

ANALISE DO MARKUP EM RELAÇÃO AO PREÇO DE VENDA USADO EM UMA INDUSTRIA DE ARTEFATOS DE ALUMINIO DA REGIÃO SUDOESTE PARANAENSE

ANALYSIS OF MARKUP IN RELATION TO THE SALE PRICE USED IN AN ALUMINUM ARTIFICIAL INDUSTRY OF THE SOUTHWEST PARANAENSE REGION

Everaldo Veres Zahaikevitch¹

Jessica Karini Almeida¹

Jamaria Leocádia Tiburtino Lopes¹

Antônio Cecílio Silvério¹

Andréia Gura¹

¹Instituto Federal do Paraná

Resumo

A pesquisa teve por objetivo comparar o Mark-up com o preço de venda praticado por uma empresa, a fim de evidenciar a formação de preço de venda e verificar se a empresa está de fato obtendo o lucro desejado face o item comercializado. O Mark-up assim sendo um índice aplicado sobre o custo de um produto para chegar à formação do preço de venda, é uma ferramenta fundamental para consubstanciar o real lucro. O trabalho traz ainda conceito sobre a contabilidade de custos, assim como também evidencia a contribuição da contabilidade como meio de informação fundamental para decisões assertivas. E para exemplificar a pesquisa elaboramos um estudo de caso sobre o tema apresentado, onde foi realizado um trabalho comparativo em relação ao Mark-up e o preço de venda praticado por uma indústria de artefatos de alumínio situada na cidade Palmas-PR, com dados fornecidos pela empresa, a finalidade do estudo foi verificar a credibilidade do percentual de lucro estabelecido pela entidade. No transcurso da análise, foi possível constatar uma falha no processo de fixar um preço de venda compatível com o lucro esperado, uma vez que o Mark-up nos mostra um valor inferior, referente ao estipulado para efetivar o preço comercializado.

Palavras chave: Contabilidade de Custos, Mark-up, Preço de Venda.

Abstract

The research aimed to compare the Mark-up with the selling price practiced by a company in order to evidence the formation of sale price and to verify if the company is actually obtaining the desired profit from the item marketed. Mark-up thus being an index applied on the cost of a product to arrive at the formation of the sale price, is a fundamental tool to substantiate the real profit. The work also brings concept about cost accounting, as well as evidence the contribution of accounting as a fundamental information medium for assertive decisions. And to exemplify the research, we elaborated a case study on the subject presented, where a comparative work was done in relation to Mark-up and the selling price practiced by an aluminum artifacts industry located in the city Palmas-PR, with data provided by the company, the purpose of the study was to verify the credibility of the percentage of profit established by the entity. In the course of the analysis, it was possible to observe a failure in the process of setting a sales price compatible with the expected profit, since Mark-up shows us a lower value, related to the stipulated to effect the marketed price.

Key-words: Cost Accounting, Mark-up, Selling Price.

1. Introdução

Com o advento da revolução industrial, em meados do século XVIII, com forte crescimento de produção em massa, faz-se necessário um controle maior sobre essas empresas em desenvolvimento, assim nasce a contabilidade de custos, a fim de fornecer informações precisas para a tomada de decisão, planejamento, controle e principalmente desenvolver corretamente a formação de preço de venda, com ênfase no lucro desejado pelo empresário, baseando-se no mark-up, para garantir uma informação fidedigna, eficiente e eficaz.

Podemos perceber que profissionais contábeis atuantes nessa área, tendem a serem profissionais habilitados, capacitados e com amplo domínio na área, que buscam atualizações e conhecimento sobre o assunto, a fim de gerar informações genuínas capazes de ser responsável pelas tomadas de decisões da empresa, no entanto ainda é comum encontramos profissionais desabilitados que equivocadamente geram dados não reais, que com certeza prejudicam a empresa em seu desenvolvimento geral.

Através dessa pesquisa realizamos um estudo minucioso sobre a comparação do Mark-up com o preço de venda, com a finalidade de verificar a veracidade e credibilidade da formação do preço de venda, e se realmente o empresário está obtendo o lucro que almeja. Para a formação dos custos é necessário observar todos os recursos que serão consumidos pela indústria, e isso depende de fatores como os materiais utilizados, a mão de obra e as despesas gerais.

Em um primeiro momento, foi investigado o ramo de atividades assim como a origem das matérias primas utilizadas para o processo de fabricação de utilidades domésticas.

Designamos uma pesquisa através de dados fornecidos pela empresa, cálculos, gráficos, levantamento de dados, e com o conhecimento da contabilidade de custos, e assim responder o problema da pesquisa: a indústria em questão, está de fato alcançando a lucratividade, que até então acredita ser de vinte e cinco por cento?

Diante do exposto, selecionamos os três itens mais vendidos pela indústria, assim como todos os custos inerentes a estes, e a partir da análise dos resultados, responder à questão. Buscamos evidenciar a estratégia de formação do preço de venda utilizadas em uma indústria de artefatos de alumínio com objetivo de desenvolver o estudo comparando o preço de venda (praticado pela indústria estudada), com o Mark-up (encontrado, através de dados fornecidos por esta), e assim encontrar o real lucro da empresa, chamando a atenção dos empresários para a importância de um profissional contábil, para tomada de decisões acertadas, garantindo dessa forma o princípio da continuidade.

2. Referencial Teórico

Apresentam-se neste capítulo definições e conceitos que fundamentam a contabilidade de custos, abordando os métodos de apuração de custos e classificação dos custos e despesas.

Conceitos e Classificação

As vertentes mercadológicas são primordiais para a definição da estratégia de formação de preço, cobrar um montante correto de um produto ou serviço é o caminho para grande sucesso financeiro, no entanto calcular esse preço errado pode custar muito caro, podendo até acarretar a falência da empresa, podemos então definir o preço de venda como: $\text{Custos} + \text{Despesas} + \text{Lucro} = \text{Preço de venda}$.

De acordo com Martins (2010), podemos apresentar alguns conceitos:

Quadro 1 – Conceitos

Gasto	Sacrifício financeiro que a organização arca com um bem ou serviço
Custo	Gasto econômico que a empresa tem no momento da fabricação
Custo Fixo	Gasto que se mantém constante e incorre todos os meses na empresa
Custo Variável	Gasto que varia de acordo com o volume de vendas
Despesas	Gasto necessário para manutenção das atividades da empresa
Markup	Índice multiplicador aplicado sobre os custos de um produto ou serviço
Lucro	Retorno positivo adquirido através de um investimento
Preço de Venda	Valor cobrado de um bem ou serviço

Fonte: Elaborado pelos autores

Métodos de Custeio

Os métodos de custeio podem ser aplicados em todas as organizações, sendo utilizados para determinar valores, decisões entre produzir ou terceirizar e reduzir custos, na sequência foi descrito sobre os métodos de Custeio por Absorção, Custeio Variável, Custeio por Atividades (ABC) e Reichskuratorium Fur Wirtschaftlichkeit (RKW)

Custeio por Absorção

Segundo Santos (2009), “o método de custeio por absorção é considerado básico para a avaliação de estoques pela contabilidade societária para fins de levantamento do balanço patrimonial e da demonstração do resultado do exercício”.

Este método de custeio é considerado o mais simples, pois nele são apropriados todos os custos da empresa, tanto diretos como indiretos.

O Custeio por absorção segue alguns passos que, segundo Crepaldi (2011, p.87), são:

- a) Separação dos gastos do período em custos e despesas.
- b) Classificação dos custos em diretos e indiretos.
- c) Apropriação dos custos diretos aos produtos.
- d) Apropriação, por rateio, dos custos indiretos de fabricação.

Custeio Variável

No custeio variável, de acordo com Dubois (2009, p. 133), “esse método é definido como aquele no qual os custos fixos são alocados como despesa”.

Para que seja adotado esse sistema, devem-se realizar algumas tarefas como: separar os custos da empresa em fixos e variáveis; determinar os custos e despesas variáveis a todos os produtos ou serviços; calcular a margem de contribuição; e subtrair da margem de contribuição os custos fixos para se chegar ao lucro da empresa.

O custeio variável, de acordo com Ducati (2009) consiste na: “apropriação de todos os custos e despesas variáveis. Os custos e despesas fixas são considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado”.

Uma vantagem desse método para Souza e Diehl (2009, p. 105), é “a simplicidade ao atribuir aos produtos somente os custos variáveis”.

Para Martins (2010, citado por CORBARI e MACEDO, 2012) o custeio variável tem como vantagem:

[...] condições de propiciar muito mais rapidamente informações vitais à empresa; também o resultado medido dentro de seu critério parece ser mais informativo à administração, por abandonar os custos fixos e tratá-los contabilmente, como se fossem despesas, já que são quase sempre repetitivos e independentes dos diversos produtos e unidades.

A seguir, segundo Crepaldi (2011, p. 133), elaboramos um quadro com vantagens e desvantagens desse método:

Quadro 2 - Vantagens e Desvantagens do Custeio Variável

Vantagens	Desvantagens
Os custos são comparados em unidades	A exclusão dos custos fixos indiretos altera resultados
Facilita tempo e trabalho	Pode prejudicar as análises
Melhor controle dos custos	Não considera os custos fixos no preço de venda
Facilita elaboração e controle de orçamentos	No Brasil não é aceita pelo Fisco

Fonte: Elaborado pelos autores

Custeio por atividade (ABC)

Com o passar dos anos as empresas tiveram a percepção que para ser mais competitiva e rentável, uma das formas seria analisar os conceitos de classificar seus custos e saber onde os mesmos estavam alocados, conhecendo o local onde os custos estão locados poderia trabalhar de forma a diminuir os mesmos.

Martins (2010, p.87) comenta que:

O Custeio baseado em Atividades, conhecido como ABC é um método de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos. Podendo ser aplicado, também, aos custos diretos, principalmente à mão de obra direta, e é recomendável que o seja; mas não haverá, neste caso, diferenças significativas em relação aos chamados “sistemas tradicionais”. A diferença está no tratamento dado aos custos indiretos.

Tem como característica básica a apropriação dos custos e despesas possíveis, sendo fixos ou variáveis, às mercadorias e serviços. É um sistema mais voltado para a parte interna da empresa, pois reconhece o preço de venda como função que é mais de mercado do que de custos, mas a gestão dos custos deve ser eficiente para que a empresa busque resultados e seja competitiva.

Reichskuratorium Fur Wirtschaftlichkeit (RKW)

Consiste em ratear os custos e despesas, sejam comerciais, administrativas, financeiras, aos produtos. Esse método é conhecido como departamentalização, pois divide as empresas em partes, normalmente em organograma.

Para Martins (2003, p. 65), “departamento é a unidade mínima administrativa para a contabilidade de custos, representada por pessoas e máquinas (na maioria dos casos), em que se desenvolvem atividades homogêneas”.

3.Materiais e Métodos

O presente estudo classifica-se, quanto ao método de pesquisa bibliográfica apoiada em estudo de caso. A pesquisa bibliográfica, segundo Cervo e Bervian (1996 p. 48), “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental”. Com relação ao estudo de caso trata-se do estudo de um único caso, com aprofundamento, considerando-o representativo de casos semelhantes.

No que se refere à abordagem do problema, a pesquisa terá enfoque qualitativo e quantitativo. Richardson (1999, p. 118, *IN* BEUREN, 2006) reporta que toda pesquisa pode ser, ao mesmo tempo qualitativa e quantitativa. A pesquisa qualitativa se apresenta como alternativa e de expressão genérica que compreende atividades de investigação que podem ser definidas como específicas. Enquanto que a pesquisa quantitativa é a investigação que ocorre baseada na estatística.

Quanto aos objetivos a pesquisa será descritiva, pois serão descritas as técnicas utilizadas para chegar ao custo final do produto e destacando as análises de todos os dados de relatórios. De acordo com Beuren, (2006, p. 81) a pesquisa descritiva configura-se como um estudo intermediário entre a pesquisa exploratória e a explicativa, ou seja, não é tão preliminar quanto à primeira nem aprofundada como a segunda. Neste contexto, descrever significa identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos”.

O principal instrumento foi por meio de relatórios contábeis, que demonstram os resultados de forma ampla, além da realização da pesquisa, foram realizadas visitas contínuas na empresa estudada e assim coletados dados reais, como também a certificação da prática em relação à teoria que nos foi passada, e para formar a amostra da pesquisa.

Após a coleta dos dados foram tabulados, analisados e interpretados de acordo com os custos abordados, buscando atender aos objetivos da pesquisa com abordagem qualitativa e quantitativa dos dados, além de confrontá-los com o referencial teórico.

Coletas de Dados

Estudamos uma indústria, que foi fundada no ano de 2006, composta por dois sócios, localizada no município de Palmas/PR. Possui 30 funcionários e atua diretamente na fabricação de utilidades domésticas em alumínio. Atuante com vendas, em todo Brasil, com concentração maior no sul do Brasil. A indústria trabalha com mais de 200 itens, no entanto, para fins de estudo utilizamos os três itens mais comercializados pela empresa que são as Pipoqueiras, churrasqueiras e caçarolas.

A fim de verificar os custos dos itens em análise, identificar o método de custeio utilizado, obter informações referentes ao processo de precificação dos produtos fabricados, e assim responder aos objetivos propostos nesse trabalho, fez-se necessário a coleta de dados.

Todos os dados foram fornecidos pelos funcionários responsáveis pela supervisão de custos e o diretor comercial da fábrica em análise. Os dados primários foram obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas e os secundários por meio da análise de registros/documentos internos da empresa, como relatórios, planilhas eletrônicas.

Para a realização da entrevista foram formuladas questões pertinentes ao tema abordado, sobre custos fixos e variáveis, assim como método de precificação estabelecida por esta, com o objetivo de coletar dados que permitissem o alcance do objetivo principal deste estudo, que é verificar a real lucratividade dos itens industrializados estudados neste trabalho.

Posteriormente surgiu a necessidade de outra entrevista para esclarecimento sobre os dados secundários fornecidos anteriormente, referente ao ano de 2016, trata-se de planilhas eletrônicas que a indústria utiliza com a finalidade de controle de gastos, dos produtos e das linhas de produção, e formação do preço de venda.

4. Análise e Discussão dos Resultados

Exposições dos Dados

Percebeu-se, a partir das informações coletadas, que os principais gastos de fabricação estão associados à mão de obra, à matéria-prima, aos impostos e às despesas gerais, e foi informado que o controle destes e dos demais gastos da empresa é cometido através de um

sistema de gerenciamento contábil que gera relatórios de controle interno, sobre todos os custos e despesas incorridos para a referida fabricação.

A respeito da separação dos custos para formação de preço de venda, o funcionário entrevistado informou que existe a preocupação em separá-los e que o sistema utilizado pela empresa já é estruturado de forma a separar todos os custos e despesas. E também possui controle no Excel quanto aos custos por produtos e gastos fixos gerais.

O quadro abaixo apresenta todos os custos variáveis para fabricação dos itens A, B e C estudados, esses dados foram fornecidos pelo setor de custos da empresa, responsável pela precificação de mercado.

Quadro 3 - Custo Variável por Produto

Produtos	A- Pipoqueira	%	B- Caçarola	%	C- Churrasqueira	%
ALÇA	-		R\$ 1,50	11,00%	R\$ 1,50	4,37%
CABO	R\$ 0,73	4,07%	-		-	
COMISSÃO	R\$ 1,97	10,99%	R\$ 1,84	13,52%	R\$ 4,70	13,68%
DISCO	R\$ 3,06	17,07%	R\$ 3,54	25,97%	R\$ 6,90	20,08%
EMBALAGEM	R\$ 3,00	16,74%	R\$ 0,26	1,91%	R\$ 3,50	10,19%
ETIQUETA	R\$ 0,08	0,45%	R\$ 0,08	0,59%	R\$ 0,08	0,24%
FRETE	\$ 6,32	35,27%	R\$ 1,88	13,79%	R\$ 4,80	13,58%
GGF	R\$ 0,51	2,85%	R\$ 0,51	3,74%	R\$ 0,51	1,50%
GRADE	-		-		R\$ 4,16	12,12%
INSUMOS	R\$ 0,10	0,56%	R\$ 0,10	0,73%	R\$ 0,10	0,30%
OUTROS	R\$ 0,10	0,56%	R\$ 0,10	0,73%	R\$ 0,10	0,30%
P-CHAM	-		R\$ 0,24	1,76%	-	
POMEL	R\$ 0,45	2,50%	R\$ 1,12	8,22%	R\$ 1,12	3,27%
SUPORTE	-		R\$ 0,22	1,61%	-	
TAMPA	R\$ 1,60	8,94%	R\$ 2,24	16,43%	R\$ 6,90	20,37%
TOTAL	R\$ 17,92	100,00%	R\$ 13,63	100,00%	R\$ 34,37	100,00%

Fonte: Elaborado pelos autores

Sobre o método de precificação, que é um fator de competitividade, o mesmo destacou que é utilizada a seguinte equação para pré-estabelecer o preço de mercado: (Custos + Impostos + Porcentagem de Lucro = Preço de Venda).

Assim, é dada atenção ao quesito preço de forma que o mesmo fique dentro da média que a empresa julga conveniente, foi informado ainda pelo setor de custos, que o custo fixo representa 11,46%, que é referente à depreciação, manutenção preventiva, M.O.I, salários, etc. e que a despesa total é R\$ 586.127,58 mês, distribuída por meio de rateio para cada produto. O custo variável unitário está elencado no quadro I acima, o imposto é de 9,15% pois a indústria é optante pelo simples nacional, e a porcentagem de lucro estimado pelo empresário é de 25%.

Dessa forma a empresa apresentou os seguintes preços de venda.

Quadro 4 - Preço Praticado pela indústria

Itens	Preço
A – Pipoqueira	R\$ 25,15
B – Caçarola	R\$ 23,54
C – Churrasqueira	R\$ 60,07

Fonte: Dados da empresa, set /2016

Desse modo a indústria acredita que utilizando o atual método de precificação, a mesma consegue cobrir todos os gastos de fabricação ainda lucrar 25% sobre cada venda.

Comparações do Preço de Venda Praticado pela Empresa X Mark-Up

Diante do exposto, buscamos mapear todos os custos e encontrar o Mark-up para uma análise mais aprofundada sobre o lucro. Foram utilizados todos os dados fornecidos pela empresa, considerando o preço de venda 100%, os custos fixos encontraram-se presentes nas planilhas de controle da empresa e representam 11,46% dos custos totais, imposto de 9,15% pois é optante pelo simples, comissão de 8,5% sobre as vendas, almejando um lucro de 25%, e 8% de frete sobre cada montante de venda. Desse modo calculamos:

Quadro 5 – Custos

P.V	100,00%
(-) C.F	11,46%
(-) IMPOSTOS	9,15%
(-) COMISSÃO	8,50%
(-) LUCRO DESEJADO	25%
(-) FRETE	8%
(=) CUSTO	37,89%

Fonte: Elaborado pelos autores

Para encontrarmos o índice multiplicador, Mark-up, subtraímos dos 100% do preço de venda os custos Fixos de 11,46%, os impostos de 9,15%, a comissão de 8,5%, o lucro de 25% e o frete de 8%, dessa forma encontrou o custo total de venda de 37,89%, efetuando a seguinte divisão $100 / 37,89\%$ encontra-se o índice multiplicador do Mark-up conforme o quadro:

Quadro 6 - Mark-Up

P.V	100,00%
CUSTO	37,89%
(=) MARK-UP	2,64

Fonte: Elaborado pelos autores

Em outras palavras o Mark-up soma ao custo unitário do produto, uma margem de lucro para obter então o preço de venda. Exatamente o que foi feito no cálculo acima. Diante do Mark-up, torna-se possível nesse momento aplicar esse índice no custo variável unitário, para encontrar o real preço de venda e assim evidenciar a lucratividade dos produtos:

Quadro 7 - Comparação de preço pelo Mark-up

Itens	Custo Variável/Unitário	Índice Mark-up	Preço para obter 25% de lucro	Preço encontrado pela empresa
A-Pipoqueira	R\$ 17,92	2,64	R\$ 47,30	R\$ 25,15
B-Caçarola	R\$ 13,63	2,64	R\$ 35,98	R\$ 23,54
C-Churrasqueira	R\$ 34,37	2,64	R\$ 90,73	R\$ 60,07

Fonte: Elaborado pelos autores

Encontrado o custo variável de cada item analisado, aplicamos sobre este o índice de Mark-up de 2,64 encontrado anteriormente com a margem lucrativa de 25% desejada pela indústria, dessa forma encontramos o preço que a mercadoria deveria ser vendida para então obter o lucro de 25%, diante do quadro de comparação é possível observar que o preço de venda praticado pela empresa é menor que o preço encontrado pelo Mark-up, ou seja, a empresa está com uma lucratividade inferior ao que se acreditava barganhar.

A empresa utiliza de um método equivocado, onde não leva em consideração o custo fixo total, assim por mais que acrescentasse uma porcentagem de lucratividade de 25%, não o lucraria, tendo em vista o desconhecimento da importância dos custos fixos, como dado crucial para a precificação, este devendo ser levado em consideração o montante mensal, uma vez que é fixo, e não o rateio por itens produzidos. A empresa utiliza o custo fixo como sendo custo variável, o que acarreta em uma grande disparidade de valores e erros graves, capazes de mostrar um lucro ilusório e uma tomada de decisão fracassada.

Diante da exposição de dados, e da comparação do preço em relação ao Mark-up, podemos ainda identificar a diferença do preço de venda praticado pela empresa, e o preço encontrado através do Mark-up.

Quadro 8 – Diferença em % e em R\$ dos preços de venda

Itens	Preço através do Mark-up (2,64)	Preço encontrado pela empresa	Diferença de venda em %	Diferença de venda em R\$
A- Pipoqueira	R\$ 47,30	R\$ 25,15	46,82	22,15
B – Caçarola	R\$ 35,98	R\$ 23,54	34,57	12,44
C-Churrasqueira	R\$ 90,73	R\$ 60,07	33,79	30,66

Fonte: Elaborado pelos autores

Durante o desenvolvimento do estudo, buscamos ainda identificar se as vendas desses três itens estão apresentando lucro ou prejuízo.

Quadro 9 – Resultados dos produtos com preço de venda praticado pela Indústria

	A-Pipoqueira	B-Caçarola	C-Churrasqueira
P.V	R\$ 25,15	R\$ 23,54	R\$ 60,07
(-) C.F	R\$ 2,88	R\$ 2,70	R\$ 6,88
(-) IMPOSTOS	R\$ 2,30	R\$ 2,15	R\$ 5,49
(-) COMISSÃO	R\$ 2,14	R\$ 2,00	R\$ 5,10
(-) FRETE	R\$ 2,01	R\$ 1,88	R\$ 4,80
(-) C.V	R\$ 17,92	R\$ 13,63	R\$ 34,37
LUCR/PREJUÍZO	-R\$ 2,10	R\$ 1,18	R\$ 3,43
%	-8,35%	5,01%	5,72%

Fonte: Elaborado pelos autores

No quadro nove, considerando o preço de venda realizado pela empresa e diminuindo seus custos fixos, impostos, comissões, fretes e custos variáveis para chegar ao verdadeiro resultado de cada produto.

Com isso identificamos prejuízo no produto A de R\$ 2,10, com um de percentual negativo de 8,35%. Já, os produtos B e C apresentam lucro de R\$ 1,18 e R\$ 3,30 e percentuais de 5,01% e 5,66% respectivamente. Mas os percentuais de lucro apresentam valores inferiores ao que a empresa objetiva estar alcançando que era de 25%.

5.Considerações Finais

Este artigo teve como objetivo demonstrar a importância da Contabilidade de Custos como forma de auxílio fundamental para a tomada de decisões. Foi dado ênfase também a um ponto que é comum encontrar erros que causam prejuízos em várias empresas/indústrias, e que é de primordial importância para a consolidação de qualquer empreendimento, que é a formação do preço de venda.

Levando em consideração a grande competitividade entre as empresas para que cada vez mais obtenham resultados e uma boa gestão, é necessário que os empreendedores entendam que um processo eficiente de gestão implantada na organização é de extrema importância.

Com o comparativo de preços acima, é possível perceber que a empresa vende seus produtos abaixo do necessário para cobrir os custos e ter o lucro esperado, o produto a que deveria ser vendido por R\$ 47,30 para obter o lucro de 25%, é vendido pela empresa por R\$ 25,15, ou seja, a empresa vende o produto A 46,82% a menos do que deveria. O produto A é o

que apresenta a maior diferença em porcentagem, conseqüentemente é o que menos dá lucro.

Através de uma análise realizada em uma indústria de Palmas – PR, tivemos como objetivo realizar estudos na empresa para verificarmos se realmente o lucro esperado pelo empresário estava sendo obtido através do seu preço de venda.

O estudo mostra que nenhuma decisão deve ser tomada observando apenas dados isolados, ou seja, para que se possa realmente definir o melhor caminho a ser seguido, é necessário utilizar-se dos benefícios proporcionados pela Contabilidade de Custos aliados a observação de diversas variáveis. Com a realização deste estudo, verificou-se o fato da empresa está se baseando somente em custos isolados para efetivar a sua precificação, sem calcular adequadamente seus custos, e sem utilizar um método correto como, por exemplo, o Mark-up, e sem saber o seu real lucro a empresa acaba assumindo um risco muito alto, por desconhecer seus gastos e seu retorno.

Pode-se constatar que se uma empresa programar um sistema de custeio, ela terá uma maneira de traçar uma estratégia muito eficaz, que só traz benefícios e ainda demonstra resultados que realmente podem proporcionar informações que são necessárias para as tomadas de decisões e redução de custos.

Os resultados das análises realizadas mostraram que a empresa almejava um percentual de lucro de 25% e não estava alcançando o mesmo, em virtude da falha no momento da precificação, um dos itens mais vendidos já apresentar prejuízo. A empresa também dispõe de uma planilha completa para atualizar seu preço de venda, a qual facilita no cadastramento de seus produtos no sistema. Sugerimos então a Indústria, que essa mesma planilha seja atualizada com os dados utilizados nesse estudo e que a mesma adote o Mark-up para a formação do preço de venda, para o faturamento correto de seus produtos. Na elaboração deste estudo a empresa adotou os modelos sugeridos para serem adaptados às suas necessidades, visando um desempenho correto no mercado. Pode-se observar ainda que, o conhecimento dos custos para uma empresa é fator preponderante e indispensável para sua sobrevivência. Pois, nenhuma empresa, independentemente de seu porte sobreviverá por muito tempo se praticar preços de venda abaixo de seus custos.

Tão necessário quanto saber determinar os custos dos produtos fabricados ou dos serviços prestados, é saber aperfeiçoar esses custos, utilizando métodos coerentes e corretos para definir a precificação, garantindo um preço competitivo e que cubra seus gastos de fabricação, e ainda gerando um lucro almejado pelos seus proprietários, para que esses possam

ter retorno de seus capitais investidos e também poderem investir mais capitais, sempre com a intenção de equipar e modernizar a instituição para se manter e obter um destaque em seu segmento.

Buscar também um profissional qualificado e atualizado que possa realmente apresentar índices e dados verídicos a fim de apresentar a melhor tomada de decisão, garantindo assim o sucesso da empresa ou indústria.

Referências

BEUREN, I. M. (org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BORNIA, A. C. **Proposição de um sistema de custos e formação de preços em uma agência de publicidade e propaganda**. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/7162335-Proposicao-de-um-sistema-de-custos-e-formacao-de-precos-em-uma-agencia-de-publicidade-e-propaganda.html>>. Acesso em: 15 set. 2016.

CERVO A. L., BERVIAN P. A. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CORBARI, C. E; MACEDO, J. de J. **Administração Estratégica de Custos**. Curitiba: IESDE Brasil S.A, 2012.

CREPALDI, S. A. **Contabilidade gerencial: teoria e prática**. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DUCATI, E. **Reflexões a respeito do custeio por absorção e do custeio variável**. Disponível em: <http://www.google.com.br/url?url=http://periodicos.faex.edu.br/index.php/elocucacao/article/download/13/14&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=u&ved=0ahukewiczsljk3qahvifpakhzjxd_aqfggumaa&sig2=d7uriwomewpyy2xltmua&usg=afqjcngupzfflknkiksrquzjjffngbynxq>. Acesso em: 17 out. 2016.

HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M. **Um estudo sobre a influência de ACCRUALS na correlação entre o lucro contábil e a variação do capital circulante líquido de empresas**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552006000200006>. Acesso em: 08 out. 2016.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 9ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 10ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2010..

SANTOS, J. J. **Os métodos de custeio: vantagens, desvantagens e sua aplicabilidade nos diversos tipos de organizações apresentadas pela literatura**. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/9387568-Os-metodos-de-custeio-vantagens-desvantagens-e-sua-aplicabilidade-nos-diversos-tipos-de-organizacoes-apresentadas-pela-literatura.html>>. Acesso em: 02 set. 2016.

SOUZA, M. de A; DIEHL, C. A. **Gestão de Custos**. São Paulo: Atlas, 2009.

TRIVIÑOS, A. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1995.