

APLICAÇÃO DA CONTABILIDADE GERENCIAL NA GESTÃO DE COMÉRCIO DE PNEUS

Elisângela Dutra de Campos¹
João Antônio Cervi²

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso tem como tema a aplicação da Contabilidade Gerencial na gestão de comércio de pneus, observando o problema que questiona se a atividade da empresa alcança resultados positivos aos acionistas. Desta forma, o trabalho compreende a realização de um estudo da contabilidade gerencial, com a análise dos custos, com o objetivo de verificar se os preços praticados na atividade desenvolvida alcançam os lucros esperados pelos acionistas. O estudo foi realizado em uma empresa do ramo de comércio de pneus e acessórios da linha automotiva, que está localizada no município de Santa Rosa RS, envolvendo o período de janeiro a março de 2018. A metodologia utilizada foi categorizada como teórica empírica, com a classificação quantitativa, em relação aos procedimentos sendo bibliográfica, documental, direta e indireta e estudo de caso, com o método de abordagem dedutivo. Ao longo do desenvolvimento do trabalho observou-se o conceito de Contabilidade Gerencial, estrutura de custos e seus tipos, bem como a relação entre volume de vendas e margem de lucro, tendo como principais autores pesquisados Coronado, Crepaldi, Marion e Ribeiro, Hong, Horngreen, Sundem e Stratton. Iniciou-se a coleta de dados com a apuração do volume de vendas, dos custos diretos e indiretos, utilizando-se do método de absorção para após obter a comparação entre as margens obtidas pelos preços praticados e os calculados na presente pesquisa. Através deste estudo, a empresa dispõe de dados relevantes em relação aos seus custos, que permitirão melhorar a gestão da empresa.

Palavras-chave: Contabilidade Gerencial – Custos – Custos Diretos e Indiretos

ABSTRACT

The present work of course completion has as its theme the application of Management Accounting in the management of trade of tires, looking at the problem that questions if the activity of the company achieves positive results desired to the shareholders. Thus, the work comprises the conduction of a study of managerial accounting, with the analysis of costs, with the objective to verify if the practiced prices in the developed activity reach the profits expected by the shareholders. The study was conducted in a company in the trade of tires and accessories of automobile line, which is located in the county of Santa Rosa RS, involving the period from January to March 2018. The method used was categorized as theoretical and empirical, with the

¹ Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis – 8º Semestre. Faculdades Integradas Machado de Assis. dutraelis@outlook.com.br

² Mestre em Engenharia de Produção. Professor Orientador. Faculdades Integradas Machado de Assis. joacervi@fema.com.br

classification of quantitative, in relation to the procedures having bibliographical nature, documentary direct and indirectly, case study using the deductive approach method, and throughout the development of the work observing the concept of Management Accounting, Cost Structure, and their types, as well as the relation between sales volume and profit margin, having as main authors searched Coronado, Crepaldi, Marion and Ribeiro, Hong, Horngreen, Sundem and Stratton. It has been started data collection with the calculation of the sales volume, direct and indirect costs, using the absorption method to obtain the comparison between the margins obtained by the practiced prices and those calculated in the present research. Through this study, the company provides relevant data in relation to their costs, which will enable us to improve the management of the company.

Key words: Management Accounting – Costs – Direct costs and Indirect Costs

INTRODUÇÃO

A Contabilidade não destina-se exclusivamente para o cumprimento de exigências legais, como forma de fiscalização e controle de tributos pelo Estado, dessa forma as informações fornecidas pela Contabilidade podem ser utilizadas com objetivos distintos, de maneira a auxiliar a própria atividade empresarial.

Sendo assim, denomina-se de Contabilidade Gerencial, de acordo com os autores pesquisados no presente estudo, o ramo destinado a auxiliar os gestores das organizações na tomada de decisões, sendo esta utilizada como meio para a realização de planejamentos e controle das atividades dentro da empresa.

Nesse contexto, é possível a obtenção de informações relevantes, capazes de auxiliar na gestão da atividade de determinadas empresa, como no caso objeto de estudo, no qual surge a seguinte indagação: a atividade da empresa, considerando a posição atual e os dados coletados por meio da Contabilidade Gerencial, alcança resultados positivos para seus acionistas?

Neste artigo, realizou-se o estudo sobre a Contabilidade Gerencial aplicada a uma empresa de comércio de pneus, situada na cidade de Santa Rosa/RS, considerando-se o período de janeiro a março de 2018, tendo como objetivo geral verificar se os preços praticados na atividade desenvolvida alcançam os lucros esperados pelos acionistas.

De igual forma, pretende-se como objetivos específicos, realizar a análise entre custos e volumes de vendas, envolvendo diferenças com relação aos valores praticados nas vendas, para verificar se há necessidade de alteração no preço de venda.

Além disso, propôs-se utilizar o método de absorção para alocação dos custos diretos e indiretos aos produtos da empresa e, por fim, visualizar o sistema de tributação utilizado e correspondente alíquota aplicada à empresa.

Tendo em vista os motivos que levaram a elaboração do presente estudo de pesquisa, tem-se que este é importante para aprimorar os conhecimentos dos acadêmicos de Ciências Contábeis e dos profissionais da área, possibilitando que estes possam relacionar a teoria com a prática, através de um estudo de caso real.

De igual forma, para a instituição de ensino superior, o aprofundamento dos conhecimentos na área objeto desta pesquisa, permite que esta possa fornecer maior conhecimento aos seus acadêmicos, tendo em vista que o material produzido, poderá ser objeto de estudo para os próximos estudantes.

Com relação à empresa, cujo caso é analisado, ter acesso às informações e base teórica, tem suma importância para o gerenciamento de seus resultados, pois permite que os proprietários visualizem os seus resultados e possam verificar se estão alcançando seus objetivos pretendidos na empresa.

O presente trabalho é constituído por um referencial teórico que possui como função fornecer a base teórica para o estudo, o qual apresenta o conceito de Contabilidade Gerencial, com a verificação dos custos envolvidos na atividade da empresa, com seus diferentes tipos e margem de lucro, no qual foram abordados autores como: Crepaldi, Coronado, Hong, Marion e Ribeiro, Horngreen, Sundem e Stratton, entre outros.

Com relação à metodologia utilizada, inicialmente houve a categorização da pesquisa pela qual esta foi definida como teórica empírica, cuja classificação é quantitativa, sendo que em relação aos procedimentos esta é bibliográfica, documental, com dados gerados diretos e indiretos, sendo aplicada por meio de um estudo de caso, tendo o método de abordagem dedutivo, por meio da busca de dados a partir de fontes documentais da empresa.

O trabalho está estruturado de forma que, inicialmente, é exposto o referencial teórico relacionado à temática proposta, seguindo-se pela exposição da metodologia utilizada e dando sequência no tratamento dos dados pesquisados. Por fim são tecidas considerações conclusivas ao trabalho e apresentadas as referências consultadas.

Mediante a realização do trabalho foi possível visualizar-se a estrutura dos custos utilizada pela empresa, e com isso foram realizados os cálculos de custos

comparando com as margens obtidas nas vendas, podendo a empresa tirar conclusões sobre sua prática comercial.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

Com relação ao referencial teórico, este consiste nos elementos que fundamentam e justificam os possíveis resultados obtidos com o desenvolvimento da pesquisa, sendo que estes trazem veracidade e credibilidade às informações contidas no artigo.

Sendo assim, o referencial teórico traz elementos conceituais acerca do tema escolhido pela elaboradora, relacionando elementos científicos da contabilidade gerencial, estrutura de custos, relacionamento entre custo, volume de vendas e margem de lucro, com a análise e a aplicabilidade no caso objeto de estudo.

1.1 CONTABILIDADE GERENCIAL E SEU CONCEITO

Inicialmente é importante mencionar que a contabilidade não se limita única e exclusivamente a cumprir com exigências legais, para fins de controle e tributação por parte do Estado, sendo de grande valia também para o empresário.

Nesse contexto a contabilidade, além de registrar informações para o controle das organizações, fornece dados que auxiliam a própria gestão destas entidades, nos termos em que sustenta Crepaldi:

[...] observa-se que durante anos a contabilidade foi vista apenas como um sistema de informações tributárias; na atualidade, ela passa a ser vista também como um instrumento gerencial que se utiliza de um sistema de informações para registrar as operações da organização, para elaborar e interpretar relatórios que mensurem os resultados e forneçam informações necessárias para subsidiar o processo de tomadas de decisões e para o processo de gestão, planejamento, execução e controle. (CREPALDI, 2008, p. 2).

Nesse sentido, a informação gerada pela contabilidade não tem pura e simplesmente objetivo de cumprir com fisco, mas sim auxiliar no desenvolvimento da atividade empresarial, fornecendo dados para diferentes usuários, conforme suas necessidades.

Viceconti e Neves conceituam contabilidade gerencial como uma maneira de

obter dados para os gestores de organizações de modo que os possibilitem administrar o desempenho e auxiliar na tomada de decisão (VICECONTI; NEVES, 2013).

Assim a Contabilidade destina-se a auxiliar na tomada de decisões, em qualquer tipo de organização e em diferentes setores e funções, segundo dispõe Hong, em seu livro Contabilidade Gerencial:

O objetivo básico da informação contábil é ajudar as pessoas, dentro e fora das organizações, a tomar decisões; é o caso de executivos em nível sênior, gerentes de nível médio ou colaboradores de 'linha de frente' em qualquer tipo de organização (manufatura, serviço, comércio) e/ou em qualquer função organizacional (comercial, financeiro, recursos humanos ou produção). (HONG, 2006, p. 4).

Dessa forma, a Contabilidade Gerencial é usada por seus gestores, para planejar e controlar as suas operações dentro da organização, segundo Crepaldi, "[...] pode-se afirmar que o grande objetivo da contabilidade é planejar e colocar em prática um sistema de informação para uma organização, com ou sem fins lucrativos." (CREPALDI, 2008, p. 2).

Ressalta-se que a Contabilidade Gerencial se difere significativamente da Contabilidade Financeira, tendo em vista que as informações financeiras devem observar determinados padrões, princípios contábeis, que resultam em demonstrativos obrigatórios e padronizados.

Conforme dispõe Hong:

A contabilidade financeira refere-se à informação contábil desenvolvida para o uso de pessoas e entidades fora da organização, tais como acionistas, investidores, bancos, governo, clientes e fornecedores e a sociedade (Horngreen et al. 2002). É o processo de produzir relatórios financeiros para constituintes externos, delimitado por padrões, convenções, autoridades fiscais e exigências dos auditores independentes. (HONG, 2006, p. 5).

Em contrapartida, a Contabilidade Gerencial tem como finalidade a geração de informações voltadas ao auxílio no desenvolvimento da atividade empresarial, nesse caso a tomada de decisões gerenciais que, nos termos de Crepaldi correspondem:

Contabilidade Gerencial é o ramo da Contabilidade que tem por objetivo fornecer instrumentos aos administradores de empresas que os auxiliem em suas funções gerenciais. É voltada para a melhor utilização dos recursos econômicos da empresa, através de um adequado controle dos insumos efetuado por um sistema de informação gerencial. (CREPALDI, 2008, p. 5).

Com efeito, denomina-se Contabilidade Gerencial, o ramo da contabilidade que possui como foco a produção de informações de acordo com as necessidades da organização, para a sua própria gerência, conforme referem Horngreen, Sundem e Stratton:

[...] A contabilidade gerencial refere-se à informação contábil desenvolvida para gestores dentro de uma organização. Em outras palavras, a contabilidade gerencial é o processo de identificar, mensurar, acumular, analisar, preparar, interpretar e comunicar informações que auxiliem os gestores a atingir objetivos organizacionais. (HORNGREEN; SUNDEM; STRATTON, 2004, p. 4).

De igual forma, para Hong, a contabilidade quando voltada para a obtenção de informações a serem utilizadas como avaliação de desempenho, denomina-se de Contabilidade Gerencial, conforme menciona a seguir:

Em contraste, as informações da contabilidade gerencial são voltadas exclusivamente ao público interno da organização, porque a contabilidade gerencial é desenvolvida para atender às necessidades de planejamento, controle e avaliação de desempenho. (HONG, 2006, p. 5).

Assim, tendo em vista a necessidade, o profissional contábil poderá observar quais informações possuem maior relevância, referenciando dados físicos e operacionais que auxiliem a tomada de decisões.

Nesse contexto, dispõe Hong acerca das diferenças entre a Contabilidade Financeira e Gerencial, segundo sua finalidade:

Outra característica que distingue as duas contabilidades são as informações produzidas. A gerencial não se prende apenas a números e medidas financeiras; ela se contempla com informações físicas e operacionais. Isso ocorre porque usuários internos da organização percebem que as informações são essenciais para a tomada de decisões corretas. (HONG, 2006, p. 6).

Ressalta-se que, “[...] por conseguinte, os estudantes de contabilidade gerencial focam as decisões e as necessidades de informação dos participantes da organização.” (ATKINSON, 2011, p. 38), não sendo objetivo deste ramo da contabilidade, cumprir com exigências tributárias, mas sim trazer informações úteis a melhorar a gestão da atividade desenvolvida.

Logo, para a Contabilidade Gerencial, o principal desafio é a obtenção de informações que possibilitem achar respostas acerca do desenvolvimento da atividade

da organização, nos termos em que sustenta Crepaldi:

[...] O desafio é proporcionar informações úteis e relevantes que facilitarão encontrar respostas sobre o que deve ser feito de imediato e mais tarde. É necessário que os contadores gerenciais ultrapassem a informação contábil para serem proativos no fornecimento, para suas equipes de administração, de dados pertinentes e oportunos sobre essas questões empresariais mais amplas. (CREPALDI, 2008, p. 7).

Nesse sentido, as informações geradas podem ter finalidades diferentes, de acordo com os objetivos propostos pela profissional contábil, conforme entendimento de Horngreen, Sandem e Stratton:

Os usos do registro e da direção de atenção da informação estão intimamente relacionados. A mesma informação pode servir como função de registro para um gestor, assim como função de direção de atenção para o superior do gestor. (HORNGREEN; SANDEM; STRATTON, 2004, p. 5).

Nesses termos, para Marion e Ribeiro, a Contabilidade Gerencial, possui funções operacionais, gerenciais e estratégicas, de acordo com os objetivos pretendidos, conforme segue:

Assim, a contabilidade gerencial poderá contemplar funções distintas de acordo com a natureza das decisões que objetiva orientar, conforme sua importância ou o estágio em que essas funções ocupam na gestão empresarial.

Desse modo, podemos segregar pelo menos três importantes funções da contabilidade gerencial: operacional, gerencial e estratégica. (MARION; RIBEIRO, 2011, p. 17).

Dessa forma, de acordo com a função atribuída à Contabilidade Gerencial, com a análise de dados que permitem a tomada de decisões gerenciais, permite ao profissional que atua no ramo um papel de destaque dentro da organização.

Nos termos em que refere Coronado, devido à atividade de elaboração de planejamentos, o contador gerencial acaba ocupando posições privilegiadas dentro da empresa:

Ratificando essa afirmação, o contador gerencial/*controller*, ao elaborar projeções para o planejamento, necessita das informações contábeis de todos os departamentos da empresa, o que o torna uma pessoa qualificada a ocupar posições em destaque, [...]. (CORONADO, 2012, p. 30).

Assim, torna-se importante a análise de dados como estrutura de custos e sua

relação entre volume de vendas, além de margem de lucro obtida na atividade empresarial, como forma de viabilizar os diferentes objetivos pretendidos pelo elaborador, bem como auxiliar a empresa cujas informações foram coletadas, levando ao seu conhecimento em que nível de ganhos está trabalhando e se pode manter ou não seus procedimentos.

1.2 ESTRUTURA DE CUSTOS

Considerando a função da Contabilidade Gerencial, dentre as principais ferramentas a serem utilizadas pelo profissional são as que se referem à quantificação e avaliação dos custos da atividade, conforme preleciona Coronado:

A contabilidade de custos é considerada uma ferramenta valiosa para o gestor por mensurar e avaliar custos. Quando utilizada no ambiente interno, visa demonstrar os custos sobre produtos, clientes, serviços, projetos, atividades, processos e outros dados de interesse dos gestores. (CORONADO, 2012, p. 39).

A importância da verificação dos custos envolvidos na atividade da empresa está diretamente relacionada à sua sobrevivência no mercado, considerando que a evolução na coleta de informações, bem como, análise destas, representa aumento de competitividade.

Nesse contexto, para Hong, a ampliação deste sistema tem tanta importância que pode definir quais empresas sobreviverão no mercado, nos termos que seguem:

[...] o uso eficiente e eficaz desses recursos irá determinar quais organizações sobreviverão nos próximos anos. Para isso, elas precisam ampliar constantemente a funcionalidade de seus serviços, aprimorar a produtividade, entender as necessidades e os desejos de seus clientes e reduzir seus custos. (HONG, 2006, p. 42).

Como fonte de apuração e quantificação, “[...] *Custo* é definido como valor monetário dos bens e serviços expendidos para obter benefícios atuais ou futuros. Custos não são necessariamente o mesmo que despesas.” (ATKINSON, 2011, p. 125).

Ressalta-se que a distinção entre custos e despesas são importantes, sendo que para melhor exemplificar o que engloba o custo de determinado produto, deve-se observar que o referido valor integrará o próprio produto, segundo Marion e Ribeiro:

[...] o custo, embora possa representar redução do Ativo por saída de numerário do Caixa ou aumento do Passivo pelo compromisso assumido, não provocará redução do Patrimônio Líquido, uma vez que o valor dos recursos pagos ou assumidos pela organização fica ativado ao integrar o valor do produto fabricado, o qual será totalmente recuperado pela empresa por ocasião da venda do respectivo produto. (MARION; RIBEIRO, 2011, p. 17).

Nesse contexto, pode-se incluir a denominação de custo, matéria-prima, mão-de-obra, depreciação de máquinas, diretamente ligados ao produto em si, nos termos em que relaciona Hong:

Assim, custo é todo item utilizado na transformação de um produto ou serviço, usado de forma direta ou indireta. É tudo aquilo que é gasto até os limites de uma fábrica. Alguns exemplos de custo são: matéria-prima, mão-de-obra, energia, depreciação das máquinas utilizadas, pessoal de engenharia, da manutenção, controle de qualidade, e o gerente de fábrica. (HONG, 2006, p. 44).

Verificado o que correspondem aos custos, deve-se observar a existência de dois custos diferentes de acordo com o que se relacionam, sejam eles ligados a operação da organização ou a produção.

Nesse contexto, os custos podem ser divididos em diretos, ligados ao produto que se pretende apurar, e indiretos, que não possuem relação com o produto. Segundo Coronado:

Os custos *diretos* são os custos ou despesas que podem ser facilmente identificados com o objeto de custeio; já os custos *indiretos* são aqueles que não são facilmente identificados com o objeto de custeio. (CORONADO, 2012, p. 41).

Pode-se observar a relação direta entre custo e objeto a ser custeado, pois ao aumentar a quantidade de produto de modo geral, diretamente aumentarão o valor a ser incluído e rateado no processo de apuração do custo, o que não ocorre com custos operacionais que incidirão de forma independente ao produto.

De igual forma, pode-se subdividir os custos de acordo com seu comportamento. Assim denominados como custos fixos e custos variáveis, dependendo da maneira como estes se comportam em relação ao desenvolvimento da atividade e em relação ao aumento de seu volume, conforme explicam na sequência os autores Coronado e Hong.

Dessa forma, custos variáveis compreendem “[...] os que variam de acordo com os volumes das atividades que tenham sido escolhidas como referência, ou seja, estes

custos, por exemplo, variam de acordo com a quantidade de unidades produzidas.” (CORONADO, 2012, p. 42).

Com relação aos custos fixos, estes correspondem aos “[...] custos que permanecem inalterados, dentro de certas faixas de atividades. Eles não são correlacionados com mudanças no volume de produção ou nível de atividade.” (HONG, 2006, p. 45).

Nesse contexto, para a Contabilidade Gerencial é fundamental a realização do custeio, processo em que se atribui as despesas referentes a certo produto ou serviço, nos moldes que dispõe Crepaldi:

O custeio representa um elemento essencial das atividades de contabilidade gerencial de uma empresa. O custo trata de estabelecer as despesas usadas por um produto, um grupo de produtos, uma atividade ou um conjunto de atividades da empresa. (CREPALDI, 2008, p. 77).

Sendo assim, para que seja possível a determinação do custo, não basta simplesmente lançar os dados coletados de forma aleatória, sem a observação de determinados critérios, pois poderiam resultar em distorções significativas no resultado a que se pretende alcançar.

Dessa maneira, além da diferenciação entre os custos de acordo com sua natureza, deve-se observar a forma pela qual estes serão distribuídos entre os produtos, sendo que o procedimento mais simples de divisão de custos corresponde ao denominado custeio por absorção:

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 duplicação dos princípios fundamentais da contabilidade e é, no Brasil, adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal. (CREPALDI, 2008, p. 77).

O custeio por absorção se caracteriza por poder obter o parâmetro para a venda. “A consequência do custeio por absorção é que neste sistema se obtém um custo total do produto/mercadoria ou serviço, que se acrescido de um resultado desejado, aponta o preço de venda” (BERTÓ; BEULKE, 2006, p.32).

Bruni e Famá destacam que uma maneira de melhorar a análise consta em comparar entre despesas incorridas, custos dos produtos comercializados e receitas. (BRUNI; FAMÁ, 2012). Portanto, entende-se que uma correta alocação dos custos aos produtos vai refletir de forma direta no desempenho financeiro da organização.

Outra forma de custeio, tendo em vista a observação de que fatores diferentes podem influenciar na forma de apuração dos custos, é o método de Custeio Variável, representando apenas a inclusão dos custos variáveis, conforme os ensinamentos de Crepaldi:

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 encerrados diretamente contra o resultado do período. (CREPALDI, 2008, p. 111).

Nesse contexto, do ponto de vista gerencial a verificação do custo de determinado produto ou serviço, com base no Custeio Variável, viabiliza a tomada de decisões, nos termos em que refere Coronado:

Para efeito gerencial, isso facilita as tomadas de decisões de formação de preço de venda, considerando o cálculo de *mark-up*, os percentuais dos impostos, custos variáveis e da margem de contribuição desejada para cobertura do percentual dos custos fixos e do resultado operacional desejado. (CORONADO, 2012, p. 50).

Dessa forma, apurados os meios para formação dos custos, relacionar as informações obtidas e, conseqüentemente, analisa-las permite o desenvolvimento da Contabilidade Gerencial.

1.3 RELACIONANDO CUSTO, VOLUME DE VENDAS E MARGEM DE LUCRO

A obtenção de dados e sua análise, relacionando informações como: custos, volume de vendas e margem de lucro, apresentam resultados de grande importância, que permitem indicar se a empresa terá sucesso dentro de um mercado competitivo.

Para Crepaldi, informações precisas são fundamentais para o sucesso do empreendimento, conforme refere:

A contabilidade gerencial está sofrendo mudanças importantes para refletir o novo ambiente desafiador que as empresas enfrentam. Informações precisas, oportunas e pertinentes sobre a economia e o desempenho das empresas são cruciais para o sucesso da organização. (CREPALDI, 2008, p. 11).

Dessa maneira, a atribuição do custo de determinado produto, pode resultar,

no âmbito gerencial, em decisões de preço e de mix de produtos, e ainda monitorar a eficiência no uso dos recursos da empresa.

Nesses termos, corroboram os preceitos de Atkinson et al., em seu livro Contabilidade Gerencial:

Os cálculos de custo do produto influenciam a maioria das *decisões de preço e de mix de produtos*. Os gerentes monitoram o custo dos processos operacionais para assegurar que os mesmos estejam sob controle e que a empresa use eficientemente os recursos. (ATKINSON et al., 2011, p. 125).

Dessa forma, para que seja possível a análise dos dados em conjunto, é importante a realização da classificação dos custos e sua indicação de forma que ocorra a separação entre custos diretos e custos indiretos, bem como custos fixos e custos variáveis.

Assim sendo, nos termos em que preleciona Crepaldi:

Custeio é um processo de três passos. Primeiro, é preciso separar os custos de produto dos custos de período. Segundo, os custos diretos de produto são atribuídos aos produtos específicos, enquanto custos indiretos são atribuídos a centros de custos. (CREPALDI, 2008, p. 78).

Ainda deve-se observar que, de acordo com a atividade empresarial, tem-se diferentes nomenclaturas acerca dos custos a serem apurados, sendo que, no presente trabalho, de acordo com a atividade, tem-se o Custo de Mercadorias Vendidas, conforme dispõe Marion e Ribeiro:

Custo das Mercadorias Vendidas é uma expressão em uso nas empresas comerciais. Corresponde a quanto a empresa comercial pagou a seus fornecedores pelas mesmas mercadorias que vendeu a seus clientes. (MARION; RIBEIRO, 2011, p. 59).

De igual forma, tendo em vista que além da comercialização de produtos, ainda é possível observar, como atividade da empresa, objeto de estudo a prestação de serviços, assim teremos Custos de Serviços Prestados, em relação a atividades como manutenção de veículos, conforme termos de Marion e Ribeiro:

Entre as empresas comerciais que também prestam serviços, podemos citar aquelas que atuam no comércio de veículos e autopeças. As revendedoras de veículos, além da atividade comercial de revenda de veículos e autopeças, também prestam serviços de revisão e manutenção nos veículos de seus clientes. (MARION, 2011, p. 60).

Bornia também leva em consideração a importância de se visualizar uma abordagem abrangente, onde “[...] um conjunto de procedimentos, denominados análise de custo-volume-lucro, determina a influencia no lucro provocado por alterações nas quantidades vendidas e nos custos”. (BORNIA,2010, p.55).

Assim, a combinação entre os elementos, poderão auxiliar os gestores na realização de planejamentos, como no caso da formação de preço de venda, opções entre tipos de produtos a serem comercializados, e no caso, objeto de estudo e até mesmo indicar se determinado serviço fornecido efetivamente é lucrativo.

1.3.1 Margem de Contribuição

Tendo em vista a tomada de decisões gerenciais, por meio da definição de custos, pode-se chegar à determinação da Margem de Contribuição, que representa a diferença entre preço de venda, soma dos custos e despesas variáveis, segundo preleciona Crepaldi:

Margem de Contribuição é um conceito de extrema importância para o custeio variável e para a tomada de decisões gerenciais. Em termos de produto, a margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e a soma dos custos e despesas variáveis. (CREPALDI, 2008, p. 78)

De igual forma, Coronado enfatiza que a definição da margem de Contribuição mostra quanto cada unidade contribui para absorver os custos fixos da empresa, nos termos que seguem:

A margem de contribuição unitária, resultado do preço de venda unitário deduzido do custo variável unitário, mostra quanto cada unidade contribui para a absorção dos custos fixos totais da empresa ou no nível de área de atividade. (CORONADO, 2012, p. 159).

De acordo com o pensamento de Berti, a margem de contribuição unitária pode ser entendida como o volume financeiro em que uma unidade de mercadoria auxilia para a organização pagar seus custos fixos e contabilizar seu lucro, estando diretamente envolvida com o cálculo dos preços de venda (BERTI, 2008).

Assim, no caso analisado, o levantamento das informações e conseqüente cálculo da margem de contribuição permite a empresa identificar quanto efetivamente cada produto ou serviço contribui para a obtenção dos resultados pretendidos.

2 METODOLOGIA

A metodologia representa os meios utilizados pelo estudante para desenvolver o estudo, correspondendo à forma pela qual é possível chegar aos objetivos propostos pelo pesquisador.

Esta corresponde aos métodos utilizados, sendo que determinar qual é o mais adequado, atribui veracidade às informações relacionadas, conseqüentemente resultando diretamente na credibilidade das informações fornecidas.

Sendo assim, a metodologia consiste em identificar as ferramentas utilizadas para a análise e interpretação dos dados, de acordo com os objetivos propostos pelo pesquisador e com o fim de alcançar os resultados pretendidos.

2.1 CATEGORIZAÇÃO DA PESQUISA

A categorização da pesquisa tem como fim a definição do objeto da pesquisa, ou seja, sua determinação. Por meio da categorização da pesquisa é possível estabelecer as ferramentas a serem aplicadas, buscando assim a interpretação dos dados, sendo importante sua definição precisa.

Com efeito, observando a definição da presente pesquisa e sua categorização quanto à sua natureza, o presente estudo é denominado de pesquisa aplicada, uma vez que tem como base um estudo de caso, sendo apuradas as informações relevantes, com finalidade de fornecer possíveis soluções para a empresa, assim de acordo com os objetivos iniciais do presente artigo de pesquisa, que no caso envolve o estudo dos custos incorrentes nas atividades da empresa.

De outra forma, de acordo com a abordagem dos dados analisados, a presente pesquisa classifica-se como qualitativa e quantitativa, uma vez que os dados permitiram a avaliação dos custos que ocorrem na empresa. É considerada qualitativa, pois foram obtidas informações referentes aos produtos e à forma como são comercializados e de como a empresa está estruturada, de acordo com a visão de um dos sócios, sendo que tais dados foram obtidos por meio de entrevista com um dos sócios. É considerada quantitativa, onde os dados relacionados com a verificação de valores de custos, tendo sido obtidos por meio de um período trimestral baseado no balancete contábil.

A pesquisa pode ser classificada também como exploratória e descritiva ou

explicativa, de acordo com o que se pretende e dos resultados a serem obtidos com a pesquisa.

Nesse sentido, a presente pesquisa segundo seu objeto é de natureza descritiva, devido à necessidade de coleta de dados para posterior análise e atribuição de resultados aplicáveis, bem como é exploratória, devido à necessidade de obtenção de documentos onde foram obtidos os dados relevantes, que neste caso envolveu a busca pelos dados contábeis, da mesma forma que se pesquisou na própria empresa, pelas informações comerciais.

Considerando os procedimentos técnicos utilizados para obter as informações, a pesquisa se utilizou de ferramentas como a pesquisa bibliográfica, estudo de caso e análise documental.

Assim, de acordo com a fonte de dados utilizada, a presente pesquisa classifica-se em documental, em virtude de ter envolvido a busca de dados, notas fiscais de compra, venda e balancetes.

Desta forma, a pesquisa também pode ser considerada bibliográfica, em decorrência dos elementos teóricos utilizados, envolvendo custos e seus elementos relacionados com a Contabilidade Gerencial. A pesquisa é classificada como estudo de caso, pois envolve o estudo em uma empresa específica, nesse caso a Club Car.

Por fim, através dos documentos analisados, foram obtidos os dados necessários da empresa, para posterior análise e aplicação segundo os objetivos do presente estudo. Sendo assim, visando a coleta de informações foi necessária a geração dos dados.

2.2 GERAÇÃO DE DADOS

A geração de dados é a forma obtida para as informações do caso concreto estudado, assim com o intuito de tomar decisões concretas para os objetivos propostos inicialmente apresentados no problema.

Neste contexto, é importante a realização de uma seleção, levando em consideração o que é relevante para alcançar os resultados do trabalho, utilizando-se de documentos diretos e indiretos. Com relação aos documentos diretos tem-se a obtenção de dados a partir de documentos, como no caso notas fiscais de compras e vendas de produtos, relatórios contábeis, custos de operação. Com relação aos documentos indiretos, estes podem ser referidos como a pesquisa bibliográfica em

livros de Contabilidade Gerencial.

A geração de dados iniciou quando foi realizada visita à empresa e entrevistado um dos sócios, tendo como guia um questionário pré elaborado com questões do tipo aberto, em que foi possível visualizar a forma como a empresa está estruturada quanto ao quadro de funcionários e suas funções, e aos produtos comercializados. Da mesma forma, foi buscado entender como se processa a determinação dos preços de venda. A visita com entrevista ocorreu no dia 10 de abril e transcorreu durante aproximadamente duas horas.

Os dados contábeis referentes ao primeiro trimestre do ano de 2018 foram obtidos junto ao escritório contábil que presta serviços à empresa.

Dessa forma, para a realização do presente trabalho, faz-se necessária a coleta de dados, que foi realizada através das análises e interpretações de documentos, envolvendo consulta bibliográfica, registros de vendas e prestação de serviços, notas fiscais de compra de produtos e relatórios fiscais da empresa.

2.3 ANÁLISE E DE INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Observando os objetivos do presente estudo, após a definição das técnicas serem utilizadas para a obtenção de informações, foi necessário determinar como estes dados seriam analisados e interpretados.

Com efeito, para verificar a forma pela qual os dados são interpretados é importante a definição de quais métodos foram utilizados para tanto, sendo que estes correspondem a métodos de abordagem e métodos de procedimento.

Tendo em vista que o presente trabalho tem como objeto fatores numéricos, como custos, despesas e lucro, o método que melhor alcançou os objetivos é o método histórico e estatístico.

A intenção de obtenção de resultados, de forma quantitativa, a coleta e organização dos dados é importante para viabilizar sua interpretação, sendo necessária sua distribuição em ilustrações, facilitando o trabalho.

Conseqüentemente, o material obtido durante a geração de dados, foi organizado em ilustrações, de acordo com a natureza das informações necessárias para alcançar os objetivos pretendidos.

De igual forma, após a apuração dos dados e sua organização, estes serviram de base para o estudo, que por intermédio da utilização dos métodos de procedimento

histórico, por meio do balancete do primeiro trimestre de 2018, tornando-se estatístico na medida em que tal período se transforma em uma forma de repetição mensal, sendo apurada a quantificação dos custos com produtos e serviços da organização estudada, para que estes pudessem ser objeto de análise considerando os parâmetros de uma contabilidade gerencial.

A partir dos custos elencados partiu-se para o cálculo dos preços de venda, considerando-se a alíquota incidente e as margens pretendidas, comparando após com os preços praticados. Desta forma, a empresa tem a possibilidade de visualizar se seus preços atuais estão obtendo os níveis de margem de lucro pretendidos.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste tópico do artigo, conforme vem a evidenciar os custos e despesas os quais a empresa apresenta, faz-se com que sejam demonstradas as análises dos custos diretos e custos indiretos, por sua vez se estes estão sendo coerentes para a organização. Com este objetivo vem verificar se está tendo uma gestão adequada e que leve a resultados positivos.

A pesquisa realizada envolve uma empresa do ramo de comércio de pneus, localizada na Rua Santa Rosa, na cidade de Santa Rosa, RS, sendo constituída por dois sócios, sendo um deles o administrador da empresa. Fundada no ano de 2013, com o objetivo de atender clientes da região e da cidade de Santa Rosa.

No ramo em que atua os principais produtos comercializados são pneus, rodas automotivas, acessórios da linha automotiva, bem como são fornecidos serviços de geometria, balanceamento de rodas, troca de óleo e mecânica em geral.

Atualmente a empresa conta com 8 (oito) funcionários, destes um é responsável pelo caixa e setor administrativo, além deste atuar também nas vendas e os demais são responsáveis pela execução dos serviços prestados de venda e demais atividades. Desta forma, percebe-se que os funcionários são treinados para atividades multifuncionais.

Os dados obtidos foram evidenciados a partir de informações coletadas na empresa, por meio de entrevista junto a um de seus sócios, e os demais dados foram coletados no escritório contábil que presta serviços à mesma. Para a realização da entrevista a pesquisadora agendou previamente um horário com o empresário.

3.1 CUSTOS DA EMPRESA

Os custos diretos e indiretos que a empresa apresentou nos três primeiros meses no exercício do ano de 2018, foram extraídos do balancete, fornecidos pelo escritório contábil da empresa. Optou-se aqui pela análise de custos utilizando-se o método de absorção, sendo que a forma de alocação foi pela proporção de vendas de cada linha de produtos. Assim, os produtos mais vendidos, absorveram proporcionalmente mais os custos.

Como mostra a ilustração 1 estão todos os custos indiretos e diretos apresentados. Os custos indiretos são aqueles que mais representam os gastos e despesas que a empresa possui.

CUSTOS INDIRETOS		
Água	R\$	487,88
Energia Elétrica	R\$	1.948,60
Combustível	R\$	605,02
Seguros	R\$	1.209,02
Honorários Contábeis	R\$	2.100,00
Material de Expediente	R\$	480,00
Propaganda e Publicidade	R\$	1.836,00
Telefone	R\$	3.942,32
Internet	R\$	459,50
Serviços de Terceiros	R\$	2.896,78
Materiais Auxiliares e de Consumo	R\$	12.358,72
Lanches e Refeições	R\$	154,50
Contribuições e doações	R\$	564,40
Uniformes e Mat. Segurança	R\$	213,00
Programa de Computador	R\$	955,52
Fretes e Carretos	R\$	129,00
Pró-Labore	R\$	2.862,00
TOTAL	R\$	33.202,26
CUSTOS DIRETOS DE SERVIÇO		
Salários	R\$	18.147,09
Férias	R\$	2.173,19
13º Salário	R\$	1.617,10
Encargos FGTS	R\$	1.725,49
TOTAL	R\$	23.662,87

Ilustração 1: Custos Indiretos e Diretos do primeiro trimestre de 2018

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

A ilustração 1 apresenta a relação dos valores contábeis referentes ao primeiro trimestre do ano de 2018, podendo ser observados os custos Indiretos e diretos, cada um separadamente nos seus respectivos setores, pois seu rateio é feito conforme

cada setor, ou seja, na parte dos custos indiretos estão os sócios e nos custos diretos está a parte dos serviços.

Para poder fazer os cálculos e alocados os custos, são divididos em um grupo as Rodas e Pneus e outro grupo para Acessórios, sendo este composto por peças, troca de óleo e suspensões. Na parte do grupo de rodas e pneus este representa 80% do faturamento da empresa, ou seja, isso representa nos custos indiretos um total de seus gastos de R\$ 26.561,80, nos quais foram divididos em seus produtos, também pela proporção de suas vendas.

Já o setor dos Acessórios, este representa 10% do faturamento da empresa R\$ 3.320,22, pois este é o grupo que tem o menor valor de seus produtos nas suas vendas.

No setor de prestação de serviço, este representa 10% do faturamento, ou seja, R\$ 3.320,22, mais os custos diretos que são representados pela mão de obra de serviços, somando os R\$ 23.662,87 resultando num total de R\$ 26.983,09.

Na ilustração 2 está demonstrada como foi alocada cada despesa no grupo principal, representado por rodas e pneus.

PNEUS E RODAS	PORCENTAGEM DA VENDA	CUSTO
PNEUS	70%	18.593,26
RODAS	30%	7.968,54

Ilustração 2: Grupo pneus e rodas representam 80% das vendas
Fonte: produção da pesquisadora (2018).

O grupo de Rodas e Pneus, estes representam 80% das vendas, nesta estão as Rodas e Pneus, somando uma despesa de R\$ 33.202,26 sendo assim os 80% somam um valor de R\$ 26.561,80, esse foi o custo achado no trimestre de 2018.

Na ilustração 3 observa-se a alocação dos custos ao grupo de acessórios.

ACESSORIOS	PORCENTAGEM DA VENDA	CUSTO
PEÇAS EM GERAL	30%	996,06
TROCA DE OLEO	15%	498,03
SUSPENSÃO	55%	1.826,12

Ilustração 3: Grupo acessórios 10% das vendas
Fonte: produção da pesquisadora (2018).

O grupo de acessórios representa 10% das vendas da empresa. A distribuição

da proporção de vendas é: peças em geral 30% somando um total de R\$ 996,06, troca de óleo com 15% chegando em R\$ 498,03 e suspensão soma um total de R\$ 1.826,12. Para a utilização destes cálculos foram usados 10% dos custos indiretos e distribuídos para cada item do grupo acessórios.

Na ilustração 4, abaixo relacionada, tem-se a demonstração das compras relativas aos pneus e às rodas no trimestre, com suas quantidades e custos, os quais após o acréscimo da alocação dos custos, resultaram no custo final unitário.

PNEUS E RODAS	CUSTO UNITÁRIO MÉDIO	QUANTIDADE ADQUIRIDA	VALOR TOTAL COMPRA	ALOCAÇÃO CUSTOS	CUSTO FINAL UNITARIO
PNEUS	180,00	96	17.280,00	18.593,26	373,67
RODAS	780,00	24	18.720,00	7.968,54	1.112,02

Ilustração 4: Custo unitário do grupo pneu e roda

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

Observa-se que existem pneus com diversas faixas de preços, sendo que o valor R\$ 180,00 representa um valor médio representativo das compras no trimestre e da mesma forma com as rodas. Somando-se aos custos calculados, chegou-se a um custo unitário de R\$ 373,67 e nas rodas o custo unitário ficou em R\$ 1.112,02.

De igual forma, conforme a ilustração 5, abaixo relacionada, tem-se a apuração do custo unitário final, em relação às peças em geral, troca de óleo e suspensão, com a respectiva apuração do custo unitário antes e após a realização da alocação de custos.

ACESSORIOS	CUSTO UNITÁRIO AQUISIÇÃO MÉDIA	QUANTIDADE ADQUIRIDA	VALOR TOTAL COMPRA	ALOCAÇÃO CUSTOS	CUSTO FINAL UNITÁRIO
PEÇAS EM GERAL	17,90	1.000	17.900,00	996,06	18,89
TROCA DE OLEO	30,00	250	7.500,00	498,00	31,99
SUSPENSÃO	250,00	120	30.000,00	1.826,01	265,21

Ilustração 5: Custo unitário do grupo acessórios

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

Da mesma forma que no grupo anterior, este contou com a determinação de um custo médio de aquisição, sendo após acrescido dos custos indiretos calculados na ilustração 3.

Com relação, aos custos referentes aos funcionários, a Ilustração 6, refere os valores trimestrais dos custos de cada assistente, bem como as horas trabalhadas

durante o trimestre que, após a divisão, resultam no valor do custo por cada hora trabalhada.

	CUSTOS	HORAS TRABALHADAS	CUSTO DA HORA
PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	23.662,87	4.224	5,60
ASSISTENTE 1	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 2	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 3	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 4	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 5	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 6	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 7	2.957,86	528	5,60
ASSISTENTE 8	2.957,86	528	5,60

Ilustração 6: Custo das horas trabalhadas

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

O total de 528 horas refere-se ao número de horas trabalhadas em média por cada funcionário no trimestre. Como a pesquisadora não obteve os valores de custo hora por funcionário em específico, tomou-se aqui como sendo valores iguais para cada colaborador.

Com a relação dos custos obtidos junto à empresa objeto de estudo, é possível a formação do preço de venda, relacionando os dados coletados com os resultados pretendidos pelos sócios.

3.2 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Nesse sentido, após relacionados os valores dos custos, pode-se atribuir o valor do preço de venda, em relação aos mesmos itens, por meio da utilização do método *mark-up*, pelo qual divide-se o custo médio unitário pelo índice gerado, observando os custos de impostos e taxas, bem como o lucro pretendido pelos acionistas (BOMFIM; PASSARELLI, 2011).

Na Ilustração 7 pode-se verificar a formação do preço de venda, referente aos pneus e às rodas, pela qual encontrou-se o preço unitário de R\$ 606,80 para pneus e o valor de R\$ 2.155,91 para rodas. Sendo que para formação do preço foi usada a alíquota de 8,42%, ou seja, do Simples Nacional. E mais 30% para pneus e 40% para rodas, sendo essa a porcentagem de margem de lucro que a empresa pretende ganhar.

PNEUS E RODAS	CUSTO UNITARIO MEDIO	FORMAÇÃO DE PREÇO	PREÇO DE VENDA
PNEUS	373,67	$373,67/(1-(0,0842+0,30))$	606,80
RODAS	1.112,02	$1.112,02/(1-(0,0842+0,40))$	2.155,91

Ilustração 7: Formação do preço de venda grupo pneu e roda
Fonte: produção da pesquisadora (2018).

No que se refere à formação do preço de venda, em relação aos acessórios, após a realização dos cálculos e aplicação do índice, chegou-se ao preço de venda de R\$ 45,43 para Peças, R\$ 62,02 para Troca de Óleo e R\$ 514,94 para suspensão, nos termos da Ilustração 8:

ACESSORIOS	CUSTO UNITARIO MEDIO	FORMAÇÃO DE PREÇO	PREÇO DE VENDA
PEÇAS	18,89	$18,89/(1-0,0842+0,50)$	45,43
TROCA DE OLEO	31,99	$31,99/(1-(0,0842+0,40))$	62,02
SUSPENSÃO	265,21	$265,61/(1-0,0842+0,40)$	514,94

Ilustração 8: Formação do preço de venda do grupo acessórios
Fonte: produção da pesquisadora (2018).

No caso de peças a margem pretendida é de 50% e para troca de óleo e suspensão a margem definida é de 40%.

De igual forma, obteve-se o preço do valor hora, em relação aos serviços dos funcionários da empresa, o qual resultou na quantia de R\$ 13,46 por hora trabalhada, segundo a Ilustração 9:

PRESTÇÃO DE SERVIÇO	VALOR TOTAL DA HORA	FORMAÇÃO DO PREÇO	PREÇO DA HORA
ASSISTENTE 1	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 2	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 3	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 4	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 5	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 6	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 7	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46
ASSISTENTE 8	5,60	$5,60/(1-0,0842+0,50)$	13,46

Ilustração 9: Formação do preço de serviços
Fonte: produção da pesquisadora (2018).

Os custos com mão de obra são cobrados separadamente dos valores negociados para pneus, rodas e acessórios, sendo que a margem pretendida para a mão de obra dos serviços é de 50%.

Com a elaboração dos preços de vendas, aplicando-se os conceitos

abordados, é possível a realização de um comparativo entre os resultados antigos da empresa, com os resultados estimados após a aplicação do índice nos preços de vendas obtidos.

3.3 RESULTADO COMPARATIVO DE VENDAS

Nesse contexto, realizou-se o comparativo dos valores coletados na empresa, com os novos valores obtidos após a formação do preço de venda seguindo os conceitos de forma aplicada.

A ilustração 10 apresenta o comparativo entre os preços praticados antes da pesquisa e os preços sugeridos pela pesquisa.

PNEUS E RODAS	CUSTO	PREÇO ATUAL	PREÇO CALCULADO	DIFERENÇA
PNEU	373,67	630,00	606,80	23,20
RODA	1.112,02	2.050,00	2.155,91	- 105,91

Ilustração 10: Diferença do preço dos produtos

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

Portanto, através dos dados informados na Ilustração 10, tem-se que os valores aplicados pela empresa no período, com relação aos Pneus, são superiores em R\$ 23,20 atingindo os lucros pretendidos pelos sócios.

De igual forma, com relação às Rodas, a aplicação do novo preço de venda indicou que os valores praticados pela empresa não são suficientes para alcançar os resultados pretendidos, sendo estes R\$105,91 menor que o novo preço de venda.

No que tange aos acessórios, pode-se verificar o comparativo dos preços nos termos da Ilustração 11.

ACESSÓRIOS	CUSTO	PREÇO ATUAL	PREÇO CALCULADO	DIFERENÇA
PEÇAS EM GERAL	18,89	65,00	45,43	19,57
TROCA DE OLEO	31,99	73,40	62,02	11,38
SUSPENSÃO	265,21	880,00	514,94	365,00

Ilustração 11: Diferença entre o preço atual e calculado

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

Observa-se que pela ilustração 11 ambos os produtos possuem preço praticado no período, maior que o novo preço de venda, de forma que isto evidencia que os

mesmos atingem os objetivos dos sócios, e ainda podem ser reduzidos, deixando margem para alguma opção promocional como, por exemplo, desconto para vendas à vista.

Em relação aos valores destinados à prestação de serviços, a comparação entre o novo preço e o preço praticado pela empresa, demonstrou que o valor praticado é R\$ 2,24 superior ao valor projetado, também atingindo o resultado de forma satisfatória com margem de lucro superior, conforme Ilustração 12:

PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	PREÇO ATUAL DA HORA	PREÇO CALCULADO	DIFERENÇA
ASSITENTE 1	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 2	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 3	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 4	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 5	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 6	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 7	15,70	13,46	2,24
ASSITENTE 8	15,70	13,46	2,24

Ilustração 12: Diferença entra o preço da prestação de serviço

Fonte: produção da pesquisadora (2018).

Dessa forma, a realização do comparativo entre os preços praticados e o novo preço de venda, resultou na indicação de que os valores das Rodas devem ser alterados, sendo que os demais deixam margem para negociação no momento da venda e ainda assim, alcançam os resultados pretendidos pelos sócios.

CONCLUSÃO

No caso objeto de estudo, através da coleta de dados relacionados à atividade da empresa, foi possível a apuração dos custos da mesma em relação ao primeiro trimestre de 2018, os quais mostraram os preços de vendas aplicados pela empresa.

A presente pesquisa envolveu um estudo de Contabilidade Gerencial considerando-se a análise de custos em uma empresa de comércio de pneus, situada na cidade de Santa Rosa/RS, considerando-se o período de janeiro a março de 2018.

A questão problema que se buscou responder disse respeito a se a atividade da empresa, considerando a posição atual e os dados coletados por meio da Contabilidade Gerencial, alcança resultados positivos para seus acionistas? A mesma foi respondida no âmbito do tópico 3 do presente trabalho, sendo que dos produtos e

serviços analisados, somente o item Rodas não apresentou a margem de lucro pretendida, e o demais todos apresentaram maiores margens.

No que se refere ao objetivo geral, que constou de verificar se os preços praticados na atividade desenvolvida alcançam os lucros esperados pelos acionistas, o mesmo foi atendido, também no tópico 3, em que, por meio do método de absorção e aplicando a tributação e margens de lucros definidas pelos acionistas, foi possível visualizar que somente o item Rodas não obteve a margem de lucro preconizada.

De igual forma, considerando o primeiro objetivo específico, de realizar a análise entre custos e volume de vendas, foram obtidos os valores dos custos diretos e indiretos, sendo que estes foram atribuídos aos respectivos produtos, segundo sua porcentagem dimensionada proporcionalmente pelo faturamento da empresa.

Ainda, visando alcançar o segundo objetivo específico, qual seja se há a necessidade de alteração no preço de vendas, este foi alcançado através dos estudos realizados, atribuindo-se novo preço de venda, o qual possibilitou a projeção do preço de venda, observando os valores de taxas e impostos, bem como dos resultados pretendidos pelos sócios.

O terceiro objetivo específico constou de propor a utilização do método de absorção para a alocação dos custos diretos e indiretos, tendo o mesmo sido atendido no tópico 3.1 do presente trabalho, onde o critério para alocação foi a proporção pelo nível de faturamento de cada item analisado.

O quarto objetivo específico dizia respeito a visualizar o sistema de tributação utilizado e a correspondente alíquota aplicada à empresa, foi possível também atendê-lo, onde observou-se que o sistema de tributação enquadra-se no Simples Nacional e a alíquota aplicada é de 8,42%, conforme se observa no tópico 3.2 do presente trabalho.

Com a realização da nova formação de preço de venda, pode-se responder se os valores praticados alcançam os resultados pretendidos pelos sócios, concluindo-se que o preço praticado pela empresa, com relação às Rodas, não atinge o lucro estimado, devendo este ser aumentado.

Nesse contexto, com relação aos demais itens analisados, a comparação entre o valor praticado e o novo preço de venda, demonstrou que os valores pelos quais a empresa comercializa os produtos são superiores ao novo preço de venda, assim deixam margem para a empresa trabalhar, e ainda, alcançar os resultados pretendidos.

Considerando os estudos realizados, verificou-se que o aprimoramento dos estudos, em relação aos custos e sua importância na formação do preço de venda, tem grande relevância para os acadêmicos, pois permitirá a formação de um profissional capacitado para gerenciar a atividade da empresa, segundo os interesses dos seus sócios.

REFERÊNCIAS

- ATKINSON, Anthony A. [et al.]. **Contabilidade Gerencial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- BERTI, Anélio. **Contabilidade e Análise de Custos**. São Paulo: Juruá, 2008.
- BERTÓ, José Dalvio; BEULKE, Ronaldo. **Gestão De Custos**. São Paulo: Saraiva 2006.
- BOMFIM, Eunir de Amorim; PASSARELLI, João. **Custos e formação de preços**. 7. ed. São Paulo: IOB, 2011.
- BORNIA, Antônio Cezar. **Análise Gerencial de Custos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de Preços**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- CORONADO, Osmar. **Contabilidade Gerencial Básica**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- HONG, Yuh Ching. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- HORNGREEN, Charles T.; SUNDEM, Gary L.; STRATTON, Willian O. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- MARION, José Carlos; RIBEIRO, Osni Moura. **Introdução a Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. **Contabilidade de Custos: um enfoque direto e objetivo**. 11. ed. São Paulo: Saraiva 2013.