



## **ANÁLISE DA FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA DE PRODUTOS E MÃO DE OBRA E SERVIÇOS: EM UMA EMPRESA NO RAMO DE AUTOPEÇAS E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

ZYS, Lillian Maria<sup>1</sup>  
CAMARGO, Gilmar<sup>2</sup>  
[lmzys@minha.fag.edu.br](mailto:lmzys@minha.fag.edu.br)

### **RESUMO**

Este trabalho exibe um estudo realizado em uma empresa no ramo de autopeças e prestação de serviços, situada em Laranjeiras do Sul – PR com o objetivo de apresentar a importância da realização diária da Contabilidade Gerencial dentro da organização. Evidenciar a influência que a formação de preço tem para com a continuidade da empresa de maneira eficiente e eficaz, de modo que esta organização se torne uma empresa competitiva. Exibe e exemplifica o valor de venda praticado antes do estudo e em sequência o valor de venda sugerido através de formação de preço por meio da utilização da Taxa de marcação (Mark-up).

**PALAVRA - CHAVE:** Contabilidade Gerencial; Organização, Competitiva, Mark-up..

---

<sup>1</sup> Acadêmica do curso de Ciências Contábeis do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz – FAG Campus Toledo.

<sup>2</sup> Docente do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz – FAG – Orientador.

## INTRODUÇÃO

O estudo é sobre a formação de preço de venda em determinados produtos e serviços no ramo de autopeças, onde propõe a alavancagem na rentabilidade da entidade. Com a delimitação do tema proposto para esta pesquisa refere-se à formação de preço de venda de produtos e mão de obra em uma microempresa no ramo de autopeças e prestação de serviços na cidade Laranjeiras do Sul – PR. Dessa maneira, esse trabalho se justifica por mostrar a importância da formação de preço dentro de uma empresa. Esta pesquisa tem como estudo de caso a problemática de falta do conhecimento da contabilidade gerencial, onde que os gestores não têm critérios adequados para estabelecer os valores dos produtos e prestação de serviços a serem comercializados e conseqüentemente a organização demora a identificar qual o retorno de seus investimentos. Sendo assim, questiona-se qual a necessidade e a influência de se adotar um método para a formação de preço em uma empresa no ramo de autopeças e prestação de serviços?

Vale destacar a importância da formação de preço para a administração onde a mesma irá contribuir para evitar os erros que venham a prejudicar o desenvolvimento da empresa, ou então corrigir possíveis erros que já tenham sido cometidos, contribuindo de forma significativa na lucratividade e competitividade. E, por fim, se justifica também pela oportunidade e pela possibilidade em concretizar os conhecimentos e a teoria científica.

Uma vez que o objetivo geral é identificar o melhor método para a formação de preço de venda, apresentando comparativos dos preços utilizados e o que se espera de rentabilidade no negócio. Tendo como objetivos específicos: Conceituar a Contabilidade Gerencial e Contabilidade de Custos; formar preços de venda para o mercado e o consumidor com uma formação do preço de venda e mão de obra rateando custos e despesas; apontar os métodos fundamentais para a elaboração.

## 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA METODOLÓGICA

A contabilidade gerencial estar direcionada ao gestor como um auxílio para o gerenciamento cabe à entidade decidir qual o melhor meio de executar essa

contabilidade, levando-se em consideração que o meio pelo qual a informação for obtida jamais deverá custar mais que o seu benefício, uma vez que para a sua existência é indispensável a atualização dos atos ocorridos diariamente para que não a torne uma informação vaga, sem credibilidade para os seus usuários.

Nesta nova área, Martins (2008, p.21) afirma que:

Contabilidade de Custos tem duas funções relevantes: o auxílio ao Controle e a ajuda as tomadas de decisões. No que diz respeito ao Controle, sua mais importante missão é fornecer dados para o estabelecimento de padrões, orçamentos e outras formas de previsão e, num estágio imediatamente seguinte, acompanhar o efetivamente acontecido para comparação com os valores anteriormente definidos.

Desse modo, a contabilidade de custos deixou de desempenhar seu papel somente para a mensuração de estoques e lucros gerais, tornando - se instrumento indispensável nas tomadas decisões. Durante a fabricação de produtos, ocorrem vários fatores que dependem da movimentação financeira para realização das atividades, e cabe aos administradores ou gestores utilizar a nomenclatura correta e fazer sua alocação de maneira coerente com o fato ocorrido. Dentro da Contabilidade de Custos encontram - se as classificações de custos que são: diretos ou indiretos e fixos ou variáveis. Com esta separação dos custos, o gestor conseguirá uma boa visualização sobre os gastos para a manutenção e também para a produção, venda ou prestação de serviço da organização. (MARTINS, 2008)

O método de Custeamento do Produto é o procedimento de distinguir o custo unitário de um produto ou serviço. Através dos custos diretos e indiretos. Cabe às entidades estudar e optar pelo método que melhor se adequar nas atividades da organização. Contar com os tópicos a seguir os métodos, fundamentados na classificação e comportamento dos custos e despesas. (PADOVEZE, 2008)

O Custeio por Absorção surgiu através dos Princípios Fundamentais de Contabilidade, onde os primeiros recursos eram entre custos diretos e indiretos, fixos e variáveis. Atualmente é um dos métodos mais usados pelos gestores, pelo fato de ser um critério fiscal e legal quase que universalmente.

Conforme Crepaldi (2012, p.81)

O Custeio por Absorção ou Custeio Pleno consiste na apropriação de todos os custos (sejam fixos ou variáveis) à produção do período. [...] no Brasil,



adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal [...] válido para a apresentação de demonstrações financeiras e para o pagamento do Imposto de Renda.

A Formação de Preço de Venda de produto ou da prestação de serviço é o elemento decisivo para o sucesso ou insucesso da empresa. Os valores que as empresas desejam comercializar o seu produto ou serviço devem satisfazer a condição financeira de seus clientes assim como as necessidades que a empresa tem para se manter no mercado e também o lucro desejado pelo qual o gestor almeja. Assim fica claro o motivo pelo qual as empresas devem ter conhecimento sobre os critérios que podem ser adotados para a elaboração de preço de venda.

Crepaldi (2012, p.p 358-359) afirma que

Cabe ao produtor a decisão de formar seus preços de venda. No entanto, se errar para maior, perde o mercado; se errar para menor, compromete o negócio. Portanto, o produtor deve aprender a calcular os custos reais de sua atividade, fazer a gestão estratégica dos custos e trabalhar identificando oportunidades de mercado ganho.

Sendo assim, é essencial que o gestor possua um amplo conhecimento e domínio sobre contabilidade de custos da empresa, pois através de tais informações se consegue - se visualizar que atitude tomar para garantir a qualidade e a atividade de forma competitiva no mercado. Consideram-se como *Mark-up* todos os gastos necessários para adquirir e vender produtos ou realizar um serviço. Segundo Wernek (2005, p.152):

No cálculo do *Mark-up*, podem ser inseridos todos os fatores que se deseja cobrar no preço de venda, sob forma de percentuais. Ou seja, dependendo do interesse da empresa, incluem-se no *Mark-up* itens como os tributos incidentes sobre as vendas efetuadas, as comissões pagas aos vendedores, a taxa de franquia cobrada pela franqueadora, o percentual cobrado pela administradora sobre as vendas feitas por cartão de crédito, o tributo incidente sobre a movimentação financeira da venda e a margem de lucro desejada para cada produto.

Para a criação do *Mark-up* o gestor pode optar pelo *Mark-up* divisor ou *Mark-up* multiplicador. No caso de usar o *Mark-up* divisor é essencial considerar as seguintes etapas, constando as observações:

Se o gestor optar pelo uso do *Mark-up* multiplicador aplicará a seguinte técnica: Identificar o montante percentual correspondente aos tributos, comissões e

lucro desejável sobre o produto; Fracionar o resultado sobre “100%”; Multiplicar o valor fracionado pelo custo do produto. Ambos os procedimentos mostrará o mesmo resultado, sendo assim cabe ao gestor decidir qual o método será utilizado (WERNEK, 2005).

O cálculo Mark-up ajuda o gestor a desenvolver o preço de venda com maior precisão pois na maioria das empresas sem controle não se leva em consideração os valor de impostos e taxas administrativas.

## 2 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este estudo de caso buscou compreender os custos de comercialização de uma micro empresa no ramo varejista de acessórios automotivos, prestadora de serviços em instalação e manutenção em veículos, situada na cidade Laranjeiras do Sul – PR. Para ocorrer o rateio destes custos foi necessária que a empresa apresentasse toda sua despesa mensal para utilização da pesquisa. Com isso a entidade tem os departamentos mensais, para análise de desperdícios. Sendo assim o quadro a seguir apresenta todos os gastos pertinentes ao mês de setembro de 2016.

Quadro 1: gastos ocorridos durante o mês de setembro de 2016.

Descrição	Valores
Aluguel sala comercial	R\$ 1.500,00
Água e Esgoto	R\$ 31,26
Energia Elétrica	R\$ 49,16
Telefone e Internet	R\$ 209,25
Mensalidade do software	R\$ 214,20
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Contabilidade	R\$ 180,00
Aluguel máquina cartão de crédito	R\$ 79,00
Imposto GPS (empresarial)	R\$ 86,68
Manutenção conta corrente	R\$ 64,20
Associação Comercial de Laranjeiras do Sul	R\$ 39,00
Imposto Simples Nacional para venda dos produtos	R\$ 850,29
Imposto Simples Nacional para venda da mão de obra	R\$ 286,17
Material uso e consumo	R\$ 65,00
Combustível	R\$ 30,00
Consulta cliente SPC	R\$ 12,25
Tarifa cartão débito 2,15%	R\$ 48,48
Tarifa cartão crédito 3,75%	R\$ 24,55
Tarifa cartão parcelado 4,45%	R\$ 127,03
Salário funcionário	R\$ 979,20

Pró-labore	R\$	2.800,00
FGTS	R\$	78,34
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>9.754,06</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Na análise percebe-se que a empresa não realiza a distinção do custo e da despesa, sendo que o maior desembolso corresponde ao pró-labore e o menor valor de gasto ocorrido no mês de setembro de 2016 foi com a consulta de cliente ao SPC. Com a criação de departamentos dentro da empresa, o gestor terá maior facilidade e segurança para tomada de decisões, sejam elas de aplicações/investimentos ou de redução de custos/despesas. Com uma futura implantação da departamentalização, o gestor poderá alocar os gastos de acordo com a necessidade da empresa de maneira eficiente e compreensível, realizando o rateio de acordo com o número de departamentos. Os quadros a seguir traz o rateio das despesas e dos custos ocorridos no mês de setembro de 2016 e em sequência apresentará os métodos para a formação de preço de venda.

Quadro 2: despesas fixas durante o mês de setembro de 2016

<b>Descrição</b>	<b>Valores</b>	
Aluguel sala comercial	R\$	750,00
Água e esgoto	R\$	15,63
Energia elétrica	R\$	24,58
Telefone e internet	R\$	209,25
Mensalidade software	R\$	214,20
Pró-labore	R\$	2.000,00
Contabilidade	R\$	180,00
Aluguel maquina de cartão de credito	R\$	79,00
Imposto GPS	R\$	86,68
Manutenção conta corrente	R\$	64,20
Associação comercial Laranjeiras do Sul	R\$	39,00
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>3.662,54</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

As despesas fixas são compostas por gastos realizados pelas áreas de apoio, e contempla desde o pagamento do aluguel, pagamento a contabilidade, ate a mensalidade da associação comercial.

Quadro 3: despesas variáveis durante o mês de setembro 2016

<b>Descrição</b>	<b>Valores</b>	
Imposto Simples Nacional para venda dos produtos	R\$	850,29

Imposto Simples Nacional para venda da mão de obra	R\$	286,17
Material uso e consumo	R\$	65,00
Combustível	R\$	30,00
Consulta cliente SPC	R\$	12,25
Tarifa cartão débito 2,15%	R\$	48,48
Tarifa cartão crédito 3,75%	R\$	24,55
Tarifa cartão parcelado 4,45%	R\$	127,03
<b>Total</b>	<b>R\$</b>	<b>1.443,77</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

As despesas variáveis, identificadas na coleta de dados dizem respeito aos gastos relacionados ao processo de vendas, materiais de consumo, combustíveis e tarifas com cartão. O custo fixo direto com salário para prestação de serviço, e mão de obra oferecida pela empresa.

Quadro 4: Custo fixo direto com mão de obra durante o mês de setembro de 2016.

Salário para funcionários	Valor do salário	Valor fgts 8%	Valor de férias	Adic. férias 33,33%	13º salário	Fgts sobre o 13º	Valor Salário anual	Valor salário mensal
Nº 01	979,20	78,34	979,20	326,36	979,20	78,34	14.074,38	1.172,86
Pró-labore	2.800,00	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33.600,00	2.800,00
<b>Total</b>	<b>3.779,20</b>	<b>78,34</b>	<b>979,20</b>	<b>326,36</b>	<b>979,20</b>	<b>78,34</b>	<b>47.674,38</b>	<b>3.972,86</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

O custo fixo direto que a empresa tem para a prestação de serviços é o pró-labore, pois só possui mais uma folha para pagamento, o que se torna um custo menor. A apresentação correspondente a 30 dias de trabalho do mês de setembro de 2016, 08 horas por dia e 60 minutos por hora.

Quadro 5: custos fixos diretos da mão de obra no mês de setembro de 2016.

Descrição	Valor mão de obra ao mês	Valor mão de obra ao dia	Valor mão de obra por hora	Valor mão de obra por minuto
<b>Valores</b>	R\$ 3.972,86	R\$ 132,42	R\$ 16,55	R\$ 0,27

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Percebe-se que a empresa tem um custo direto, sendo que este custo acontece independentemente de estar realizando alguma prestação de serviço ou

não. É possível verificar os custos indiretos aplicados à prestação de serviço onde foram aluguel, água/esgoto, e energia elétrica.

Quadro 6: custos indiretos no mês de setembro 2016.

Descrição	Valor ao mês	Valor p/dia	Valor p/hora	Valor p/min.
Aluguel da sala comercial	R\$ 750,00	R\$ 25,00	R\$ 3,13	R\$ 0,05
Água/esgoto	R\$ 15,63	R\$ 0,52	R\$ 0,07	R\$ 0,001
Energia elétrica	R\$ 24,58	R\$ 0,82	R\$ 0,10	R\$ 0,002
<b>Total</b>	<b>R\$ 790,21</b>	<b>R\$ 26,34</b>	<b>R\$ 3,30</b>	<b>R\$ 0,05</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

No rateio dos custos indiretos aplicados a mão de obra foi rateada em 8 horas por dia, tendo a maior participação na prestação de serviço com aluguel e a menor participação com água/esgoto. A seguir apuração do total de custos fixos para a prestação de serviços, onde se observa que o cálculo pode ser feito por dia, horas ou minutos.

Quadro 7: total de custos fixos a mão de obra referente ao mês de setembro de 2016

	Custo/mês	Custo/dia	Custo/hr	Custo/min.
Custos diretos	R\$ 3.972,86	R\$ 132,42	R\$ 16,55	R\$ 0,27
Custos indiretos	R\$ 790,21	R\$ 26,34	R\$ 3,30	R\$ 0,05
<b>Total</b>	<b>R\$ 4.763,07</b>	<b>R\$ 158,76</b>	<b>R\$ 19,85</b>	<b>R\$ 0,32</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Com a demonstração do quadro acima é possível visualizar que após a junção do custo indireto ao custo direto, ocorre um aumento em 16,59% para o custo fixo da prestação de serviço, o que deve ser significativo ao preço final.

Quadro 8: custo da mão de obra durante o mês de setembro/2016.

Mão de obra	Qtd	Tempo de execução em minutos mão de obra/unidade	Tempo total de execução em minutos da mão de obra no total	Custo por minuto para a execução da mão de obra	Custo unitário para a mão de obra de cada unidade	Custo total para a execução da mão de obra
Recuperação	24	30	720	R\$ 0,32	R\$ 9,60	R\$ 230,40



maq.vid.elétrico						
Aplicação de película	10	90	900	R\$ 0,32	R\$ 28,80	R\$ 288,00
Serviços gerais	107	25	2.675	R\$ 0,32	R\$ 8,00	R\$ 856,00
Codificação de transponder	4	20	80	R\$ 0,32	R\$ 6,40	R\$ 25,60
Solda para maq. de vidro	5	20	100	R\$ 0,32	R\$ 6,40	R\$ 32,00
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>185</b>	<b>4.475</b>	<b>R\$ 0,32</b>	<b>R\$ 59,20</b>	<b>R\$ 1.432,00</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

De acordo com o tempo de execução, a empresa realizou a prestação de serviços durante o mês de setembro de 2016 em um tempo de quatro mil e quatrocentos e setenta e cinco (4.475) minutos onde o seu custo foi de R\$ 1.432,00. Os resultados deste quadro foram apurados da seguinte maneira: observou-se a quantidade de cada serviço realizado e multiplicou pelo seu tempo de execução em seguida multiplicou-se pelo custo do minuto.

Quadro 9: valor de venda para a mão de obra no mês de setembro de 2016

Mão de obra	Qtd	Valor de venda/ unidade	Valor total de venda
Recuperação maquina vidro elétrico	24	R\$ 30,72	R\$ 737,28
Aplicação de insulfilme	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00
Serviços gerais	107	R\$ 43,57	R\$ 4.661,99
Codificador de transponder	04	R\$ 90,00	R\$ 360,00
Solda em maquina vidro	05	R\$ 20,00	R\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>R\$ 234,29</b>	<b>R\$ 6.359,27</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Conforme os dados constata-se que a empresa não empregou custos para a venda da mão de obra realizada no mês de setembro de 2016, assim realizando sua formação de preço de venda de forma empírica e conseqüentemente a entidade não consegue totalizar qual o seu verdadeiro lucro com a prestação de serviço dentro do período estudado.

A formação de preço de venda é uma ferramenta de grande importância para a continuação e competitividade das empresas no mercado. Dentre os métodos para a formação de preço citados anteriormente neste estudo, sugere-se a formação de preço de venda através da Taxa de Marcação (*Mark-up*) para aplicar nas vendas realizadas durante o mês de setembro/2016, assim possibilitando a comparação do

preço antes e depois do estudo. Sabe-se que o cálculo da Taxa de Marcação (*Mark-up*), corresponde à margem de lucro que a empresa almeja ganhar sobre as vendas dos produtos ou sobre a mão de obra a se realizar. Segue a baixo o cálculo do *Mark-up* divisor com a margem de lucro esperada pela a empresa.

Quadro 10: Estruturação *Mark-up*.

Descrição	Taxa
Tributos incidentes sobre as vendas	4,00%
Taxa para recebimento cartão de credito	4,45%
Lucro almejado	40,00%
<b>Total</b>	<b>48,45%</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Identificado o percentual deve realizar a divisão por 100 e em seguida subtrair do numeral 1(um) e conseqüentemente o quociente apresentado será utilizado para conhecer qual deverá ser o valor da venda tanto do produto quanto do serviço. Com a demonstração do quociente a ser utilizado para a realização do preço de venda de produtos.

Quadro 11: Percentual unitário para o preço de venda *Mark-up* - INDICADOR

	$48,45\% / 100 = 0,48$
<b>Total</b>	$1 - 0,48 = \mathbf{0,52}$

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Diante as informações contidas visualiza-se a realização da divisão do custo do produto pelo quociente 0,52; assim conhecendo qual deve ser o valor de venda dos produtos para que a empresa venha auferir a margem de lucro esperada de 40% sobre as vendas.

Quadro 12: Aplicação do *Mark-up* com lucro esperado em 40%

Produtos	Valor do custo	<i>Mark-up</i>	Preço de Venda = Custo un/ <i>Mark-up</i>	Resultado Preço de venda
Atuador de trava universal	R\$ 7,15	0,52	$7,15 / 0,52$	R\$ 13,75
Atuador - trava fechadura	R\$ 15,69	0,52	$15,69 / 0,52$	R\$ 30,17
Alto falante	R\$ 46,29	0,52	$46,29 / 0,52$	R\$ 89,02
Alarme PST	R\$ 160,85	0,52	$160,85 / 0,52$	R\$ 309,33
Centralina pw	R\$ 35,59	0,52	$35,59 / 0,52$	R\$ 68,44
Farol auxiliar	R\$ 168,48	0,52	$168,48 / 0,52$	R\$ 324,00
Lampada h7	R\$ 11,42	0,52	$11,42 / 0,52$	R\$ 21,96
Lampada superior branca	R\$ 38,67	0,52	$38,67 / 0,52$	R\$ 74,37

Maquina de vidro elétrico	R\$ 43,25	0,52	43,25 / 0,52	R\$ 83,17
Rep.maq. vidro elétrico	R\$ 21,76	0,52	21,76 / 0,52	R\$ 41,85
<b>Total</b>	<b>R\$ 549,15</b>	<b>0,52</b>	<b>549,15 / 0,52</b>	<b>R\$ 1.056,06</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

A empresa também realizada serviços sem a venda de mercadoria, por isso precisou verificar o valor da mão de obra, logo se faça o cálculo do Mark-up divisor para a prestação de serviços. Para ter rentabilidade considerável, a empresa almeja 50% de margem de lucro.

Quadro 13: Soma dos % incidentes sobre o preço de venda (%PV) em M. O.

	Taxas
Tributos incidentes sobre as vendas	4,45%
Taxa para recebimento cartão de credito	4,45%
Lucro almejado	50%
<b>Total</b>	<b>58,90%</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Ao realizar a divisão obtêm um resultado para ser aplicado sobre o custo da prestação de serviço e posteriormente apurando o valor de venda da mão de obra.

Em análise ao cálculo conclui-se que o preço da mão de obra por hora de trabalho é R\$ 50,56, o que apresentado a empresa ela precisa trabalhar nessa margem de valor para obter um resultado positivo. Considerando que os serviços prestados pela a empresa têm tempos de duração diferentes, deve-se realizar o rateio para conhecer o valor do minuto a ser cobrado.

Quadro 14: Cálculo do Mark-up para a prestação de serviço

	$58,90\% / 100 = 0,59$
<b>Total</b>	$1 - = 0,41$
PV=Custo de uma hora de prestação de serviço R\$ 20,73 / <i>Mark-up</i> 0,41	
PV= 50,56	
<b>Comprovação do Cálculo</b>	
Preço de venda orientativo	R\$ 50,56
Percentuais utilizados (4,45% + 4,45% + 50%)	R\$(29.83)
Custo da prestação de serviço por hora	R\$ 20,73

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Em observação pôde verificar qual o valor de venda do minuto para a prestação de serviço.

Quadro 15: Rateio do valor de venda da hora para prestação de serviços

Descrição	Valor	
Valor da hora (60 minutos)	R\$	50,56
Valor do minuto (50,56 / 60)	R\$	0,84

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Com os dados presentes percebe-se que o valor de venda do minuto para a prestação de serviço deve ser de R\$ 0,84 acrescidos ao valor de venda dos produtos com a realização da mão de obra, para garantir o lucro desejado.

Quadro 16: Formação do preço de venda com a mão de obra/ minuto com o Mark-up

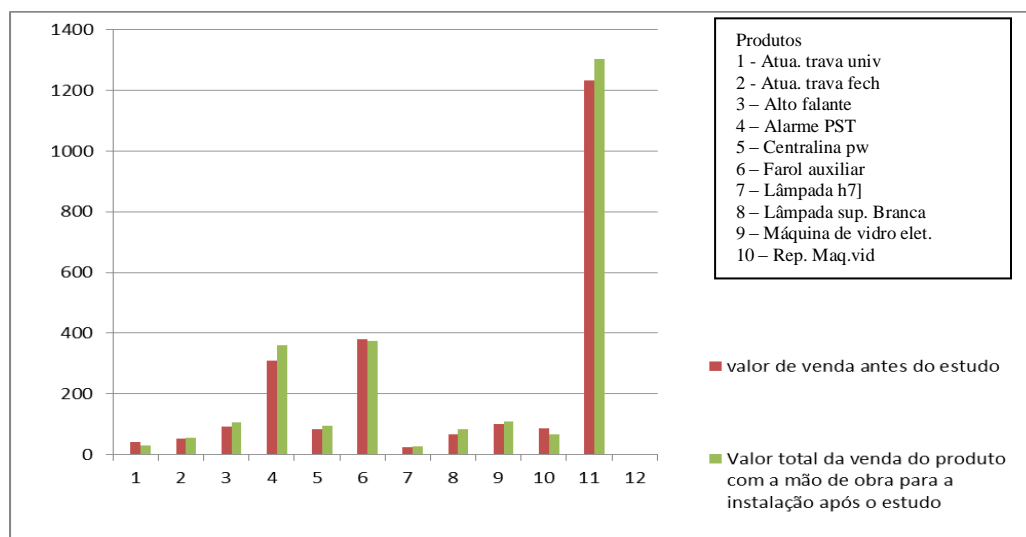
Produtos	Valor de venda unitário	Tempo de instalação	Valor de venda mão de obra/min.	Total da mão de obra	Total da venda
Atuador de trava universal	R\$ ....13,75	20	R\$ 0,84	R\$ 16,80	R\$ 30,55
Atuador - trava fechadura	R\$ ....30,17	30	R\$ 0,84	R\$ 25,20	R\$ 55,37
Alto falante	R\$ ....89,02	20	R\$ 0,84	R\$ 16,80	R\$ 105,82
Alarme PST	R\$ ..309,33	60	R\$ 0,84	R\$ 50,40	R\$ 359,73
Centralina pw	R\$ ....68,44	30	R\$ 0,84	R\$ 25,20	R\$ 93,64
Farol auxiliar	R\$ ..324,00	60	R\$ 0,84	R\$ 50,40	R\$ 374,40
Lampada h7	R\$ ....21,96	5	R\$ 0,84	R\$ 4,20	R\$ 26,16
Lampada superior branca	R\$ ....74,37	10	R\$ 0,84	R\$ 8,40	R\$ 82,77
Maquina de vidro elétrico	R\$ ....83,17	30	R\$ 0,84	R\$ 25,20	R\$ 108,37
Rep.maq.vidro elétrico	R\$.... 41,85	30	R\$ 0,84	R\$ 25,20	R\$ 67,05
<b>Total</b>	<b>R\$ 1.056,06</b>	<b>295</b>	<b>R\$ 0,84</b>	<b>R\$ 247,80</b>	<b>R\$ 1.303,86</b>

Fonte - Dados da pesquisa (2016)

Observa-se que com a aplicação do *Mark-up* multiplicador o valor total das vendas dos produtos houve um aumento no valor de venda de R\$ 247,80, totalizando uma receita de R\$ 1.303,86 dentro do mês de setembro de 2016. O que constatou que a formação do preço de venda foi concluída, com base na pesquisa, para ter uma rentabilidade considerável e uma lucratividade desejada.

O comparativo do antes e o depois do estudo serve para mostrar o que realmente estava favorável à situação da empresa, pois os valor de venda é diretamente ligados o que se "gasta" dentro de uma organização. Em análise verificou que antes da realização da pesquisa a empresa dispunha de apenas um único preço de venda para o produto instalado ou sem a instalação. Percebe-se que o valor de venda de alguns produtos são maiores antes do estudo.

Gráfico 1: Comparativo dos valores de vendas do antes e depois do estudo.

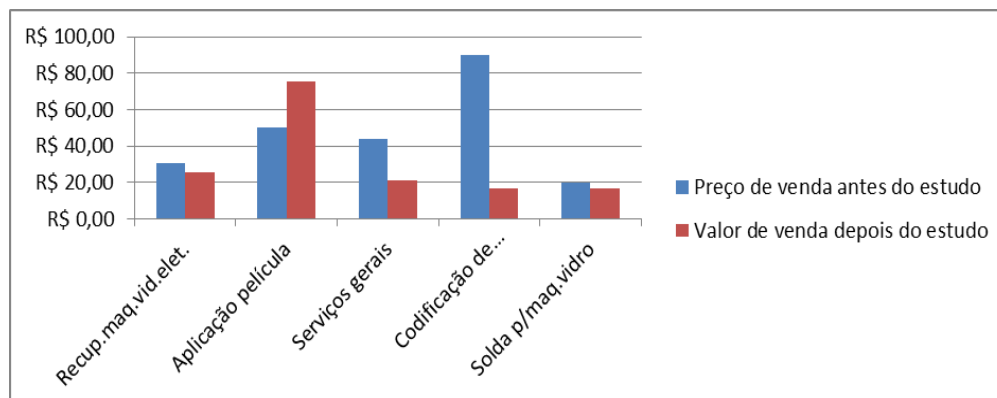


Fonte - Dados da pesquisa (2016)

O gráfico 1 é um comparativo dos valores de venda dos serviços realizados no mês de setembro de 2016 com o preço de venda sugerido pelo *Mark-up* multiplicador.

Observando o comparativo (gráfico 2), alguns serviços prestados estavam com o valor superior ao esperado, o lucro estava desigual. Fazendo o calculo correto do valor do serviço à lucratividade ficou equilibrada. Os valores de venda praticados para determinados serviços antes do estudo encontra-se num valor maior que o preço determinado após a aplicação do *Mark-up*, e que como no caso dos produtos também existem preços menores.

Gráfico 2: comparação preço de venda de serviço, antes e depois do estudo.



Fonte: Dados da pesquisa (2016)



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa de trabalho de conclusão de curso buscou avaliar qual o melhor método para a formação de preço de venda de produtos, mão de obra e serviços que a empresa J. D. Ferreira poderia utilizar garantindo a rentabilidade da empresa. Foi aplicada a Contabilidade de Custos para o estudo de caso em uma micro empresa do ramo de autopeças e prestação de serviços, com aprofundamento na Contabilidade Gerencial enfatizando a Taxa de Marcação "Mark-up" para a realização do preço de venda.

De acordo com os resultados obtidos, ficou demonstrado que a empresa estudada não possui departamentos para a realização das atividades operacionais, desse modo desconhece qual o seu custo para atuar no mercado de trabalho. Considerando o porte da empresa estudada foi constatado que método mais eficiente para a realização da formação de preço de venda é a Taxa de Marcação "Mark-up" devido a sua facilidade de aplicação e compreensão. Com a aplicação da teoria sobre os gastos e vendas da empresa conclui-se que a Contabilidade gerencial permite que a organização se torne mais competitiva no mercado devido ao fato de que a sua realização diária proporciona ao gestor segurança para a decisão sobre qual o preço determinado para comercialização o seu produto ou serviço.

## REFERÊNCIAS

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.