

Exemplo: Matérias prima consumida

2.3.3 Custo de produtos vendidos

Para empresas comerciais a preocupação está em computar o custo de mercadorias vendidas como demonstrado pelo quadro 1. A quantidade de compras representa o custo de mercadorias adquiridas durante o período para revenda (VANDERBEC; NAGY, 1999).

Quadro 1 - Fórmula para calcular o custo de mercadorias vendidas em empresas comerciais

Estoque inicial de mercadoria
+ Compras (mercadorias)
= Mercadoria Caixa para venda
- Estoque Final de mercadorias
= Custo de mercadorias vendidas

Fonte:(VANDERBECK; NAGY, 2001, p.19, adaptado)

2.3.4 Despesas, Gastos e Investimentos

Segundo Gonçalves e Baptista (1996) existem gastos que nunca serão custos, porque não preenchem a condição básica de estarem vinculados ao

processo de produção de bens ou serviços ou á atividade de aquisição de mercadorias para revenda.

“Os custos relacionam-se com a produção (fábrica), enquanto as despesas dizem respeito ás áreas de apoio, tais como: administração, finanças e comercial” (THEISS; KRIECK, 2005, p. 14).

Conforme Bruni (2012) as despesas correspondem aos bens e serviços consumidos direta ou indiretamente para a obtenção de receitas. São consumos temporais e não estão ligados à produção de um produto ou serviço. Como exemplo de despesas pode ser citado gastos com salários de vendedores, gastos funcionários etc.

Segundo Bruni (2012) os gastos consistem no sacrifício financeiro com qual a entidade arca para a obtenção de um produto ou serviço qualquer. Segundo a contabilidade, serão em ultima instancia classificados como custos e despesas, dependendo de sua participação na elaboração do produto ou serviço.

Os investimentos são gastos de consumo futuro ou diferido, enquanto custos e despesas são gastos incorridos ou consumidos. Custos são gastos consumidos pelos estoques. Despesas são gastos consumidos no tempo. Os investimentos apenas serão consumidos no futuro. (BRUNI, 2012).

2.3.4.1 Despesas Fixas

Para Theiss e Kriek (2005) despesas fixas são as parcelas que se mantêm constantes, independentemente os volumes de produção ou vendas. Um exemplo desta despesa é o aluguel do prédio que abriga a indústria, a loja ou o escritório.

2.3.4.2 Despesas Variáveis

Despesas variáveis são aquelas parcelas que apresentam variabilidade de acordo com os volumes físicos de produção ou vendas. Na produção é a matéria prima e a mão de obra direta que varia, enquanto que nas vendas são os tributos e as comissões sobre as vendas (THEISS; KRIECK, 2005).

2.4 Contabilidade de Custos para o setor de serviços

“Serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada. Sua produção pode ou não estar vinculada a um produto físico” (KOTLER, 1996, p. 403).

Vanderbeck e Nagy (1999) explicam que um serviço é benefício intangível, como consultoria, projeto, cuidados pessoais, transporte e entretenimento. Ele não possui propriedades físicas e é consumido no momento em que é fornecido. Não pode ser guardado ou armazenado, e portanto não é colocado em estoque. Exemplos de empresas de serviços incluem empresas de contabilidade, linhas aéreas, cabeleireiros, encanadores, times profissionais de esportes e restaurantes. Perceba que algumas empresas de serviços têm uma matéria prima ou produto ligado a elas. Um restaurante por exemplo, está no negocio de servir alimentos e a alimentação em si tem propriedades tangíveis.

2.5 Planejamento e controle

Conforme Vanderbeck e Nagy (1999) o valor final da contabilidade de custos repousa no uso dos dados acumulados e relatados. Uma das principais funções da contabilidade de custos é de desenvolver informações que a gestão pode usar para planejar e controlar operações.

Planejamento é o processo de estabelecer objetivos ou metas para a empresa e de determinar os meios pelos quais a empresa irá atingi-los. O planejamento eficaz é facilitado pelo seguinte: **1. Objetivos claramente definidos da operação de manufatura.** Estes objetivos podem ser expressos no numero de unidades a serem produzidas, na qualidade desejada, no custo estimado por unidade, ou no momento necessário para satisfazer a demanda do cliente sem manter estoques excessivos. **2. Um plano de produção que ajudará e guiará a empresa a atingir os seus objetivos.** Este plano detalhado inclui descrição das operações de manufatura necessárias que serão executadas, uma projeção das necessidades de pessoal para o período, e a coordenação da aquisição oportuna de materiais e instalações (VANDERBECK; NAGY, 1999, p. 16, grifo do autor).

Para Dubois, Kulpa e De Souza (2009) uma das principais fontes de trabalho do planejamento é a estimativa das quantidades de produtos que deverão ser vendidas. Com base nisto, cabe planejar as providências para que os mesmos sejam produzidos no período de tempo exigido.

Controle é o processo de monitorar as operações da instituição e determinar se os objetivos identificados no processo de planejamento estão sendo realizados. Um controle eficaz pode ser obtido designando responsabilidade, medindo e comparando resultados periodicamente e tomando a ação corretiva necessária (VANDERBECK; NAGY, 1999).

Dubois, Kulpa e De Souza (2009) destacam que sem controle, o sucesso do planejamento e execução não pode ser assegurado sob condições normais e conscientes de boa administração. Deve ser analisada a apuração dos desvios entre o que deveria ser atingido e o que realmente ocorreu, ou seja, a identificação das variações entre o previsto e o realizado.

2.6 Capital de Giro

Segundo Dubois, Kulpa e de Souza (2009) o capital de giro é um valor monetário que a empresa deve dispor para poder “girar” no mercado que disputa, durante um determinado período. Normalmente, o período considerado é de um mês. Portanto, capital de giro é o sacrifício financeiro que a empresa deve manter disponível para financiar o seu ciclo operacional, isto é, envolve a aquisição dos materiais diretos e a sua estocagem, os estoques de produtos acabados e o recebimento de valores referentes à comercialização dos bens ou serviços.

“O capital de giro é o resultado das operações que ocorrem com alguns elementos necessários para a empresa poder manter-se de maneira competitiva no mercado” (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009, p. 138).

2.6.1 O cálculo do capital de giro

Para realizarmos este cálculo utilizamos dois tipos de elementos: positivo e negativo. O elemento positivo corresponde aos fornecedores de materiais que financiam a empresa que os adquire e o elemento negativo corresponde aos devedores por vendas (clientes), estoques de materiais diretos que a empresa é obrigada a manter e aos estoques de produtos acabados que referem-se ao produtos acabados que a organização deve possuir (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009).

Com base nos dados citados anteriormente, o capital de giro que a empresa está apresentando será o resultado dos elementos negativos a ela, deduzido do único elemento positivo que é o fornecedor (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009).

O quadro 2 demonstra a fórmula para o cálculo:

Quadro 2 – Fórmula para calcular o capital de giro

Devedores por vendas (Clientes)
+ Estoque de materiais diretos
+ Estoque de Produtos acabados
- Fornecedores
= Capital de Giro

Fonte: (DUBOIS, KULPA, DE SOUZA, 2009, p.141, adaptado)

Ainda segundo Dubois, Kulpa e de Souza (2009) os itens denominados “negativos” são representados por aqueles para os quais a empresa deve dispor de numerário no suficiente no seu caixa para poder girar durante 30 dias na sua atividade.

2.7 Estoques

Estoque pode ser definido como o volume de bens disponíveis para uma produção futura, tratando-se de materiais que deverão ser transformados. Quando o estoque se refere a bens produzidos, as quantidades não comercializadas correspondem ao estoque de produtos elaborados (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009, p. 49).

Para Viana (2000) os estoques são recursos que possuem valor econômico, os quais representam um investimento destinado a incrementar as atividades de produção e atender aos clientes.

Os estoques constituem um vínculo entre as etapas do processo de compra e venda no processo de comercialização em empresas comerciais e entre as etapas de compra, transformação e venda no processo de produção de empresas industriais. Em qualquer ponto do processo formado por essas etapas, os estoques desempenham um papel importante na flexibilidade operacional da empresa. Funcionam como amortecedores das entradas e saídas entre as duas etapas dos

processos de comercialização e de produção, pois minimizam os efeitos de erros de planejamento e as oscilações inesperadas de oferta e procura, ao mesmo tempo em que isolam ou diminuem as interdependências das diversas partes da organização empresarial (CHIAVENATO, 2005).

2.7.1 Critérios para valorização de estoque

Segundo Nascimento (2001) pode-se utilizar três métodos para valorar estoques e custear as saídas de materiais do almoxarifado; PEPS – Primeiro a Entrar e Primeiro a Sair; UEPS – Último a Entrar e Primeiro a Sair; PME – Preço Médio de Estoque, este que é resultante da média aritmética ponderada entre o valor total das entradas e as quantidades adquiridas.

Para Ribeiro (1996) se faz necessário adotar um critério para a determinarmos o custo das mercadorias estocadas, tendo em vista que a empresa poderá adquirir um mesmo tipo de mercadoria em datas diferentes, pagando por ela preços diferentes.

2.7.1.1 PEPS

“A sigla PEPS significa Primeiro que Entra, Primeiro que Sai, e é também conhecida como FIFO, iniciais da frase inglesa *First In, First Out*” (RIBEIRO, 1996, p. 72).

Nascimento (2001) explica que no PEPS, o custeio das saídas e a valorização do estoque são feitos tendo como base o preço correspondente a aquisição, entrada do material ou produto. Ou seja, a baixa da saída do material requisitado para o consumo ou venda será feito pelo mesmo preço que corresponde a sua aquisição ou produção, até a última unidade em estoque.

“Para melhor visualização, segue as sete operações apresentadas no início deste tópico, devidamente registradas na respectiva ficha:” (RIBEIRO, 1996, p. 72).

Figura 1- Método de Controle: PEPS

MERCADORIA: PORTAS DE CEDRO TAMANHO 2,00 × 0,80 m										
MÉTODO DE CONTROLE: PEPS										
DATA	HISTÓRICO	ENTRADAS			SAÍDAS			SALDO		
		QUANT.	CUSTO UNIT.	CUSTO TOTAL	QUANT.	CUSTO UNIT.	CUSTO TOTAL	QUANT.	CUSTO UNIT.	CUSTO TOTAL
05/02	NF nº 7.002	100	100	10.000	—	—	—	100	100	10.000
08/02	NNF* nº 101	—	—	—	20	100	2.000	80	100	8.000
10/02	NF nº 8.592	50	113	5.650	—	—	—	80	100	8.000
								50	113	5.650
								130		13.650
19/02	NF nº 9.721	50	159	7.950	—	—	—	80	100	8.000
								50	113	5.650
								50	159	7.950
								180		21.600
20/02	NNF nº 115	(10)	159	(1.590)	—	—	—	80	100	8.000
								50	113	5.650
								40	159	6.360
								170		20.010
27/02	NNF nº 102	—	—	—	80	100	8.000			
					50	113	5.650			
					10	159	1.590	30	159	4.770
					140		15.240			
28/02	NFE nº 142	—	—	—	(5)	159	(795)	35	159	5.565
	TOTAIS	190		22.010	155		16.445			

Fonte: Ribeiro (1999, p. 72)

Ao se utilizar o PEPS, acaba-se por agregar ao produto, o menor valor existente do material nos estoques. Essa subavaliação do custo do produto elaborado acaba por apropriar um resultado contábil maior para o exercício em que for vendido. É lógico que o material estocado, avaliado por preços maiores, será apropriado no futuro à produção, mas é provável que então o preço de venda também seja maior (MARTINS, 2008).

2.7.1.2 UEPS

“A sigla UEPS significa último que entra, primeiro que sai, e é também conhecida por LIFO, iniciais da frase inglesa *Last In, First Out*.” (RIBEIRO, 1996, p. 73).

Segundo Nascimento (2001) esse método tem como vantagem atualizar automaticamente os custos de materiais consumidos ou em estoque. Como efeito,

na determinação do resultado operacional, pode reduzir a lucratividade do exercício em função de que a atualização sempre ocorre pelo preço da última entrada e não pelo preço médio.

Ribeiro (1996) para uma melhor visualização, pode-se observar a seguir as sete operações apresentadas:

Figura 2 - Método de Controle: UEPS

MERCADORIA: PORTAS DE CEDRO TAMANHO 2,00 × 0,80 m										
MÉTODO DE CONTROLE: UEPS										
DATA	HISTÓRICO	ENTRADAS			SAÍDAS			SALDO		
		QUANT.	CUSTO UNIT.	CUSTO TOTAL	QUANT.	CUSTO UNIT.	CUSTO TOTAL	QUANT.	CUSTO UNIT.	CUSTO TOTAL
05/02	NF nº 7.002	100	100	10.000	—	—	—	100	100	10.000
08/02	NNF nº 101	—	—	—	20	100	2.000	80	100	8.000
10/02	NF nº 8.592	50	113	5.650	—	—	—	80	100	8.000
								50	113	5.650
								130		13.650
19/02	NF nº 9.721	50	159	7.950	—	—	—	80	100	8.000
								50	113	5.650
								50	159	7.950
								180		21.600
20/02	NNF nº 115	(10)	159	(1.590)	—	—	—	80	100	8.000
								50	113	5.650
								40	159	6.360
								170		20.010
27/02	NNF nº 102	—	—	—	40	159	6.360			
					50	113	5.650			
					50	100	5.000	30	100	3.000
					140		17.010			
28/02	NFE nº 142	—	—	—	(5)	100	(500)	35	100	3.500
	TOTAIS	190		22.010	155		18.510			

Fonte: Ribeiro (1999, p. 74)

Para Martins (2008) existe um risco na adoção do UEPS, visto que o estoque de materiais é avaliado por preços antigos. No dia em que houver utilização desse estoque sem que tenha havido compras adicionais, será ele apropriado ao produto; este estará então subavaliado em comparação com preços recentes, e todo o resultado não apresentado anteriormente será contabilizado agora.

2.8 Métodos de custeio

Para Dubois, Kulpa e de Souza (2009) o objetivo de todos os métodos de custeio é determinar o custo unitário de cada bem ou serviço produzido por uma empresa. Eles partem das configurações dos custos diretos e indiretos. Os métodos procuram atribuir os gastos apresentados pela organização para cada um dos bens ou serviços produzidos.

2.8.1 Custeio por Absorção

É o único método de custeio aceito pela contabilidade financeira que atende aos princípios contábeis, método de custeio que consiste na alocação de todos os custos (diretos e indiretos). O custeio por absorção incorpora todos os tipos de custos aos produtos, sendo um dos mais usados no mundo, com base no custo total, é possível a formação do preço de venda de cada produto a partir do seu custo, que servira de referência para a atuação non mercado (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009).

Segundo Padoveze (1998) o custeio por absorção, por ser mais conservador, tende a deixar os empresários mais tranquilos, sabendo que todos os custos foram apropriados e, com isso, os parâmetros para formação de preços de venda estariam mais bem embasados. No entanto, o custeio por absorção apresenta-se falho em muitas circunstâncias, como instrumento gerencial de tomada de decisão, pois tem como principal dificuldade o tratamento a ser dado aos custos fixos, que podem levar a alocações arbitrárias e até enganosas, se não forem estruturadas em bases científicas. Independente de qual o critério a ser adotado entre tantos existem, nenhum eliminação a subjetividade da alocação dos custos fixos aos produtos, sendo que a escolha do critério a ser adotado será tomado com base no custo-benefício que cada critério apresentará a cada situação específicas.

A contabilidade financeira preocupa-se com o registro formal e legal das informações sobre os custos, neste processo caracteriza-se pelo uso do método de custeio por absorção, que estabelece que todos os gastos produtivos, inclusive os indiretos devem ser incorporados ao valor dos estoques. Na contabilidade gerencial, tem a função de auxiliar o processo de tomada de decisões, surgem procedimentos

alternativos de custeio, como o custeio variável, que evitam tocar na complexidade e subjetividade dos procedimentos de rateio de gastos indiretos. (BRUNI, 2012).

Para Crepaldi (1998, p. 83):

O Custeio por Absorção ou Custeio Pleno consiste na apropriação de todos os custos (sejam eles fixos ou variáveis) à produção do período. Os gastos não fabris (despesas) são excluídos. É o método derivado da aplicação dos princípios fundamentais de contabilidade e é, no Brasil, adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal.

2.8.2 Custeio Variável

Cashin (1982) teoriza que a grande contribuição trazida pelo custeio variável em detrimento ao custeio por absorção é o conhecimento da margem de contribuição que é resultado da diferença entre a receita e os custos e despesas variáveis.

Leone (1997) explica que quanto maior for a margem de contribuição, maior será o lucro, desde que a margem seja a maior que os custos fixos, isto é, que a margem de contribuição cumpra sua função de cobrir seus custos fixos.

Para Dubois, Kulpa e de Souza (2009) define-se como aquele no qual os custos fixos são alocados aos resultados como se fossem despesas, enquanto os custos e despesas variáveis são elementos fundamentais para a obtenção da margem de Contribuição. O custeio variável serve apenas como instrumento de gerencia, pois fere os princípios contábeis da realização, competência e confrontação. Ocorre que os custos fixos, neste método, são reconhecidos como despesas, ainda que nem todos os produtos fabricados tenham sido vendidos.

Crepaldi (1998, p. 111) salienta que:

“Custeio Variável (também conhecido como Custeio Direto) é um tipo de custeamento que consiste em considerar como custo de produção do período apenas os Custos Variáveis incorridos. Os Custos Fixos, pelo fato de existirem mesmo que não haja produção, não são considerados como custo de produção e sim como despesas, sendo encerradas diretamente como resultado do período”

2.9 Formação do preço de venda

A formação de preços representa uma das mais importantes e nobres atividades empresarias. A definição equivocada do preço pode arruinar um negócio e

o preço deve ser superior aos custos plenos incorridos, ai inclui os tributos. Da diferença entre os preços e os custos plenos e impostos nascem o conceito de lucro e a manutenção das atividades empresariais (BRUNI, 2012).

Dubois, Kulpa e de Souza (2009) explica que antigamente, as organizações fixavam os preços de seus produtos tomando como base um custo total adicionado de uma certa margem que lhes possibilitasse cobrir as despesas e ainda proporcionar um determinado lucro. Era um tipo de formação de preços inflexível e totalmente intuitivo, que não levava em consideração um método mais bem elaborado. Quando se deseja fixar preços de venda para os produtos com base científica, deve-se levar em consideração métodos de custeio mais abrangentes.

Para Nascimento (2001) em primeiro lugar, deve ser atribuída uma determinada margem bruta de comercialização ou contribuição sobre o custo unitário de produção. Se a empresa já pratica preços no mercado e não pode reajusta-los, sob pena de ser alijada, devem ser mantidos e deve-se buscar o ganho marginal na redução de custos.

A formação de preços é o processo em que uma empresa, tendo como base em seus custos, estimativas de vendas e outras variáveis relacionadas com sua produção ou operação, determina o preço ideal de venda de seus produtos ou serviços. A análise de preços é efetuada para permitir a avaliação da lucratividade de produtos e serviços já existentes ou novos, além da formulação de estratégias competitivas (SANTOS, 1991).

2.9.1 Preço

Segundo Bruni (2012) várias podem ser as técnicas quantitativas associadas ao processo de formação de preços onde buscam construir o preço com base nos custos incorridos, que podem ser mensurados e analisados sob diferentes óticas. Todo e qualquer preço de qualquer produto sempre estará limitado pelo mercado. O preço estará limitado entre o custo e o valor: nenhuma empresa oferecerá produtos por preço inferiores ao custo por tempo indeterminado.

2.9.2 Formação do preço com base no mercado

O enfoque moderno utiliza a equação do preço de venda na seguinte ordem: “lucro = preço de venda (-) custos (-) despesas”, considerando-se que o preço é dado pelo mercado. De acordo com o enfoque moderno, para maximizar o lucro, as empresas precisam reduzir os custos e despesas, mantendo ou melhorando a qualidade dos produtos, para não comprometer sua parcela de participação no mercado (HOJI, 2006).

2.9.3 Formação do preço com base no custo

Geralmente, as empresas calculam o preço de venda mediante a seguinte equação: “preço de vendas = custos (+) despesas (+) lucro”. É bastante simples a formação de preço baseado nos custos, uma vez calculado o custo de produção, sobre ele adicionam-se os impostos, as despesas de comercialização e administrativas e o lucro desejado. (HOJI, 2006)

2.9.4 Formação do preço pelo método Markup

Conforme Hoji (2006) o *markup* é uma taxa predeterminada com o objetivo de determinar o preço de venda e se a base for o custo total, a taxa de *markup* adicionada deve ser suficiente para cobrir os impostos, as despesas e lucro desejado. Quando o *markup* é aplicado em indústria, os cálculos são feitos com base no custo de produção. Quando é aplicado em comércio, os cálculos são feitos com base no custo da mercadoria, pela sua simplicidade, é um método amplamente utilizado em comércio, de pequeno e médio porte.

Para qualquer consideração sobre o tema formação de preços, o *markup* torna-se um elemento fundamental. O método consiste em adicionar uma certa margem de lucro aos custos do produto fabricado ou aos serviços prestados. Esta margem de lucro é representada por um percentual que, ao ser adicionado aos custos totais do produto, deverá propiciar um preço de venda que dará sustentação para a empresa cobrir todas as suas despesas, além de permitir que a mesma obtenha um valor satisfatório de lucro (DUBOIS; KULPA; DE SOUZA, 2009).

2.9.5 Margem de lucro sobre o preço de venda

Segundo Santos (1991) este método de precificação consiste em estabelecer o preço com base no custo unitário apurado, com objetivo de obter uma margem de lucro sobre esse próprio preço a ser calculado. Existem encargos incidentes sobre o preço que precisam ser considerados no cálculo desse preço. O custo financeiro referente ao prazo de pagamento concedido aos clientes também é considerado na formação do preço.

2.9.6 Rentabilidade Versus Lucratividade

Bruni (2012) destaca que geralmente se pensa no ganho em função do lucro em reais obtido pela venda de cada produto e serviço, de forma relativa, na margem de lucro auferida, na análise financeira do negócio e muito mais importante que a análise da lucratividade é a análise da rentabilidade, que busca apresentar os ganhos não em função dos lucros sobre as vendas, mas em função dos lucros sobre os investimentos feitos no negócio.

2.9.7 Margem de Contribuição

Para Dubois, Kulpa e de Souza (2009) a separação de custos e despesas em seus componentes fixos e variáveis é útil para comparar as receitas com os custos e despesas variáveis. Os elementos variáveis são diretamente ligados na produção, enquanto os custos e despesas fixas dizem respeito muito mais a capacidade de produzir do que a produção propriamente dita. A diferença entre o preço de venda (ou receitas) e os custos e despesas variáveis é chamada de margem de contribuição.

Ainda segundo Dubois, Kulpa e de Souza (2009) a margem de contribuição (MgC) é um elemento útil para as decisões. Um exemplo é quando um produto está dando prejuízo porém, se a MgC for suficientemente elevada, a empresa pode continuar operando. Como alguns custos e despesas fixas não são elimináveis em curto prazo (como depreciação e alugueis), a contribuição obtida será benéfica. Por outro lado, se a MgC for negativa e não houver expectativa ou possibilidade de reverter esta situação, as receitas são menores do que os gastos variáveis totais.

Neste caso seria melhor abandonar o produto e, em termos globais, será melhor encerrar as atividades da empresa.

A margem de contribuição representa um dos mais importantes conceitos em gestão de custos. Corresponde à sobra das receitas sobre os gastos variáveis, sejam custos ou despesas. Os efeitos de sua utilização são evidentes: a margem analisa apenas a relação entre receitas e gastos variáveis, geralmente diretos, foge da polêmica questão do rateio dos gastos indiretos (BRUNI, 2012).

Hoji (2006) explica que uma vez apurada a Margem de Contribuição Unitária (MCU), que é a margem de contribuição relativa a uma unidade do produto, basta multiplicá-la pela quantidade total de vendas para obter a Margem de Contribuição Total (MCT), pois ela varia proporcionalmente ao volume produzido e vendido.

Exemplo:

Preço unitário de venda (líquido de impostos):	R\$ 100,00
(-) Custos variáveis unitários:	R\$ 4,30
(-) Despesas variáveis unitárias:	<u>R\$ 0,90</u>
(=) Margem de contribuição unitária (MCU):	R\$ 4,80

MCT = Quantidade de produtos vendidos X MCU

Exemplo:

Produtos vendidos	7.500
(x) MCU	<u>R\$ 4,80</u>
(=) MCT	R\$ 36.000

“Margem de Contribuição (MC) é o valor resultante das vendas (líquidas de impostos) deduzidas dos CDVs” (HOJI, 2006, p. 340).

2.9.8 Ponto de Equilíbrio

Segundo Dubois, Kulpa e de Souza (2009) para que uma empresa consiga conhecer qual seu ponto de equilíbrio ela precisa primeiramente ter o conhecimento da composição de todos os seus gastos e a formação dos preços dos seus produtos, a partir daí poderá saber qual a quantidade de cada um deles para começar a obter lucro.

É notório que para uma empresa vender um ou mais produtos, ela deverá incorrer em gastos para produzi-los, antes de iniciar a sua comercialização e, conseqüentemente, obter sua receita. Nestes momentos, a empresa apresentará gastos maiores que receitas e, portanto ocorrerá prejuízo. Porém a partir de determinado momento, haverá certa quantidade vendida que determinará um ponto neutro, isto é, o prejuízo será igual a zero e, a partir daí, a empresa irá começar a apresentar lucro (receitas maiores que os gastos). Este ponto neutro é denominado Ponto de Equilíbrio. Ele ocorre quando os gastos se igualam as receitas (DUBOIS, KULPA; DE SOUZA, 2009, p. 179).

A análise do ponto de equilíbrio é por natureza estática e indica uma situação econômica para determinado nível de produção e período, onde a receita total é igual ao custo total (NASCIMENTO, 2001).

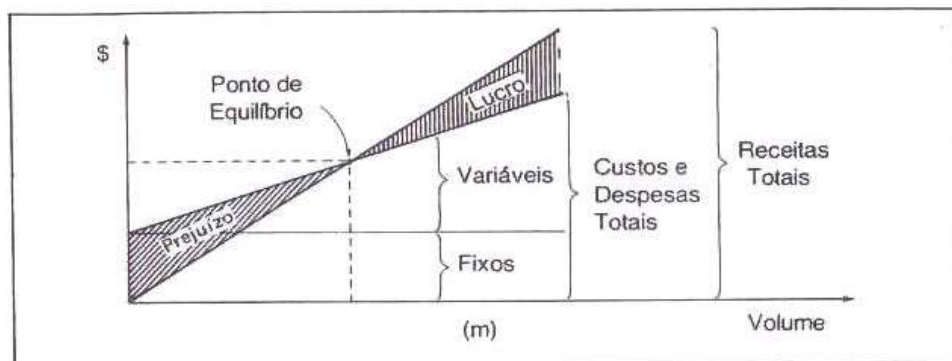
Para Hoji (2006) no Ponto de Equilíbrio (PE) a empresa está vendendo a quantidade de produtos suficiente para cobrir, além dos CDVs, os CDFs, ou seja, os Custos e Despesas Totais (CDTs). Acima do PE, a empresa passa a ter um lucro líquido de R\$ 4,80 para cada unidade vendida (utilizando os mesmos valores do exemplo da MCU). O PE em quantidades é calculado com a seguinte equação:

$$PE = \frac{CDF}{MCU}$$

Hoji (2006) reforça que sabendo-se que a MCU é R\$ 4,80 e custo de despesas fixas é R\$ 36.000, a quantidade de venda necessária para cobrir todos os custos e despesas é calculada como a seguir: $PE = \frac{36.000}{4,80} = 7.500$ unidades

“Simplificando nossas visualizações e admitindo como absolutamente lineares as representações tanto das Receitas quanto dos Custos e Despesas, teremos a seguinte reprodução gráfica ao Ponto de Equilíbrio” (MARTINS, 1995, p. 229):

Figura 3 - Ponto de Equilíbrio



Fonte: Martins (1995, p. 229)

Para Martins (1995) até esse ponto, a empresa está tendo mais Custos e Despesas do que Receitas, encontrando-se assim, na faixa do Prejuízo; acima, entre a faixa do lucro. Esse ponto é definido tanto em unidades (volume) quanto em reais.

Martins (2008, p. 258) exemplifica uma empresa com os seguintes dados:

- Preço de venda = R\$ 500/un;
- Custo + Despesas Variáveis = R\$ 350/un;
- Custos + Despesas Fixas = R\$ 600.000/mês.

A empresa obterá seu ponto de Equilíbrio quando suas Receitas Totais equalizarem seus Custos e Despesas Totais: $RT=(C + D)T$

Quantidade X R\$ 500/un. = Quantidade X R\$ 350/un. + R\$ 600.00/mês

Quantidade X (R\$ 500/un. – R\$ 350/un.) = R\$ 600.000/mês

Ponto de Equilíbrio = $\frac{\text{R\$ 600.000/mês}}{\text{(R\$ 500/un. – R\$ 350/un.)}} = 4.000\text{un/mês}$

Ou seja,

Ponto de Equilíbrio = $\frac{\text{Custos + Despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$

Para sua transformação em reais de Receitas Totais, basta fazer:

4.000 un/mês X R\$ 500/un. X R\$ 2.000,00/mês, que é o Ponto de Equilíbrio em reais.

Realmente quando houver esse volume de vendas, teremos como Custos e Despesas Totais:

Variáveis: 4.000 un. X R\$ 350/un. = R\$ 1.400,000

Fixos: R\$ 600,000

Soma = R\$ 2.000,000

Com o resultado então igual a zero.

A partir da unidade de número 4.001, cada Margem de Contribuição unitária que até ai contribuía para a cobertura dos Custos e Despesas Fixas passa a contribuir para a formação do lucro. Logo, caso sejam produzidas e vendidas 4.100 unidades darão um lucro equivalente a soma das Margens de Contribuição das 100 unidades que ultrapassaram o Ponto de Equilíbrio:

100 un. X R\$ 150,00/un. = R\$ 15.000

Comprova-se:

Receitas Totais: 4.100 un. X R\$ 500/un.

(-) Custos e Despesas Totais:

Variáveis: 4.100un. X R\$ 350/un.=R\$ 1.435,000

Fixos: R\$ 600,000 R\$ 2.035,000

Lucro R\$ 15.000

Este cálculo só é válido, no Custeio por Absorção, quando a produção for igual à venda, em termos de unidades; caso contrário, haverá sempre o problema dos Custos Fixos mantidos em estoque que provocarão alterações, tanto para mais, quanto para menos. No Custeio Variável, o resultado será sempre igual ao calculado em função dessas relações entre o Custo e o Volume (MARTINS, 1995).

Finaliza Martins (1995, p. 230) “no Custeio por Absorção, o Resultado será calculado pelo Ponto de Equilíbrio (ou Custeio Variável), menos os custos fixos do estoque anterior mais os do estoque final”.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Este tópico abrange os procedimentos metodológicos utilizados para realizar a pesquisa. Os procedimentos foram distribuídos nos seguintes itens: caracterização da pesquisa, técnicas de coleta de dados e na forma da análise dos dados.

3.1 Caracterização da pesquisa

Inicialmente os dados para a pesquisa foram obtidos através de pesquisas bibliográficas.

Gil (2002) define pesquisa bibliográfica como um material já elaborado obtido principalmente de livros e artigos científicos.

A pesquisa realizada também contou com forma exploratória aonde Prodanov e Freitas (2013) definem como uma pesquisa preliminar com finalidade de proporcionar maiores informações sobre o assunto a ser investigado.

A pesquisa exploratória possui planejamento flexível o que permite o estudo do tema sob diversos ângulos e aspectos. Em geral envolve:

- Levantamento bibliográfico;
- Entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado;
- Análise de exemplos que estimulem a compreensão (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 52).

A pesquisa exploratória permite que o pesquisador através de um embasamento bibliográfico possa aprofundar seu conhecimento do funcionamento da organização estudada.

Também utilizando a forma de entrevista de livre-narrativa, aonde se busca alcançar informações através de relatos de pessoas sobre o assunto a ser pesquisado.

A entrevista de livre-narrativa é segundo Pádua (2004) também denominada não-diretiva, aonde o entrevistado é solicitado a falar livremente a respeito do tema pesquisado.

E por fim a pesquisa documental que analisa os documentos que não receberam uma análise aprofundada. Esse tipo de pesquisa segundo Silva e Grigolo (2002) serve para tratar e interpretar a informação bruta para que assim se possa

extrair dela algum sentido e agregar-lhe valor, contribuindo assim com um maior conhecimento da área estudada.

3.2 Técnica de coleta de dados

Após o embasamento teórico foram realizadas visitas a empresa, e através de uma entrevista de livre-narrativa com o proprietário Sr. Alberto Koehler, que é o proprietário e único funcionário registrado, foi possível adquirir um maior entendimento sobre o histórico da empresa e também dos seus procedimentos aplicados nos processos de reposição de estoque, recebimento, estocagem, cadastro, precificação, vendas e registros em geral, bem como também seus objetivos para com a comunidade, perfil dos clientes, produtos e seus principais concorrentes.

Também foi possível extrair dados através da observação natural ou informal, pelo fato da existência de um colega acadêmico, filho do proprietário, que presencia no dia a dia os serviços da organização estudada.

Optou-se pela coleta de informações financeiras referente a três meses. Foram compilados os dados dos meses de janeiro, fevereiro e março de 2017, para uma melhor visualização e avaliação dos gastos realizados no trimestre.

Para Lakatos e Marconi (1999) a observação natural ou informal é aquele aonde o observador pertence ao mesmo grupo que investiga.

3.3 Análise dos Dados

Nesta etapa estão relatados os procedimentos utilizados na coleta dos dados durante a pesquisa, visando atingir o objetivo do estudo.

A análise dos dados se dá de forma descritiva, aonde Bós (2012) afirma que toda a análise de dados deve-se iniciar com as variáveis que se pretende utilizar. Ele também complementa que com os resultados da análise podemos identificar os possíveis problemas.

Desse modo, visando assim obter as informações necessárias para formação dos preços dos produtos oferecidos pela empresa a seus clientes, gerando quadros e tabelas que evidenciam os resultados.

4 CONTEXTUALIZAÇÃO E RESULTADOS

Este capítulo se caracteriza pela apresentação dos processos da empresa, a elaboração das sugestões que buscam alcançar os objetivos do estudo e por fim os resultados.

4.1 Contextualização

A empresa estudada foi fundada 08 de maio do ano de 2009 devido a uma paixão por motos e a um histórico de 15 anos de trabalho no ramo. Trata-se de uma prestadora de serviços mecânicos de motocicletas e motonetas nacionais.

Atualmente a organização abrange um raio de 100 km ao redor de sua oficina englobando todos os municípios vizinhos e disponibilizando de um acervo de serviços e peças para motocicletas multimarcas, garantia dos seus produtos, serviços e atendimento especializado.

4.1.1 *Conhecendo os processos da empresa*

Nos próximos itens apresenta-se a forma da qual a empresa trabalha atualmente, qual o seu público alvo, seus concorrentes e seus controles internos.

4.1.2 *Perfil dos Clientes*

O perfil dos clientes da empresa se caracteriza de uma forma diversificada, atingindo diversas idades, ambos os sexos, oferecendo serviços para todas as classes sociais, com diferentes estilos de vida. Assim, a empresa atende desde os praticantes de esportes, os que utilizam para trabalho, lazer ou os que optam por um veículo mais econômico.

4.1.3 *Principais Empresas Concorrentes*

Segue as principais empresas concorrentes da Beto Motos:

- Universal Motos
- Videcross Honda
- Batistella

- Ratinho
- Prevedo
- Colussi Yamaha
- Forlin

4.1.4 Principais Organizações que Atuam como Parceiro

A empresa Beto Motos não detém parcerias com nenhum concorrente, dispondo apenas dos descontos nas compras através do CNPJ.

4.1.5 Principais Clientes

A empresa tem os seguintes principais clientes: empresas de segurança privada, empresas de tele entregas ou que possuam serviços de entrega, autônomos e pessoas físicas em geral.

4.1.6 Comportamento do Consumidor

Empresas e pessoas que necessitam de manutenção e reposição de peças e serviços para suas motocicletas.

4.1.7 Segmento Empresarial

A empresa atualmente presta serviços de manutenção e comércio de peças para motocicletas e motonetas.

4.1.8 Definição do Produto

A empresa Beto Motos conta com uma variedade de produtos de revenda para motocicletas como óleos lubrificantes, pneus, pastilhas e patins de freio, câmaras de ar, elementos elétricos e outros acessórios em geral, além de contar com um serviço de mão de obra especializado.

4.1.9 Método de Reposição de Estoques

O método de reposição de estoques é realizado sem um controle específico, apenas com a visualização dos produtos que estão em estoque, assim, quando o Sr. Alberto Koehler identifica o baixo estoque de algum produto, ele estabelece contato com os fornecedores, solicitando orçamentos para o mesmo produto e optando por gerar a compra do produto com o preço mais barato. A compra também pode ser efetuada pela visita de um representante dos fornecedores na empresa.

Depois de escolhido o fornecedor, escolhe-se uma empresa que realizará a entrega dentro do estado de Santa Catarina, pois as compras são realizadas apenas dentro do estado, visando menores impostos.

4.1.10 Verificação da Mercadoria

Depois de recebida a mercadoria, ela é verificada manualmente junto à guia da nota fiscal, buscando observar a integridade física do produto pelo fato da compra de produtos frágeis, como lâmpadas, carenagens, etc. Se encontrada alguma mercadoria danificada, a empresa informa o fornecedor e a transportadora, para que sejam substituídos os materiais danificados.

4.1.11 Regime Tributário

Assim como várias microempresas e empresas de pequeno porte a Beto Motos é optante do regime simples nacional, pelo fato de ser uma empresa do comércio localizada no estado de Santa Catarina, que não ultrapassa a receita bruta de R\$ 180.000,00 anual, tendo sua alíquota fixa de 4%, composto por 1,25% de ICMS e 2,75% de INSS.

4.1.12 Cadastro dos Produtos

Os produtos são cadastrados no próprio emissor de notas fiscais. Cadastros estes, que são adicionados, excluídos ou atualizados quando necessário. A empresa não dispõe de outros softwares ou planilhas para controle dos produtos cadastrados, como pode ser visualizado na figura 4:

Figura 4 - Cadastro dos Materiais

Código	Descrição	Valor Un. Com	Valor Un. Trib
0105	ABRACADERIA	15,0000	15,0000
0108	ACIONADOR PINGOR CORRENTE COMANDO	40,0000	40,0000
0112	ACOTIVO ÁGUA RADIADOR	25,0000	25,0000
0106	AGULHA BOLA CARUADOR	20,0000	20,0000
0121	AGULHA E VARE DO PISTONETE	20,0000	20,0000
0117	ALTA LID DO TANQUE	70,0000	70,0000
0175	ALÇA TRASEIRA	30,0000	30,0000
006	ANEL MEDIÇÃO CILINDRO INTERNO L/E		
000	ARO DE RODA		
003	ARO PAROL	15,0000	15,0000
011	ARO RODA 38X185 TODAS [2]TRAS. *41,000*	70,0000	70,0000
0103	ARRANQUE [ESCOPAS]	40,0000	40,0000
0104	ARRVORE DE COMANDO	250,3300	250,3300
0101	BALANCM ADMICRIST 125	57,4000	57,4000
001	BATERIA	180,0000	180,0000
0113	BAU	400,0000	400,0000
012	BAU 33 LITROS PRETO C/RELETOR *41,000*	98,0000	98,0000
0104	BIELA	30,0000	30,0000
0125	BLOCO COTEO	140,3000	140,3000
0177	BOLA TANQUE	80,0000	80,0000
003	BORRACHA PEDAL DE APLIC	15,0000	15,0000
004	BRACO OSCILADOR	70,0000	70,0000
009	BRACO SELETOR	15,0000	15,0000
0104	BUCHA DA SALVAÇA	30,0000	30,0000
006	BULBÃO C/LED	30,0000	30,0000
0173	BUSINA	75,0000	75,0000
047	CABO DE ENFREASEM	20,0000	20,0000
033	CABO DE ENFREASEM TITAN 2002/2004 *41,000*	15,0000	15,0000
0134	CABO DE FREIO	30,0000	30,0000
040	CABO DE VELOCIMETRO	25,0000	25,0000

Fonte: Empresa Beto Motos (2017)

No cadastro do produto são lançadas apenas informações básicas como a descrição do produto, valor unitário de compra e o código interno.

4.2 Apresentação e análise crítica dos resultados

Este item se caracteriza pela apresentação e análise dos resultados alcançados com os dados levantados e estudos realizados na organização durante o projeto.

4.2.1 Formação do Preço de Venda

A empresa forma seus preços espelhando-se nos preços de venda dos concorrentes e também pela própria experiência do empresário no ramo. Desse modo, podendo acarretar em uma formação de preço errônea, pois os concorrentes não possuem os mesmos gastos, margens de lucro, regimes tributários, quantidades

de produtos adquiridos e vendidos, entre outras variáveis que estão ligadas à formação dos preços de vendas dos produtos.

4.2.2 Planilhas Custos e Despesas da Empresa

Por não possuir um controle dos custos e despesas, viu-se necessário o levantamento destes dados. Diante desta necessidade, foram obtidos os dados através da entrevista com o empresário e através dos dados e registros fornecidos pela contabilidade da empresa.

Optando pela escolha de três meses, foram copilados os dados dos meses de janeiro, fevereiro e março de 2017, para uma melhor visualização e avaliação dos gastos realizados no trimestre.

4.2.3 Receitas das Vendas

A empresa objeto de estudo, por atuar no ramo do comércio, tem suas receitas representadas pela soma das vendas de mercadorias adquiridas e comercializadas, gerando assim seu faturamento mensal.

Tabela 1 – Receitas Trimestrais

PERÍODO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	TOTAL
RECEITAS	9.520,00	7.861,50	12.636,10	30.017,60

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Os valores anteriores foram obtidos através da soma das notas de venda da empresa, registradas no emissor de notas fiscais eletrônicas, como pode ser visualizado na figura 5:

Mediante acordo entre as duas empresas, elas dividem os custos e despesas fixas da seguinte forma, aonde a oficina Beto Motos arca com o pagamento das despesas com internet e telefonia de ambas as empresas, e a revenda efetua o pagamento do aluguel do prédio e da água consumida por elas. Os demais custos e despesas fixas são pagos separados.

Segundo o Sr. Alberto Koehler, por se tratarem de valores muito próximos, foi realizada essa divisão dos gastos para facilitar os serviços de pagamentos para ambas as empresas.

Tabela 2 – Custos e Despesas Fixas no Trimestre

CUSTOS E DESPESAS FIXAS	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	TOTAL
PLANO DE SAÚDE	214,55	214,55	214,55	643,65 R\$
DESPESAS COM SEGURANÇA	220,85	220,85	220,85	662,55 R\$
SALÁRIOS E ENCARGOS	937,0	937,0	937,0	2.811,0 R\$
DESPESAS COM INTERNET	54,0	54,0	54,0	162,0 R\$
PLANO DE TELEFONIA	239,94	239,94	239,94	719,82 R\$
DESPESAS ADMINISTRATIVAS (CONTÁBEIS)	450,0	450,0	450,0	1.350,0 R\$
TOTAL	2.116,34	2.116,34	2.116,34	6.349,02 R\$

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

A empresa conta com um funcionário apenas, apurando os encargos salariais, décimo e férias, chega-se ao custo no valor de R\$ 937,00 por mês.

Os custos e despesas com Internet, telefonia, contabilidade, plano de saúde e segurança, são determinados por meio de contratos, sendo pagos através de mensalidades fixas todos os meses.

Para obter o percentual dos custos e despesas fixas nos meses de Janeiro, Fevereiro e Março, utilizam-se os valores totais dos meses apresentados nas tabelas 1 e 2 citados anteriormente, dividindo-se os custos e despesas fixas pelas receitas,

multiplicando o total por 100 (cem), para assim obter os percentuais dos custos e despesas fixas sobre a receita conforme segue na tabela 3.

Tabela 3 – Porcentagem dos Custos e Despesas Fixas do Trimestre

CUSTOS E DESPESAS FIXAS (%)	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
CUSTOS E DESPESAS FIXAS	2.116,34	2.116,34	2.116,34
(/) RECEITA	9.520,0	7.861,5	12.636,1
(*) 100	22,23%	26,92%	16,75%

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

4.2.5 Custos Variáveis e Despesas Variáveis

Como os custos e despesas fixas, as variáveis também têm seus custos ligados à produção e as despesas ao administrativo. Porém, os custos e despesas variáveis estão diretamente voltados à produção e as vendas, aumentando conforme os produtos são produzidos ou vendidos. No caso da Beto Motos, irão variar conforme são vendidas as peças e acessórios, aumentando ou diminuindo proporcionalmente às vendas realizadas.

Tabela 4 – Custos e Despesas Variáveis no Trimestre

CUSTOS E DESPESAS VÁRIAVEIS	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	TOTAL
PRODUTOS ADQUIRIDOS	3.824,13	3.321,10	6.331,38	13.476,61
IMPOSTOS	380,80	314,46	505,44	1.200,70
TOTAL	4.204,93	3.635,56	6.836,82	14.677,31

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Os valores dos produtos adquiridos são decorrentes seja da compra de produtos para reposição de estoque, como de encomendas de clientes ou também de investimentos em novos produtos para venda.

No caso da energia elétrica, ela não foi inclusa nos gastos da Beto Motos pelo fato da divisão acordada entre ela e a revenda de motocicletas, aonde quem arca com o pagamento da energia elétrica é a revenda.

Visualizando as tabelas anteriores pode-se observar que as compras de mercadorias variam conforme a necessidade da empresa obtendo assim os valores

totais de compra de mercadoria de R\$ 3.824,13 em Janeiro, R\$ 3.321,10 em Fevereiro e R\$ 6.331,38 em Março.

Já os impostos irão variar dependendo da quantidade de produtos vendidos, aplicando a taxa de 4% sobre os valores totais vendidos, devido ao enquadramento no regime tributário do simples nacional.

4.3 Sugestão para Formação do Preço de Venda

Entre as muitas variáveis que influenciam no sucesso de uma empresa a formação do preço de vendas dos produtos é uma delas. A definição de quanto cobrar por um produto é importante para o crescimento do negócio, para isso deve-se considerar certos detalhes.

A formação do preço se faz importante para qualquer fase do negócio principalmente no seu início, onde a empresa estará fidelizando seus clientes.

A má formação dos preços pode ser fatal, devido ao fato de influenciar diretamente nas tomadas de decisão do gestor.

Levando em conta essa importância, pode-se observar a necessidade da implantação do método *markup* para a formação do preço de venda e de alguns cálculos que auxiliam para a tomada de decisão, como podem ser vistos a seguir.

4.3.1 Margem de Contribuição

A margem de contribuição é um indicador de grande importância e que deve ser analisado regularmente tendo como característica ser objetivo e simples de calcular.

A margem de contribuição representa o quanto o lucro da venda de cada produto contribuirá para a empresa cobrir seus custos e despesas fixas e ainda gerar lucro após o pagamento dos custos fixos e variáveis.

Através destes conceito, quanto maior a margem de contribuição, maior a possibilidade de aumento dos lucros, caso contrário para reduzir este indicador deve-se reduzir os custos variáveis e para isso pode-se:

- Melhorar os processos operacionais;
- Reduzir os desperdícios, melhor aproveitamento dos produtos;
- Realização de treinamento dos colaboradores;

- Na compra dos produtos, procurar cotações com os fornecedores visando os melhores preços para compra.

Para calcular a margem de contribuição utiliza-se a seguinte fórmula:

$$MC = \text{Venda Bruta} - \text{Custos e Despesas Variáveis}$$

Através desta forma consegue-se chegar a margem de contribuição que auxiliará a encontrar o preço de venda.

Nas tabelas 5, 6 e 7 a seguir, pode-se visualizar sucessivamente a margem de contribuição aplicada para os meses de Janeiro, Fevereiro e Março, aonde foram aplicadas as especificações citadas anteriormente. Os resultados da margem de contribuição calculada serão utilizados para calcular o ponto de equilíbrio.

Tabela 5 – Margem de Contribuição no Mês de Janeiro

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	JANEIRO	%
RECEITA (VENDA BRUTA)	9.520,0	100%
(-) CUSTOS E DESPESAS VÁRIAVEIS	4.204,93	44%
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5.315,07	56%

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 6 – Margem de Contribuição no Mês de Fevereiro

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	FEVEREIRO	%
RECEITA (VENDA BRUTA)	7.861,50	100%
(-) CUSTOS E DESPESAS VÁRIAVEIS	3.635,56	46%
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	4.225,94	54%

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Tabela 7 – Margem de Contribuição no Mês de Março

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	MARÇO	%
RECEITA (VENDA BRUTA)	12.636,10	100%
(-) CUSTOS E DESPESAS VÁRIAVEIS	6.836,82	54%
= MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5.799,28	46%

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Para encontrar a porcentagem representativa que a margem de contribuição, os custos e despesas variáveis representam na receita, divide-se cada um pelo valor total da receita do respectivo mês.

4.3.2 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é um indicador gerencial que permite a visualização do quanto é necessário vender para que as receitas se igualem aos custos fixo e variáveis. Atingir o ponto de equilíbrio significa eliminar a possibilidade de prejuízo e a partir deste ponto serão acumulados os lucros.

Para calcular este indicador utiliza-se a seguinte fórmula:

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo}}{\text{IMC (Índice de Margem de Contribuição)}}$$

IMC (Índice de Margem de Contribuição)

Tabela 8 – Ponto de Equilíbrio no Trimestre

PONTO DE EQUILÍBRIO	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO
CUSTO FIXO	2.116,34	2.116,34	2.116,34
(/) IMC	0,56	0,54	0,46
=	3.790,65	3.937,02	4.611,31

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

O índice de margem de contribuição é encontrado através da margem de contribuição em porcentagem que representa na receita dividida por 100 (cem).

Este é o ponto de equilíbrio para cada mês, aonde alcançando este valor a empresa não encontrará lucro, nem prejuízo.

Conforme apresentado na tabela 8 o ponto de equilíbrio do mês de Janeiro é R\$ 3.790,65, Fevereiro R\$ 3.937,02 e em Março R\$ 4.611,31.

4.3.3 Margem de Segurança

A margem de segurança serve para que ela proporcione como o nome já diz, segurança. Trabalha junto aos valores encontrados no ponto de equilíbrio, ela representa o volume de vendas que supera as vendas calculadas no ponto de

equilíbrio indicando a quantidade que as vendas possam cair sem que a empresa passe a operar com prejuízo.

Para calcular a margem de segurança e obter o resultado final em porcentagem utiliza-se a seguinte fórmula:

$$MS = \frac{\text{Receita} - \text{Ponto de Equilíbrio}}{\text{Receita}}$$

Tabela 9 – Margem de Segurança no Trimestre

MARGEM DE SEGURANÇA	JANEIRO	FEVEREIRO	AGOSTO
RECEITA	9.520,0	7.861,50	12.636,10
(-) PONTO DE EQUILÍBRIO	3.790,95	3.937,02	4.611,31
=	5.729,35	3.924,48	8.024,79
(/) RECEITA	9.520,0	7.861,50	12.636,10
= MARGEM DE SEGURANÇA (%)	60%	50%	64%

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Com os resultados obtidos na tabela da margem de segurança consegue-se observar o percentual que a empresa deve vender a mais em cada mês sobre o ponto de equilíbrio, sem obter prejuízo e gerar lucros, garantindo que se houver quedas nas vendas o gestor possa tomar decisões como, por exemplo, buscar novos clientes, reduzir os custos, realizar promoções, entre outras estratégias.

5 PROPOSIÇÃO PARA FORMAÇÃO DO PREÇO VENDA ATRAVÉS DO METÓDO *MARKUP*

Este item se caracteriza pela elaboração e preposição do preço de venda dos produtos, baseados nos custos e despesas levantados, impostos e a margem de lucro desejada aplicados ao método *markup*.

5.1 *Markup*

No ambiente atual de retração de mercado e com a forte concorrência, gerando quedas nos lucros obtidos, se faz fundamental saber fixar um preço de venda para os produtos oferecidos.

Em meio a tantos métodos e fórmulas que auxiliam nesta precificação o método a ser utilizado foi o *markup*, ao qual se aplica da seguinte fórmula:

$$\frac{(100\% - (\% \text{ Impostos} + \% \text{ Custo Fixo} + \% \text{ Margem de Lucro}))}{100\%}$$

A seguir, aplica-se a fórmula do *mark-up* divisor em produto vendido no mês de janeiro com a margem de lucro desejada de 25%:

$$\frac{(100\% - (4\% + 22,23\% + 25\%))}{100\%} = \frac{(100\% - (51,23\%))}{100\%} = \frac{48,77\%}{100\%} = 0,4877$$

Encontrando o *markup* divisor, pode-se calcular o preço de venda do produto dividindo o valor de aquisição do produto pelo *markup* divisor. A seguir observa-se o valor de venda encontrado sobre um produto de R\$9,98:

$$\text{MKD (markup divisor)} = \frac{9,98}{0,4877} = \text{R\$ } 20,46$$

O mesmo cálculo pode ser realizado através do *markup* multiplicador, dividindo a quantidade unitária pelo *markup* divisor, como pode ser visto a seguir:

MKM (*markup* Multiplicador) = 1 / MKD (*markup* divisor)

MKM = 1 / 0,4877

MKM= 2,0505

Com este valor multiplica-se ao valor de aquisição do produto:

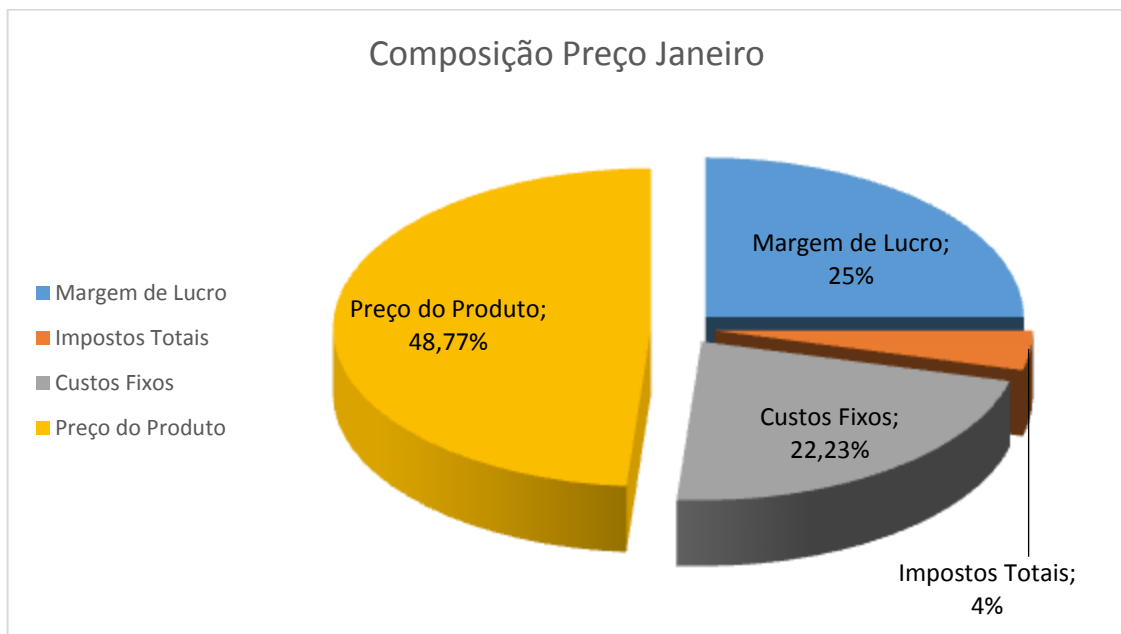
Venda = 9,98 X 2,0505

Venda = R\$ 20,46

Pode-se observar então que tanto através do *markup* divisor quando com o *markup* multiplicador consegue-se chegar ao resultado final de preço de venda de qualquer produto. Encontra-se nesse caso, através do método *markup*, o preço de venda de R\$ 20,46 para um produto de R\$ 9,98, aonde a empresa pode cobrir seus custos e obter uma margem de lucro desejada de 25%.

No gráfico abaixo fica fácil visualizar quanto cada um destes índices representa no preço total de venda do produto.

Gráfico 1- Representação de valores sobre o preço de venda do produto no mês de Janeiro



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Igualmente como no mês de Janeiro, pode-se calcular o preço do produto para os meses de Fevereiro e Março, aonde será alterada apenas a sua porcentagem de custos fixos.

Para exemplificar, ir-se-á calcular o preço para o mesmo valor do produto anterior de R\$ 9,98, aplicando-o nas fórmulas do *markup* divisor e multiplicador nos meses de Fevereiro e Março, observando então a composição do preço para ambos.

Mês de Fevereiro, *markup* divisor:

$$\frac{(100\% - (4\% + 26,92\% + 25\%))}{100\%} = \frac{(100\% - (55,92\%))}{100\%} = 44,08\% = 0,4408$$

$$\text{MKD (markup divisor)} = \frac{9,98}{0,4408} = 22,64 \text{ R\$}$$

Markup multiplicador:

$$\text{MKM (markup Multiplicador)} = 1 / \text{MKD (markup divisor)}$$

$$\text{MKM} = 1 / 0,4408$$

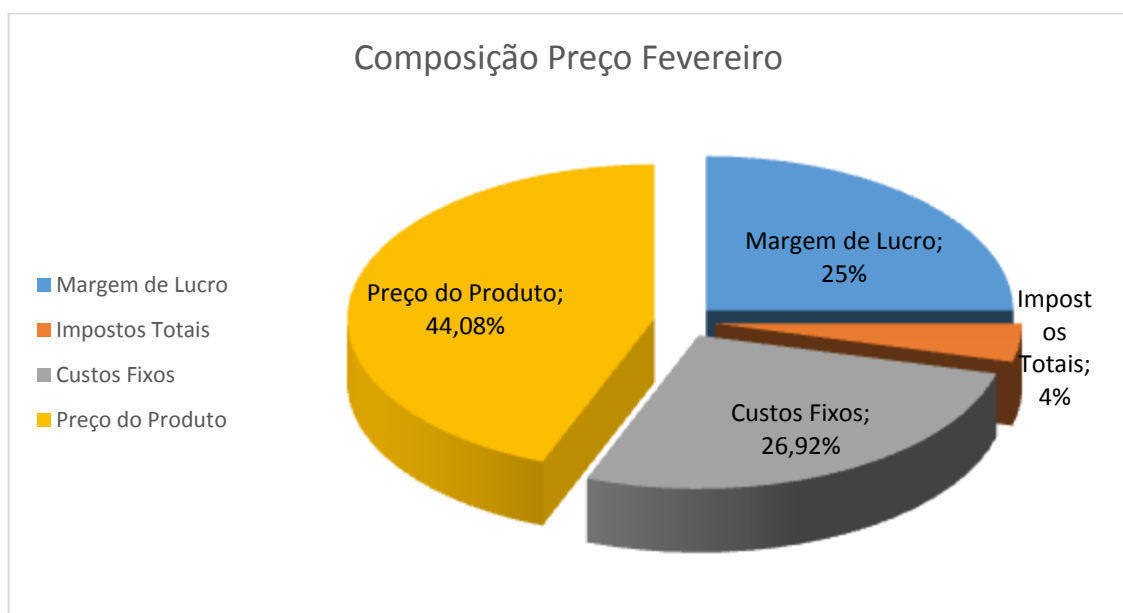
$$\text{MKM} = 2,2686$$

$$\text{Venda} = 9,98 \times 2,2686$$

$$\text{Venda} = 22,64 \text{ R\$}$$

Como pode-se visualizar obtêm-se um valor diferente no mês de Fevereiro devido ao fato de haverem variações na receita alterando o custo fixo. Segue demonstração no gráfico 2:

Gráfico 2 - Representação de valores sobre o preço de venda do produto no mês de Fevereiro



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Mês de Março, *markup* divisor:

$$\frac{(100\% - (4\% + 16,75\% + 25\%))}{100\%} = \frac{(100\% - (45,75\%))}{100\%} = \frac{54,25\%}{100\%} = 0,5425$$

$$\text{MKD (markup divisor)} = \frac{9,98}{0,5425} = 18,40 \text{ R\$}$$

Markup multiplicador:

$$\text{MKM (markup Multiplicador)} = 1 / \text{MKD (markup divisor)}$$

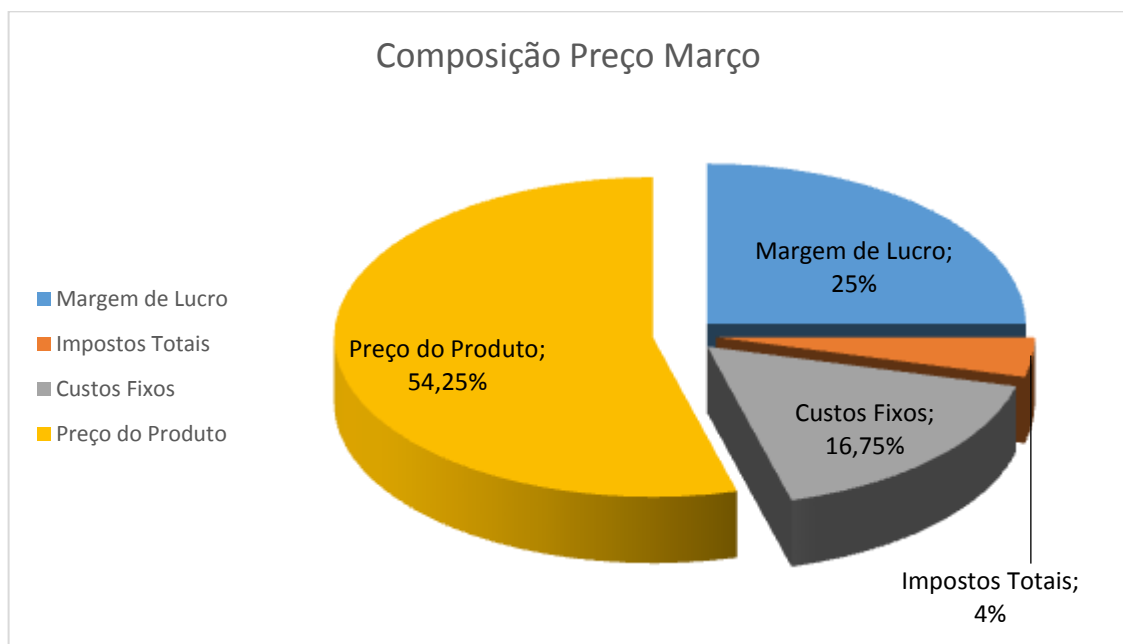
$$\text{MKM} = 1 / 0,5425$$

$$\text{MKM} = 1,8433$$

$$\text{Venda} = 9,98 \times 1,8433$$

$$\text{Venda} = 18,40 \text{ R\$}$$

Gráfico 3 - Representação de valores sobre o preço de venda do produto no mês de Março



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Com os cálculos realizados foram encontrados os valores de venda de R\$ 20,46, R\$ 22,64 e R\$ 18,40 para os meses de Janeiro, Fevereiro e Março de um produto com o preço de aquisição de R\$ 9,98. Diante disso, foi possível verificar a importância de realizar o cálculo mensal pelo *markup* para formação do preço de

venda, tendo em vista que todo mês haverá alterações em seus gastos e sua receita.

Também com a visualização dessas margens calculadas tornam-se mais fáceis as tomadas de decisão do gestor, podendo ele optar em manter um preço médio quando não houver muita oscilação nos valores mensais.

Se necessário pode-se aumentar o preço, ou até optar por baixa-lo visando promover o produto, gerando assim maior giro, tendo opções de trabalhar seus custos, seus fornecedores, prazos e em todo caso não acabando no prejuízo.

A seguir pode-se visualizar em tabela os exemplos mostrados anteriormente em gráficos, ou seja, a precificação aplicada em três produtos iguais nos três meses estudados:

Figura 6. Exemplo de precificação por Markup utilizando excel

Precificação por Markup					
Fórmula: $(100\% - (\% \text{ Impostos} + \% \text{ Custo Fixo} + \% \text{ Margem de Lucro Desejada})) / 100\%$					
Exemplos					
Margem de Lucro Desejada =		25%			
Mês de Janeiro		Mês de Fevereiro		Mês de Março	
Produtos	Preço Unit.	Produtos	Preço Unit.	Produtos	Preço Unit.
Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 9,98	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 9,98	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 9,98
Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 8,96	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 8,96	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 8,96
Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 86,00	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 86,00	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 86,00
Custo Fixo		Custo Fixo		Custo Fixo	
22,23%		26,92%		16,75%	
Impostos		Impostos		Impostos	
4%		4%		4%	
Markup Mês de Janeiro = 0,487695378		Markup Mês de Fevereiro = 0,440796922		Markup Mês de Março = 0,542516362	
MKD (markup divisor)		MKD (markup divisor)		MKD (markup divisor)	
Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 20,46	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 22,64	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 18,40
Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 18,37	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 20,33	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 16,52
Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 176,34	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 195,10	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 158,52
MKM (markup multiplicador)		MKM (markup multiplicador)		MKM (markup multiplicador)	
MKM Mês de Janeiro = 2,050460277		MKM Mês de Fevereiro = 2,268618384		MKM Mês de Março = 1,843262379	
Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 20,46	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 22,64	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 18,40
Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 18,37	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 20,33	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 16,52
Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 176,34	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 195,10	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 158,52

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

A figura anterior mostra como pode ser aplicada a sugestão apresentada no projeto. O cálculo elaborado em excel, é baseado no *markup divisor* e no *markup*

multiplicador, conforme explicado nos itens anteriores e permite que ao alterar qualquer item, tanto lucro desejado, quanto custo e etc, trará o valor final de venda para que possa cobrir os custos e alcançar a lucratividade.

Como já mencionado pode-se observar que cada mês terá um valor final diferente devido a alteração da porcentagem de custo fixo, pois a mesma é calculada relativamente com as receitas do mês, porém afim de não alterar o valor final do produto cada mês pode-se fazer uma média dos últimos meses e fazer uma revisão dos preços a cada período determinado.

No período estudado, a empresa praticava o valor de R\$ 18,00 para o produto com custo R\$ 9,98 mencionado nos gráficos e tabelas. Portanto, pode-se perceber que dos 3 meses estudados a empresa operou 2 meses em prejuízo com este produto em questão.

A análise também foi realizada em um âmbito geral nos demais produtos, dos quais poucos se apresentaram dentro da média correta se aplicados ao método *markup*. A mesma não foi incluída no desenvolvimento do projeto devido a grande variedade de produtos, porém constam valores de entradas e saídas nos apêndices.

6 CONCLUSÃO

Através do estudo realizado, pode-se concluir que a identificação dos custos e suas composições auxiliam na formação do preço de venda pelo método sugerido de formação de preço por *markup*.

As informações extraídas ajudam diretamente nas tomadas de decisões, pois, essas informações disponibilizam dados que auxiliam no planejamento e rumo da empresa.

Para se atingir o objetivo deste trabalho foram realizados acompanhamentos dos processos de comercialização, análise do sistema de gestão e levantamento dos dados necessários para sua realização, para assim possibilitar a formação dos preços dos produtos oferecidos pela empresa Beto Motos.

Através da aplicação do método *markup* consegue-se apurar os gastos fixos e variáveis da empresa, ponto de equilíbrio, margem de contribuição, margem de segurança e gráficos que possibilitam a visualização da composição do preço do produto utilizado como exemplo.

Dessa forma, sugere-se a adoção e implantação do método de precificação por *markup*, aonde o gestor pode através das informações geradas, gerar continuidade, competitividade e crescimento do seu negócio.

Para a área e o Curso Pós-Graduação Lato sensu em Finanças e Custos da Faculdade Senac, o atual Projeto Integrador poderá ajudar outros alunos que venham a ter interesse neste assunto.

O estudo proporciona conhecimento para as empresas já existentes do ramo de comércio de peças e acessórios para motocicletas ou para aqueles que pretendam iniciar suas atividades nessa área e semelhantes aonde se possa aplicar o método do *markup* para precificação.

Para os estudantes, a realização deste trabalho, foi de grande valia, pois permitiu qualificar, aprofundar e colocar em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula.

REFERÊNCIAS

BERTÓ, José Dalvio; BEULKE, Rolando. **Gestão de custos**. São Paulo: Saraiva, 2005.

BÓS, Ângelo José Gonçalves. **Epi info® em mistérios**: um manual prático. Porto Alegre: Edipucrs, 2012.

BRUNI, Adriano Leal. A administração de custos, preços e lucros. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CASHIN, James A. **Curso de contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 1982.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de materiais**: uma abordagem introdutória. 8. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

CREPALDI, Silva Aparecido. **Contabilidade gerencial**: Teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1998.

DUBOIS, Alexys; KULPA, Luciana; DE SOUZA, Luiz Eurico. **Gestão de custos e formação de preços**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GONÇALVES, Celso Eugênio; BAPTISTA, Antônio Eustáquio. **Contabilidade geral**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

HOJI, Masakasu. **Administração financeira**: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: análise, planejamento, implementação e controle. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 6. Ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2001.

_____. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 4. Ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos**: um enfoque administrativo. 12 Ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1995

_____. **Contabilidade de custos**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

_____. **Contabilidade de custos**. 10. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NASCIMENTO, Jonilton Mendes do. **Custos**: planejamento, controle e gestão na Economia Globalizada. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

NEVES, Silvério das; VICECONTI, E.V.Paulo. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Frase F, 2000.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial**: um enfoque em sistema de informação contábil. São Paulo: Atlas, 1997.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia da pesquisa**: Abordagem teórico-prática. 10. Ed. Campinas: Papyrus, 2004.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Emani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2.Ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade comercial Fácil**. 11.Ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

SANTOS, Joel José dos. **Formação de preços e do lucro**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

SILVA, Marise Borba de; GRIGOLO, Tânia Maris. **Metodologia para iniciação científica à prática da pesquisa e da extensão II**. Caderno Pedagógico. Florianópolis: Udesc, 2002.

THEISS, José Reinaldo; KRIECK, Manfredo. **Custos e preços sugeridos de vendas**. 2. Ed. Blumenau: Odorizzi, 2005.

FERRARI, Alonso Trujillo. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: Mcgawhill do Brasil, 1982.

VANDERBECK, Edward J; NAGY, Charles F. **Contabilidade de custos**. 11. Ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

VIANA, João José. **Administração de materiais**: um enfoque prático. São Paulo: Atlas, 2000.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos**: uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A - NOTAS DE ENTRADA MÊS DE JANEIRO

Notas de Entrada (Produtos / Serviços)					
Empresas	Produtos / Serviços	Quant.	Val. Unit.	Descont.	Totais
Patrimonial Seg. LTDA					
	Serv. Seg.	1	R\$ 160,57	R\$ -	R\$ 160,57
Bresciani LTDA					
	Remendo R-01 (caixa)	1	R\$ 23,00	R\$ -	R\$ 23,00
	Pneu Street St200 90/90/18	1	R\$ 86,00	R\$ -	R\$ 86,00
	Pneu Street St300 90/90/18	1	R\$ 87,50	R\$ -	R\$ 87,50
	Pneu Street St300 60/100/17	2	R\$ 62,00	R\$ -	R\$ 124,00
	Pneu 80/100/14 PD	1	R\$ 76,00	R\$ -	R\$ 76,00
	Pneu 80/100/14 BS	1	R\$ 77,00	R\$ -	R\$ 77,00
Mega Motos					
	Tampa Diant. Verm.	1	R\$ 410,24	R\$ 102,56	R\$ 307,68
	Tampa Daint. Guidão	1	R\$ 97,89	R\$ 24,47	R\$ 73,42
	Sinaleira	1	R\$ 157,33	R\$ 39,33	R\$ 118,00
Expresso São Miguel					
	Frete dos produtos	1	R\$ 36,40	R\$ -	R\$ 36,40
Schrader					
	Oleo Mobil 20 W 50 (caixa = 24/1L)	3	R\$ 239,51	R\$ -	R\$ 718,53
	Oleo Mobil 10 W 30 (caixa = 24/1L)	1	R\$ 422,52	R\$ -	R\$ 422,52
Lubrimac					
	Elástico 1m Latex Gancho Ferro	10	R\$ 2,00	R\$ -	R\$ 20,00
Sapaco Motos					
	Acum. Ele. Moto MBR 5 BS	3	R\$ 74,00	R\$ -	R\$ 222,00
	Acum. Ele. Moto MBR 6 BS	3	R\$ 84,00	R\$ -	R\$ 252,00
Total Distribuidora					
	Corrente Trans. 428H x 118 TEC	3	R\$ 13,70	R\$ -	R\$ 41,10
	Corrente Trans. 428H x 118 TEC	3	R\$ 14,78	R\$ -	R\$ 44,34
	Corrente Trans. 428H x 118 TEC	2	R\$ 16,19	R\$ -	R\$ 32,38
	Corrente Trans. 428H x 132 TEC	1	R\$ 17,45	R\$ -	R\$ 17,45
	Corrente Trans. 428H x 132 TEC	1	R\$ 22,98	R\$ -	R\$ 22,98
	Cabo Acelerador Twister 250	2	R\$ 9,50	R\$ -	R\$ 19,00
	Cabo Acelerador Titan 150	1	R\$ 8,96	R\$ -	R\$ 8,96
	Cabo Acelerador YBR	3	R\$ 16,27	R\$ -	R\$ 48,81
	Cabo Acelerador Titan 150	4	R\$ 10,20	R\$ -	R\$ 40,80
	Cilindro/Pistão/Anéis	1	R\$ 156,48	R\$ -	R\$ 156,48
	Espelho Biz 125	4	R\$ 14,83	R\$ -	R\$ 59,32
	Espelho Mini Titan 2000	5	R\$ 8,95	R\$ -	R\$ 44,75
	Espelho Titan 99	5	R\$ 13,65	R\$ -	R\$ 68,25
	Kit Coroa/Pinhão Bros 150	1	R\$ 28,82	R\$ -	R\$ 28,82
	Kit Coroa/Pinhão Fan 125	3	R\$ 21,53	R\$ -	R\$ 64,59
	Kit Coroa/Pinhão Titan 150	3	R\$ 23,10	R\$ -	R\$ 69,30
	Kit Coroa/Pinhão YBR	2	R\$ 24,43	R\$ -	R\$ 48,86
	Lâmp. Farol H4 35x35W	20	R\$ 3,74	R\$ -	R\$ 74,80
	Lâmp. Stop 12V 21X5W	20	R\$ 1,36	R\$ -	R\$ 27,20
	Piscas D.D/T.E	3	R\$ 5,68	R\$ -	R\$ 17,04
	Piscas D.E/T.D	3	R\$ 5,68	R\$ -	R\$ 17,04
	Pistão com Anéis Titan 150 0,25	2	R\$ 49,45	R\$ -	R\$ 98,91
	Pistão com Anéis Titan 150 0,50	2	R\$ 49,45	R\$ -	R\$ 98,90
B Transporte LTDA	Tranporte materiais da nota	1	R\$ 30,00	R\$ -	R\$ 30,00

APÊNDICE B – TOTAIS NOTAS DE ENTRA MÊS DE JANEIRO

Total Notas Compras (Mercadorias / Frete)		
Nome do Emitente	Data	Valor
Total Distribuidora c/ Frete	11/01/2017	R\$ 1.180,08
Spaco Motos	12/01/2017	R\$ 474,00
Lubrimac	12/01/2017	R\$ 20,00
Schrader	13/01/2017	R\$ 1.141,05
Mega Motos	19/01/2017	R\$ 499,10
Bresciani	02/01/2017	R\$ 473,50
Expresso São Miguel	19/01/2017	R\$ 36,40
Total		R\$ 3.824,13

Total Notas Serviços			
Nome do Emitente	Data		Valor
Patrimonial Seg. Mensalidade	19/01/2017		R\$ 160,57
Patrimonial Seg. Aluguel dos equipamento eletr.	19/01/2017		R\$ 60,28
Total			R\$ 220,85

APÊNDICE C – NOTAS DE SAÍDA MÊS DE JANEIRO

Notas de Saída (Produtos Vendidos)			
Produtos	Quant.	Val. Unit.	Totais
Retrovisores	13	R\$ 30,00	R\$ 390,00
Piscas	9	R\$ 25,00	R\$ 225,00
Oleo Mobil 20 W 50	42	R\$ 20,00	R\$ 840,00
Kit Transmissão	5	R\$ 120,00	R\$ 600,00
Manetes	6	R\$ 10,00	R\$ 60,00
Capa do Assento	7	R\$ 30,00	R\$ 210,00
Lâmp. Do Farol	8	R\$ 28,00	R\$ 224,00
Manoplas	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Pneus tras.	4	R\$ 190,00	R\$ 760,00
Escovas do Arranque	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Bateria	3	R\$ 180,00	R\$ 540,00
Pneus diant.	2	R\$ 160,00	R\$ 320,00
Oleo Mobil 10 W 30	16	R\$ 25,00	R\$ 400,00
Cabo de Embreagem	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Para-Lama Diant.	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
Câmara de Ar	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
Kit Transmissão	3	R\$ 90,00	R\$ 270,00
Rolamento	13	R\$ 30,00	R\$ 390,00
Jogo de Juntas	3	R\$ 25,00	R\$ 75,00
Parafusos Sextavados	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Graxa	6	R\$ 9,00	R\$ 54,00
Cabo do Acelerador	5	R\$ 35,00	R\$ 175,00
Para-Lama Part. B	1	R\$ 40,00	R\$ 40,00
Coluna Caixa de Dir.	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
Carenagem Frontal	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Filtro de Óleo	13	R\$ 12,00	R\$ 156,00
Lâmp. Do Freio	7	R\$ 5,00	R\$ 35,00
Pastilha de Freio	11	R\$ 35,00	R\$ 385,00
Lâmp. De Meia Luz	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
Filtro de Ar	9	R\$ 35,00	R\$ 315,00
Patim de Freio	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
Cilindro Pistão e Anéis	3	R\$ 190,00	R\$ 570,00
Carenagem Tras. (rabeta)	2	R\$ 56,00	R\$ 112,00
Cabo do velocimetro	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
Farol Bloco Óptico	4	R\$ 80,00	R\$ 320,00
Jogo de Raios	5	R\$ 36,00	R\$ 180,00
Cabo do Freio	3	R\$ 23,00	R\$ 69,00
Carenagem Sup. Painel	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
Rele de Partida	2	R\$ 180,00	R\$ 360,00
Guidão	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
Estrivo	5	R\$ 38,00	R\$ 190,00
Total dos Produtos			R\$ 9.520,00

APÊNDICE D - NOTAS DE ENTRADA MÊS DE FEVEREIRO

Notas de Entrada (Produtos / Serviços)					
Empresas	Produtos / Serviços	Quant.	Val. Unit.	Descont.	Totais
Patrimonial Seg. LTDA					
	Serv. Seg.	1	R\$ 160,57	R\$ -	R\$ 160,57
Bresciani LTDA					
	Pneu Street St300 90/90/18	1	R\$ 87,50	R\$ -	R\$ 87,50
	Pneu 275/18	1	R\$ 78,00	R\$ -	R\$ 78,00
	Pneu 90/90/18	1	R\$ 85,00	R\$ -	R\$ 85,00
	Pneu Sreet St300 80/100/18	2	R\$ 84,00	R\$ -	R\$ 168,00
	Pneu 80/100/14	1	R\$ 76,00	R\$ -	R\$ 76,00
	Novo Vipaseal	3	R\$ 29,00	R\$ -	R\$ 87,00
	Kit transmissão Titan 150	2	R\$ 38,00	R\$ -	R\$ 76,00
	Kit transmissão CBX 250 Twister	1	R\$ 68,00	R\$ -	R\$ 68,00
	Kit C/C 428H x 106 L - Biz 125	1	R\$ 46,00	R\$ -	R\$ 46,00
	Kit C/C 428H x 116 L - Titan 2000	1	R\$ 46,00	R\$ -	R\$ 46,00
Street Parts					
	Pneu 90/90/18 Titan00/150 Tras.	2	R\$ 38,88	R\$ -	R\$ 77,76
	Kit Cor/Pin/Corr DX moto Biz 125	2	R\$ 28,79	R\$ -	R\$ 57,58
	Kit Cor/Pin/Corr DX moto YBR 00	1	R\$ 34,39	R\$ -	R\$ 34,39
	Filtro de ar Titan 150 09/Fan NXR	3	R\$ 7,60	R\$ -	R\$ 22,80
Expresso São Miguel					
	Frete dos produtos	1	R\$ 54,89	R\$ -	R\$ 54,89
Schrader					
	Óleo Mobil 20 W 50 (caixa = 24/1L)	3	R\$ 239,51	R\$ -	R\$ 718,53
	Óleo Mobil 15 W 50 (caixa = 24/1L)	1	R\$ 488,60	R\$ -	R\$ 488,60
Sapaco Motos					
	Acum. Ele. Moto MBR 5 BS	1	R\$ 74,00	R\$ -	R\$ 74,00
	Acum. Ele. Moto MBR 6 BS	1	R\$ 84,00	R\$ -	R\$ 84,00
Total Distribuidora					
	Biela Completa Titan 150	2	R\$ 51,44	R\$ -	R\$ 102,88
	Bloco Optico Titan 150	3	R\$ 11,45	R\$ -	R\$ 34,35
	Cabo Acelarador Titan 150	3	R\$ 8,29	R\$ -	R\$ 24,87
	Cabo Embreagem Titan 2002/2004	3	R\$ 9,61	R\$ -	R\$ 28,83
	Cabo Embreagem Titan 150	3	R\$ 9,43	R\$ -	R\$ 28,29
	Cabo Freio Titan 2002/2004	3	R\$ 10,66	R\$ -	R\$ 31,98
	Cabo do Velocimetro Titan 150	5	R\$ 9,14	R\$ -	R\$ 45,70
	Capa Banco Biz 125	4	R\$ 8,87	R\$ -	R\$ 35,48
	Capa Banco Titan 150	5	R\$ 8,87	R\$ -	R\$ 44,35
	Espelho Biz 125	5	R\$ 14,83	R\$ -	R\$ 74,15
	Espelho Mini Titan 2000	10	R\$ 8,50	R\$ -	R\$ 85,00
	Espelho Titan 99	5	R\$ 13,65	R\$ -	R\$ 68,25
	Vela Dream/Crypton	10	R\$ 8,45	R\$ -	R\$ 84,50
	Vela Titan 150	10	R\$ 14,88	R\$ -	R\$ 148,80
	Vela Titan 99	10	R\$ 7,85	R\$ -	R\$ 78,50
B Transporte L	Transporte materiais da nota	1	R\$ 30,00	R\$ -	R\$ 30,00

APÊNDICE E - TOTAIS NOTAS DE ENTRADA MÊS DE FEVEREIRO

Total Notas Compras (Mercadorias / Frete)			
Nome do Emitente	Data		Valor
Bresciani	31/01/2017		R\$ 817,50
Street Parts	27/02/2017		R\$ 192,54
Spaco Motos	23/02/2017		R\$ 158,00
Schrader	21/02/2017		R\$ 1.207,13
Total Distribuidora c/ Frete	08/02/2017		R\$ 945,93
Total			R\$ 3.321,10

Total Notas Serviços			
Nome do Emitente	Data		Valor
Patrimonial Seg.	19/02/2017		R\$ 160,57
Patrimonial Seg. Aluguel dos equipamento eletr.	19/02/2017		R\$ 60,28
Total			R\$ 220,85

APÊNDICE F - NOTAS DE SAÍDA MÊS DE FEVEREIRO

Notas de Saída (Produtos Vendidos)			
Produtos	Quant.	Val. Unit.	Totais
Óleo Mobil 20 W 50	2	R\$ 18,00	R\$ 36,00
Kit Transmissão	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
Pastilha de Freio	4	R\$ 26,00	R\$ 104,00
Pneu	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
Óleo Mobil 10 W 30	11	R\$ 26,00	R\$ 286,00
Óleo Mobil 20 W 50	20,5	R\$ 20,00	R\$ 410,00
Tube Interno Garfo	2	R\$ 110,00	R\$ 220,00
Interruptor	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
Lâmp. do Freio	5	R\$ 5,00	R\$ 25,00
Pastilha de freio	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
Filtro de Ar	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Kit Transmissão	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00
Lente do Pisca	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Óleo Mobil 20 W 50	2	R\$ 16,00	R\$ 32,00
Câmara de Ar	8	R\$ 32,00	R\$ 256,00
Cabo de Embreagem	1	R\$ 38,00	R\$ 38,00
Lâmp. do Freio	3	R\$ 8,00	R\$ 24,00
Retrovisores	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00
Filtro de Óleo	1	R\$ 10,00	R\$ 10,00
Óleo Mobil 20 W 50	10	R\$ 22,00	R\$ 220,00
Buchas da Coroa	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Pedal de Câmbio	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Retrovisores	2	R\$ 15,00	R\$ 30,00
Pedal de Partida	3	R\$ 32,50	R\$ 97,50
Cabo do Velocímetro	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Piscas Mini	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Lâmp. De Meia Luz	3	R\$ 5,00	R\$ 15,00
Cabo de Embreagem	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
Guidão	2	R\$ 38,00	R\$ 76,00
Cavalete Lateral	4	R\$ 30,00	R\$ 120,00
Cabo do Acelerador	4	R\$ 25,00	R\$ 100,00
Bateria	3	R\$ 210,00	R\$ 630,00
Bateria	1	R\$ 115,00	R\$ 115,00
Capacete	2	R\$ 230,00	R\$ 460,00
Manete	16	R\$ 15,00	R\$ 240,00
Piscas	5	R\$ 16,00	R\$ 80,00
Filtro de Óleo	9	R\$ 15,00	R\$ 135,00
Patim de Freio	12	R\$ 35,00	R\$ 420,00
Filtro de Ar	7	R\$ 30,00	R\$ 210,00
Par de Amortecedores	3	R\$ 120,00	R\$ 360,00
Lâmp. Do Farol	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
Retrovisores	8	R\$ 30,00	R\$ 240,00
Kit Transmissão	5	R\$ 90,00	R\$ 450,00
Capa do Assento	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
Carcaça do Farol	3	R\$ 18,00	R\$ 54,00
Aro do Farol	4	R\$ 15,00	R\$ 60,00
Capa de Chuva	2	R\$ 190,00	R\$ 380,00
Borracha do Pedal	4	R\$ 8,00	R\$ 32,00
Aro de Roda	2	R\$ 185,00	R\$ 370,00
Vela de Ignição	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
Terminal Supressivo	3	R\$ 32,00	R\$ 96,00
Total dos Produtos			R\$ 7.861,50

APÊNDICE G - NOTAS DE ENTRADA MÊS DE MARÇO

Notas de Etrada (Produtos / Serviços)					
Empresas	Produtos / Serviços	Quant.	Val. Unit.	Descont.	Totais
Patrimonial Seg. LTDA					
	Serv. Seg.	1	R\$ 160,57	R\$ -	R\$ 160,57
Bresciani LTDA					
	Pneu 90/90/18	2	R\$ 88,00	R\$ -	R\$ 176,00
	Pneu Street St300 90/90/18	2	R\$ 87,50	R\$ -	R\$ 175,00
	Pneu Street St200 90/90/18	2	R\$ 86,00	R\$ -	R\$ 172,00
	Câmara de Ar RA 21 (300/21)	1	R\$ 22,50	R\$ -	R\$ 22,50
	Câmara de Ar RA 19 (350/19)	1	R\$ 23,50	R\$ -	R\$ 23,50
	Pneu Street St200 275/18	2	R\$ 80,00	R\$ -	R\$ 160,00
	Pneu 80/100	1	R\$ 80,00	R\$ -	R\$ 80,00
	Gel Desengraxante C/ 2,5kg	4	R\$ 27,00	R\$ -	R\$ 108,00
	Cimento Vulcanizante BV-02	3	R\$ 6,00	R\$ -	R\$ 18,00
	Kit Transmissão CG 150	3	R\$ 38,00	R\$ -	R\$ 114,00
	Kit Transmissão CG 125	1	R\$ 39,00	R\$ -	R\$ 39,00
	Pneu Street St300 90/90/18	2	R\$ 87,50	R\$ -	R\$ 175,00
	Pneu Street St200 90/90/18	2	R\$ 86,00	R\$ -	R\$ 172,00
	Pneu 80/100/14	1	R\$ 80,00	R\$ -	R\$ 80,00
Cap Comer. Distribuidora					
	Pneu 90/90/18 City Turbo	3	R\$ 83,89	R\$ -	R\$ 251,67
	Pneu 90/90/18 Tiger	1	R\$ 74,62	R\$ -	R\$ 74,62
Com. De Peças e Acess.					
	Alça Traseira YBR	1	R\$ 22,14	R\$ -	R\$ 22,14
	Arvore de Comando ML/Turuna...	1	R\$ 56,24	R\$ -	R\$ 56,24
	Braço Oscilante CBX/XR200...	2	R\$ 19,96	R\$ -	R\$ 39,92
	Buzina CG/Today/Titan 12V	5	R\$ 9,96	R\$ -	R\$ 49,80
	Capa Banco Biz 125	2	R\$ 7,96	R\$ -	R\$ 15,92
	Carburador Titan 2002/Fan...	1	R\$ 93,24	R\$ -	R\$ 93,24
	Disco de Embreagem CG/ML...	4	R\$ 16,66	R\$ -	R\$ 66,64
	Disco de Embreagem YBR/XTZ...	2	R\$ 18,98	R\$ -	R\$ 37,96
	Engrenagem/Pinhão Velocimetro	4	R\$ 13,89	R\$ -	R\$ 55,56
	Kit Corr/Cor/Pinhão YBR 03/08	2	R\$ 39,90	R\$ -	R\$ 79,80
	Pedal Partida CG/ML/Titan 99...	2	R\$ 25,76	R\$ -	R\$ 51,52
	Raio 4mm Titan 2000 / 150	2	R\$ 46,46	R\$ -	R\$ 92,92
	Frete dos produtos	1	R\$ 31,00	R\$ -	R\$ 31,00
	Biela Titan 2002	1	R\$ 65,63	R\$ -	R\$ 65,63
	Carenagem Farol Titan 150	1	R\$ 58,46	R\$ -	R\$ 58,46
	Cavalete Lateral Titan 2000	4	R\$ 12,24	R\$ -	R\$ 48,96
	Interruptor Partida Titan 150	1	R\$ 21,65	R\$ -	R\$ 21,65
	Kit Pistão/Anéis Titan 125	1	R\$ 78,84	R\$ -	R\$ 78,84
	Mola Cavalete Lateral Titan 125	10	R\$ 1,93	R\$ -	R\$ 19,30
	Mola Pedal Freio Titan 125	10	R\$ 2,24	R\$ -	R\$ 22,40
	Ressalto Comando Bravo Titan 00	1	R\$ 56,09	R\$ -	R\$ 56,09
	Frete dos produtos	1	R\$ 31,00	R\$ -	R\$ 31,00
Expresso São Miguel					
	Frete dos produtos	1	R\$ 54,59	R\$ -	R\$ 54,59

Schrader					
	Pneu 110/70/17	1	R\$ 193,69	R\$ -	R\$ 193,69
	Pneu 80/100/14	2	R\$ 103,63	R\$ -	R\$ 207,26
	Pneu 90/90/18	2	R\$ 99,98	R\$ -	R\$ 199,96
	Óleo Mobil 20 W 50 (caixa = 24/1L	3	R\$ 239,51	R\$ -	R\$ 718,53
	Óleo Mobil 10 W 30 (caixa = 24/1L	1	R\$ 400,55	R\$ -	R\$ 400,55
Sapaco Motos					
	Acum. Ele. Moto MBR 5 BS	2	R\$ 77,00	R\$ -	R\$ 154,00
	Acum. Ele. Moto MBR 6 BS	2	R\$ 88,00	R\$ -	R\$ 176,00
	Acum. Ele. Moto MBR 7 BS	1	R\$ 98,00	R\$ -	R\$ 98,00
	Outras Despesas Acessórias	1	R\$ 151,80	R\$ -	R\$ 151,80
Total Distribuidora					
	Corrente Trans. 428H x 118	4	R\$ 13,76	R\$ -	R\$ 55,04
	Corrente Trans. 428H x 132	2	R\$ 22,41	R\$ -	R\$ 44,82
	Cabo Acelerador Titan 2002	5	R\$ 8,04	R\$ -	R\$ 40,20
	Cabo Acelerador Titan 150	5	R\$ 8,08	R\$ -	R\$ 40,40
	Cabo Embreagem Titan 2002	5	R\$ 9,58	R\$ -	R\$ 47,90
	Junta Cilindro Titan 150	20	R\$ 1,62	R\$ -	R\$ 32,40
	Kit Coroa/Pinhão Bros 150	2	R\$ 39,58	R\$ -	R\$ 79,16
	Kit Coroa/Pinhão Fan 125	4	R\$ 20,58	R\$ -	R\$ 82,32
	Lâmpada Farol H4 35x35W	20	R\$ 12,91	R\$ -	R\$ 258,20
	Manete Embreagem CBX150/200..	8	R\$ 3,10	R\$ -	R\$ 24,80
	Manete Embreagem Titan 99/00...	8	R\$ 3,10	R\$ -	R\$ 24,80
	Manete Embreagem YBR 125/....	5	R\$ 3,10	R\$ -	R\$ 15,50
	Manete Freio Biz 125	5	R\$ 3,61	R\$ -	R\$ 18,05
	Manete Freio Titan 99/00....	4	R\$ 3,10	R\$ -	R\$ 12,40
	Pistão com Anéis Titan 150 0,25	2	R\$ 48,22	R\$ -	R\$ 96,44
	Pistão com Anéis Titan 150 0,50	4	R\$ 48,22	R\$ -	R\$ 192,88
B Transporte L	Tranporte materiais da nota	1	R\$ 30,00	R\$ -	R\$ 30,00

APÊNDICE H – TOTAIS NOTAS DE ENTRADA MÊS DE MARÇO

Total Notas Compras (Mercadorias / Frete)		
Nome do Emitente	Data	Valor
Bresciani	28/03/2017	R\$ 809,00
Bresciani	02/03/2017	R\$ 706,00
Schrader	28/03/2017	R\$ 1.119,08
Schrader	31/03/2017	R\$ 600,91
Spaco Motos	23/03/2017	R\$ 579,80
Cap Comer. Distribuidora	21/03/2017	R\$ 326,29
Comercio de Peças e Acessórios	21/03/2017	R\$ 692,66
Comercio de Peças e Acessórios	08/03/2017	R\$ 402,33
Total Distribuidora	02/03/2017	R\$ 1.095,31
Expresso São Miguel	29/03/2017	R\$ 54,59
Total		R\$ 6.331,38

Total Notas Serviços		
Nome do Emitente	Data	Valor
Patrimonial Seg.	19/03/2017	R\$ 160,57
Patrimonial Seg. Aluguel dos equipamento eletr.	19/02/2017	R\$ 60,28
Total		R\$ 220,85

APÊNDICE I – NOTAS DE SAÍDA MÊS DE MARÇO

Notas de Saída (Produtos Vendidos)				
Produtos	Quant.	Val. Unit.	Totais	
Lâmp. Do Farol	2	R\$ 30,00	R\$	60,00
Lâmp. Do Freio	2	R\$ 8,00	R\$	16,00
Oleo Mobil 20 W 50	40	R\$ 22,00	R\$	880,00
Filtro de Óleo	7	R\$ 13,00	R\$	91,00
Kit Transmissão	6	R\$ 95,00	R\$	570,00
Interruptor	2	R\$ 10,00	R\$	20,00
Cabo de Embreagem	3	R\$ 36,50	R\$	109,50
Cabo de Embreagem	2	R\$ 20,00	R\$	40,00
Cavalete Lateral	4	R\$ 35,00	R\$	140,00
Mola do Cavalete Lat.	3	R\$ 9,50	R\$	28,50
Retrovisores	2	R\$ 30,00	R\$	60,00
Filtro do Ar	2	R\$ 20,00	R\$	40,00
Pedal do Câmbio	1	R\$ 40,00	R\$	40,00
Vela de Ignição	4	R\$ 35,00	R\$	140,00
Filtro de Ar	2	R\$ 25,00	R\$	50,00
Oleo Hidráulico	2	R\$ 25,00	R\$	50,00
Patim de Freio	13	R\$ 30,00	R\$	390,00
Lâmp. Do Pisca	11	R\$ 8,00	R\$	88,00
Junta Tamp. Lateral	1	R\$ 12,00	R\$	12,00
Discos de Embreagem	3	R\$ 54,00	R\$	162,00
Cabo do Acelerador	3	R\$ 35,00	R\$	105,00
Roldana do Acelerador	2	R\$ 10,00	R\$	20,00
Cabo do Velocímetro	6	R\$ 35,00	R\$	210,00
Cabo do Conta giro	2	R\$ 35,00	R\$	70,00
Guião	4	R\$ 40,00	R\$	160,00
Capa do Assento	6	R\$ 36,00	R\$	216,00
Corrente de Trans.	8	R\$ 40,00	R\$	320,00
Retentor de Óleo	2	R\$ 25,00	R\$	50,00
Pastilha de Freio	5	R\$ 42,50	R\$	212,50
Lâmp. Do Paine	12	R\$ 5,00	R\$	60,00

Pisca	8	R\$	18,00	R\$	144,00
Escovas do Arranque	5	R\$	45,00	R\$	225,00
Buchas da Coroa	2	R\$	38,00	R\$	76,00
Terminais	2	R\$	8,00	R\$	16,00
Manete	3	R\$	12,00	R\$	36,00
Pedal do Câmbio	7	R\$	20,00	R\$	140,00
Óleo Mobil 10 W 30	1	R\$	25,00	R\$	25,00
Óleo Mobil 20 W 50	5	R\$	16,00	R\$	80,00
Óleo Mobil 20 W 50	6	R\$	20,00	R\$	120,00
Kit Cil. / Pist. / Anéis	3	R\$	180,00	R\$	540,00
Biela	1	R\$	90,00	R\$	90,00
Retentor Válvulas	6	R\$	15,00	R\$	90,00
Comando de Válvulas	1	R\$	90,00	R\$	90,00
Braço Oscilante	1	R\$	39,00	R\$	39,00
Câmara de Ar	15	R\$	30,00	R\$	450,00
Pneu Tras.	2	R\$	200,00	R\$	400,00
Pneu Diant.	3	R\$	180,00	R\$	540,00
Pneu Tras.	2	R\$	120,00	R\$	240,00
Aro do Farol	2	R\$	15,00	R\$	30,00
Kit Transmissão	1	R\$	180,00	R\$	180,00
Caixa de Direção	5	R\$	85,00	R\$	425,00
Chave de Luz	3	R\$	118,00	R\$	354,00
Carburador	1	R\$	120,00	R\$	120,00
Alça Traseira	1	R\$	55,00	R\$	55,00
Rele de partida	4	R\$	180,00	R\$	720,00
Manoplas	6	R\$	13,60	R\$	81,60
Lâmpada do Farol	7	R\$	30,00	R\$	210,00
Cubo Roda Tras.	2	R\$	85,00	R\$	170,00
Farol Completo	3	R\$	160,00	R\$	480,00
Para-lama Tras.	2	R\$	150,00	R\$	300,00
Soquete do Farol	5	R\$	20,00	R\$	100,00
Manecoto	4	R\$	15,00	R\$	60,00
Bateria	3	R\$	185,00	R\$	555,00
Pneu Diant.	4	R\$	165,00	R\$	660,00
Para-lama Diant.	3	R\$	128,00	R\$	384,00
			Total dos Produtos	R\$	12.636,10

ANEXO J – GASTOS FIXOS E VARIÁVEIS MESE DE JANEIRO, FEVEREIRO E MARÇO

Mês Janeiro		Mês Fevereiro	
Custos e Despesas Fixas			
Plano de Saúde	R\$ 214,55	Plano de Saúde	R\$ 214,55
Despesas com Segurança (monitoramento eletrônico e alarme)	R\$ 220,85	Segurança (monitoramento eletrônico e alarme)	R\$ 220,85
Sálarios e Encargos	R\$ 937,00	Sálarios e Encargos	R\$ 937,00
Despesas com Internet	R\$ 54,00	Despesas com Internet	R\$ 54,00
Despesas Administrativas – Contábeis	R\$ 450,00	Despesas Administrativas – Contábeis	R\$ 450,00
Telefone	R\$ 239,94	Telefone	R\$ 239,94
Total dos Custos e Despesas Fixas	R\$ 2.116,34	Total dos Custos e Despesas Fixas	R\$ 2.116,34
Impostos Sobre os Produtos Vendidos			
Optante do Simples - ICMS (1,25%) INSS (2,75%)	4,00%	Optante do Simples - ICMS (1,25%) INSS (2,75%)	4,00%
Receita Bruta das Vendas de Produtos	R\$ 9.520,00	Receita Bruta das Vendas de Produtos	R\$ 7.861,50
Total dos Impostos Sobre as Vendas	R\$ 380,80	Total dos Impostos Sobre as Vendas	R\$ 314,46
Custos e Despesas Variáveis			
Produtos Adquiridos	R\$ 3.824,13	Produtos Adquiridos	R\$ 3.321,10
Impostos totais	R\$ 380,80	Impostos totais	R\$ 314,46
Total dos Custos e Despesas Variáveis	R\$ 4.204,93	Total dos Custos e Despesas Variáveis	R\$ 3.635,56
Custos e Despesas Fixas (%)			
Custos e Despesas Fixas	R\$ 2.116,34	Custos e Despesas Fixas	R\$ 2.116,34
(/) Receitas	R\$ 9.520,00	(/) Receitas	R\$ 7.861,50
(*) 100=	22,23%	(*) 100=	26,92%
Custos e Despesas Variáveis (%)			
Custos e Despesas Variáveis	R\$ 4.204,93	Custos e Despesas Variáveis	R\$ 3.635,56
(/) Receitas	R\$ 9.520,00	(/) Receitas	R\$ 7.861,50
(*) 100=	44%	(*) 100=	46%

Mês Março	
Custos e Despesas Fixas	
Plano de Saúde	R\$ 214,55
Segurança (monitoramento eletrônico e alarme)	R\$ 220,85
Sálarios e Encargos	R\$ 937,00
Despesas com Internet	R\$ 54,00
Despesas Administrativas – Contábeis	R\$ 450,00
Telefone	R\$ 239,94
Total dos Custos e Despesas Fixas	R\$ 2.116,34
Impostos Sobre os Produtos Vendidos	
Optante do Simples - ICMS (1,25%) INSS (2,75%)	4,00%
Receita Bruta das Vendas de Produtos	R\$ 12.636,10
Total dos Impostos Sobre as Vendas	R\$ 505,44
Custos e Despesas Variáveis	
Produtos Adquiridos	R\$ 6.331,38
Impostos totais	R\$ 505,44
Total dos Custos e Despesas Variáveis	R\$ 6.836,82
Custos e Despesas Fixas (%)	
Custos e Despesas Fixas	R\$ 2.116,34
(/) Receitas	R\$ 12.636,10
(*) 100=	16,75%
Custos e Despesas Variáveis (%)	
Custos e Despesas Variáveis	R\$ 6.836,82
(/) Receitas	R\$ 12.636,10
(*) 100=	54%

APÊNDICE L - MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO, PONTO DE EQUILÍBRIO E MARGEM DE SEGURANÇA MESES DE JANEIRO, FEVEREIRO E MARÇO

Margem de Contribuição - Mês de Janeiro		
Receita (Venda Bruta)	R\$	9.520,00 100%
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$	4.204,93 44%
Margem de Contribuição =	R\$	5.315,07 56%

Margem de Contribuição - Mês de Fevereiro		
Receita (Venda Bruta)	R\$	7.861,50
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$	3.635,56
Margem de Contribuição =	R\$	4.225,94

Ponto de Equilíbrio - Mês de Janeiro		
Custo Fixo	R\$	2.116,34
(/) IMC		0,56
=	R\$	3.790,65

Ponto de Equilíbrio - Mês de Fevereiro		
Custo Fixo	R\$	2.116,34
(/) IMC		0,54
=	R\$	3.937,02

Margem de Segurança - Mês de Janeiro		
Receita	R\$	9.520,00
(-) Ponto de Equilíbrio	R\$	3.790,65
=	R\$	5.729,35
(/) Receita	R\$	9.520,00
= Margem de Segurança		60%

Margem de Segurança - Mês de Fevereiro		
Receita	R\$	7.861,50
(-) Ponto de Equilíbrio	R\$	3.937,02
=	R\$	3.924,48
(/) Receita	R\$	7.861,50
= Margem de Segurança		50%

Margem de Contribuição - Mês de Março		
Receita (Venda Bruta)	R\$	12.636,10 100%
(-) Custos e Despesas Variáveis	R\$	6.836,82 54%
Margem de Contribuição =	R\$	5.799,28 46%

Ponto de Equilíbrio - Mês de Março		
Custo Fixo	R\$	2.116,34
(/) IMC		0,46
=	R\$	4.611,31

Margem de Segurança - Mês de Março		
Receita	R\$	12.636,10
(-) Ponto de Equilíbrio	R\$	4.611,31
=	R\$	8.024,79
(/) Receita	R\$	12.636,10
= Margem de Segurança		64%

APÊNDICE M – APLICAÇÃO MÉTODO MARKUP

Precificação por Markup					
Fórmula: $(100\% - (\% \text{ Impostos} + \% \text{ Custo Fixo} + \% \text{ Margem de Lucro Desejada}))$					
100%					
Exemplos					
Margem de Lucro Desejada =		25%			
Mês de Janeiro		Mês de Fevereiro		Mês de Março	
Produtos	Preço Unit.	Produtos	Preço Unit.	Produtos	Preço Unit.
Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 9,98	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 9,98	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 9,98
Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 8,96	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 8,96	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 8,96
Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 86,00	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 86,00	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 86,00
Custo Fixo		Custo Fixo		Custo Fixo	
22,23%		26,92%		16,75%	
Impostos		Impostos		Impostos	
4%		4%		4%	
Markup Mês de Janeiro = 0,487695378		Markup Mês de Fevereiro = 0,440796922		Markup Mês de Março = 0,542516362	
MKD (markup divisor)		MKD (markup divisor)		MKD (markup divisor)	
Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 20,46	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 22,64	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 18,40
Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 18,37	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 20,33	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 16,52
Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 176,34	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 195,10	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 158,52
MKM (markup multiplicador)		MKM (markup multiplicador)		MKM (markup multiplicador)	
MKM Mês de Janeiro = 2,050460277		MKM Mês de Fevereiro = 2,268618384		MKM Mês de Março = 1,843262379	
Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 20,46	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 22,64	Óleo Mobil 20 W 50	R\$ 18,40
Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 18,37	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 20,33	Cabo Acelerador Titan 150	R\$ 16,52
Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 176,34	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 195,10	Pneu Street St300 90/90/18	R\$ 158,52