



ConBRepro

XIV CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

I CIGELUBRA

Congresso Internacional de Gestão e Engenharia Luso-Brasileiro

04 a 06 de dezembro de 2024

Energias Limpas nas Engenharias

Precificação de Produtos e Serviços de uma Empresa Auto Center

Leonardo Fabrício Vieira Santos

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

Lotário Fank

Departamento de Produção e Administração

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

Reginaldo Borges

Departamento de Produção e Administração

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

Cidmar Ortiz dos Santos

Departamento de Produção e Administração

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

Reinalda Blanco Pereira

Departamento de Produção e Administração

Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR

Resumo: O preço final de venda é considerado um dos principais pontos que geram dúvidas para as empresas, e para que seja definido é necessário desenvolver a gestão de custos das operações desenvolvidas na empresa. O objetivo deste trabalho foi apresentar uma solução mais adequada para precificação dos produtos e serviços. Foi estudado e desenvolvido os métodos de Custeio Variável e o método de formação de preço, *Markup*. Para a realização do trabalho foi coletado junto a empresa informações financeiras de seu controle interno. A elaboração do *Mark-up* e a simulação dos resultados possíveis em serem adotados pela empresa no mesmo período e caso tivesse o mesmo volume de vendas indicou que ela poderia ter um crescimento de 46,20% em seu faturamento. Os resultados também indicam que o modelo de formação de preço proposto poderia gerar um aumento nas margens de contribuição de modo geral, mas um destaque em especial aos serviços de mecânica que poderiam ter um aumento de 85,83%.

Palavras-chave: Custos, Precificação, Markup.

Pricing of Products and Services of an Auto Center Company

Abstract: The final sales price is considered one of the main points that generate doubts for companies, and to define it, it is necessary to develop cost management for the operations developed in the company. The objective of this work was to present a more appropriate solution for pricing products and services. The Variable Costing methods and the Markup pricing method were studied and developed. To carry out the work, financial information from the company's internal control was collected. The preparation of the Markup and the simulation of the possible results to be adopted by the company in the same period and if it had the same sales volume indicated that it could have a 46.20% growth in its revenue. The results also indicate that the proposed pricing model could generate an increase in contribution margins in general, but a special highlight is given to mechanical services, which could have an increase of 85.83%.

Keywords: Costs, Pricing, Markup.

1. Introdução

Para que uma empresa possua uma boa organização e evolua cada vez mais existem diferentes fatores que irão ser fundamentais para esse desenvolvimento, um dos pontos a serem trabalhados é a definição adequada do preço de seus produtos e serviços. Ao se definir os preços de uma empresa sem estruturar e analisar quais são os custos e despesas que a empresa possui a empresa não terá como saber se está tendo um lucro ou não, além disso caso a empresa tenha lucro não saberá quanto.

Antes de se realizar a precificação dos produtos e preços de uma empresa é necessário que defina qual é o melhor método de custeio, para a empresa de acordo com o produto que ela vende ou serviço que presta. Percebe-se que a maioria dos pequenos negócios recém-criados possuem certa dificuldade para atribuir valor correto a seus produtos comercializados.

Para atribuir valor a seus produtos é necessário entender os gastos de sua empresa, que é feita através da gestão de custos, aliado a isto, a falta de conhecimento dos pequenos empresários, dificultam a precificação dos seus produtos e serviços (CRUZ, 2018).

Na empresa em que foi realizado o trabalho, não possuía uma precificação estruturada para definir o preço dos serviços e produtos a serem fornecidos. A empresa usa como base o custo dos materiais a serem usados, adicionando uma porcentagem sobre esse valor, e tempo que irá levar para a realização do serviço. O presente trabalho buscou analisar os custos e despesas da empresa e definir um modelo de precificação dos serviços e produtos fornecidos.

2. Metodologia

O presente trabalho foi desenvolvido em uma empresa que atua no ramo de prestação de serviços automotivos localizada na região do litoral de Santa Catarina. Os dados necessários para a realização do trabalho foram extraídos a partir do sistema de fluxo de caixa implantado na empresa logo após sua abertura em 2020, também foram usadas as ordens de serviço arquivadas pela empresa como amostra para melhor entendimento dos serviços.

O presente trabalho foi caracterizado como descritivo, pois foi analisado os dados e informações da base de dados e controle financeiro da empresa para se desenvolver as análises necessárias. De acordo com Castilho, Borges e Pereira (2017), quando um trabalho busca analisar os registros de uma determinada base de dados e interpretar eles.

O trabalho foi desenvolvido na área financeira da empresa, sendo definido como quantitativo. Segundo Castilho, Borges e Pereira (2017), as pesquisas quantitativas, são aquelas onde todas as informações e dados coletados ao longo do trabalho podem ser analisados e mensuradas com o intuito de apresentar um resultado exato e/ou preciso.

Após a identificação e levantamento dos dados foi utilizado o Excel para organizar e especificar as informações necessárias, ao final foi definido as informações a respeito dos custos da empresa com seus serviços, e determinado os preços de venda ideais a serem praticados.

3. Referencial Teórico

3.1 Classificação de custos e despesas

Ao se tratar sobre os custos de uma empresa é comum a utilização de diferentes termos como custos, gastos, despesas, desembolso e investimentos que estão relacionados e são utilizados na definição de preço dos produtos e serviços, mas cada um deles possui um

significado e uma utilização diferente. cada um desses termos possui uma definição correta que pode estar descrita no quadro 1.

Quadro 1 – Definição de termos utilizados na gestão de custos

Investimentos	São os gastos feitos para aquisição de bens para estocar e reverter em produtos quanto bens patrimoniais.
Custos	São gastos que a empresa tem para a confecção de seus produtos, ou seja, aqueles ligados ao setor produtivo.
Despesas	São gastos feitos para se manter o funcionamento da empresa para geração de receitas, normalmente são gastos ligados as áreas administrativas e escritório ou loja.
Perdas	São os gastos que a empresa tem com bens que são danificados ou utilizados indevidamente.
Desperdícios	É quando se utiliza um recurso da empresa, mas abaixo do que se pode ser utilizado.

Fonte: Adaptado Dubois (2019)

Para Dubois (2019) os custos que são classificados em relação ao produto são os custos diretos de produção e os custos indiretos, já para Bruni e Famá (2019), além desses dois custos ainda há os custos de transformação, que seria o esforço exercido pela empresa para obter determinado produto.

Os custos diretos de produção são aqueles em que a utilização de uma matéria prima ou recurso para a elaboração de um produto ou serviço está diretamente ligado. Já os custos indiretos são aqueles que não é viável ou possível de se fazer a mensuração ou ligação do gasto diretamente com um produto, portanto se considera como um custo indireto e define um parâmetro para relacionar o mesmo aos produtos (BRUNI e FAMÁ, 2019; CREPALDI, 2004).

Bruni e Famá (2019), mencionam que realizar essa ligação dos custos indiretos e definir a maneira mais adequado de ligar esses custos aos produtos e serviços é a parte mais complicada da contabilidade de custos, normalmente para isso é feito um rateio que leva em conta geralmente os custos diretos.

Com relação aos custos fixos, pode ser definido como “aqueles cujos valores são os mesmos, qualquer que seja o volume de produção da empresa, dentro de um intervalo relevante”. Na definição mencionada o autor explica que o intervalo relevante é uma quantidade mínima e máxima de produção que é ideal para a empresa, sendo inviável para a empresa produzir inferior ao mínimo e superior ao máximo (DUBOIS, 2019).

Os custos variáveis são aqueles ligados diretamente a quantidade produzida, são aqueles que variam e elevam de acordo com a produção da empresa. Geralmente são considerado custos variáveis, a matéria-prima utilizada no processo e embalagens por exemplo, além disso assim como os custos fixos eles serão fixos por unidade de produto (BRUNI e FAMÁ, 2019).

3.2 Métodos de custeio

De acordo com Martins (2010), custeio significa apropriação de custos, para a realização do custeio existem diferentes métodos que podem ser utilizados. De maneira geral eles buscam definir o custo unitário de cada produto, para isso se atribui os gastos da empresa a cada bem ou serviço (DUBOIS, 2019).

3.2.1 Custeio por absorção

De acordo com Dubois (2019), o custeio por absorção tem por objetivo alocar todos os custos tanto os diretos quanto os indiretos nas unidades produtivas da empresa. Todos os

gastos da empresa estariam devidamente alocados e distribuídos nas unidades produtivas, tanto os custos diretos de cada processo ou etapa quanto os indiretos.

Este método é bastante utilizado pelo fato de ser válido tanto para fins de gestão da empresa quanto para questões legais e fiscais. Diversos outros métodos venham sendo desenvolvidos e surgindo, a Contabilidade Financeira ainda adota este por ser válido tanto para o balanço patrimonial quanto Demonstração de Resultados (MARTINS, 2018).

3.2.2 Custeio variável

Bruni e Famá (2019) indicam o método de custeio variável como forma de solucionar a o problema da distribuição e rateio dos custos indiretos de produção. Neste método não é feita essa distribuição e esses custos são abatidos da margem de contribuição.

Os custos variáveis são alocados a cada produto que eles representam e obtido a margem de contribuição individual de cada produto. Somadas as margens de contribuição de cada produto é possível obter a margem de contribuição total, da qual será subtraído os custos fixos para se definir o resultado operacional (PADOVEZE, 2013).

De acordo com Padoveze (2013) o método do custeio variável é mais adequado e assertivo pelo fato de não misturar os gastos fixos e indiretos com as variáveis. Essa prática faz com que mostre de maneira mais precisa o quanto cada produto irá contribuir para os resultados da empresa. Doboys (2019), aponta que o fato de o método não permitir o rateio dos custos seja um dos principais pontos de maior dificuldade de ser aplicado e uma desvantagem, no entanto ele apresenta um exemplo de aplicação do método e utiliza o rateio.

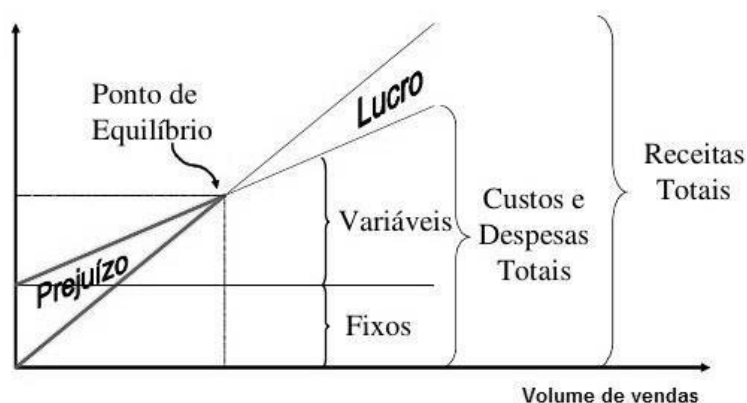
3.3 Análise do custo-volume-lucro

3.3.1 Ponto de equilíbrio

Duboys (2019) explica que a empresa tendo todas as suas informações organizadas referentes ao preço de seu produto, despesas e custos para cada produto, é possível determinar cada um desses pontos dessa maneira ela conseguira avaliar em que momento a empresa chegará em um “ponto neutro” esse ponto seria o ponto de equilíbrio, ou seja, a empresa não tem ganho e nem perdas. Com essa informação se sabe o quanto precisa faturar e quantos produtos vender para que não tenha prejuízos.

Normalmente para identificar e representar o ponto de equilíbrio se usa gráficos, conforme a ser visto na Figura 1, as receitas totais são compostas pelos custos totais mais o Lucro. Para a definição das receitas totais é utilizado a quantidade de produtos vendidos e preço de venda, os custos totais podem ser obtidos com a soma dos custos fixos e custos variáveis.

Figura 1 – Representação gráfica do ponto de equilíbrio



Fonte: MARTINS, 2010

Além disso é necessário considerar que os custos fixos são os mesmos sempre, no entanto os custos variáveis podem variar em função da quantidade, sendo assim, os custos variáveis podem ser obtidos a partir da quantidade produzida e dos custos variáveis unitários.

3.3.2 Margem de contribuição, segurança e alavancagem operacional

De acordo com Dubois (2019) a margem de contribuição, pode ser obtido pela diferença entre o preço de venda de um determinado produto ou a receita da empresa e os custos ou despesas variáveis. O autor ainda afirma que a margem de contribuição pode ser considerada como o que sobra do produto para a empresa.

No caso de a empresa possuir uma margem de contribuição negativa representa que a empresa não se sustenta, ou seja, não é viável de permanecer aberta e se for muito pequena deve possuir uma quantidade de produtos vendidos alta. Por esses motivos se utiliza a margem de contribuição na análise custo-volume-lucro para determinar o quanto a empresa está ganhando e se é viável permanecer como está ou não (DUBOIS, 2019).

Um dos pontos a ser trabalhado na análise-custo-volume e lucro é a margem de segurança, que segundo Dubois (2019) faz com que a empresa possa se proteger de possíveis variações do mercado ou nas vendas, pois nos pontos iniciais se define o mínimo para a empresa ter um determinado lucro com base no ponto de equilíbrio que dita um valor onde a empresa compensa suas despesas e custos fixos.

De acordo com os autores Assaf e Lima (2016), a alavancagem operacional é um indicativo que mostra o quanto uma variação no volume de atividade pode interferir no lucro da empresa. Para quantificar esse indicativo é utilizado o grau de alavancagem operacional (GAO).

Assaf Neto e Lima (2016) afirmam que como o GAO pode é definido pela estrutura de custos da empresa, as empresas que possuem mais custos fixos em relação aos custos totais têm maior facilidade de alavancagem operacional.

3.4 Formação do preço de venda

Definir o preço de um produto em uma empresa é algo complexo de se fazer, além disso em muitas vezes não se consegue ser assertivo pelo fato da quantidade de questões que se deve considerar. Dubois (2019) afirma que para ser feita a definição e gestão dos custos de maneira mais assertiva é necessária uma gestão adequada dos custos, pois eles implicam diretamente no preço final dos produtos fornecidos pela empresa.

Para a formação do preço de venda Martins (2010) parte do princípio de formar o preço do produto “de dentro pra fora”, ou seja, utilizar uma forma de custeio e definição dos custos do produto e a partir desses dados definir o *markup*. Sendo assim, tendo o custo unitário (Ca) e todas as despesas e custos, sendo que os custos e despesas devem ser definidos em forma de porcentagem sobre o preço de venda, pois serão somados para assim definir a porcentagem do *markup*.

Para descrever o *markup* Dubois (2019) retrata como um método de determinação de preços, sendo considerado um dos mais simples e tradicionais para isso, o método consiste em adicionar uma margem de lucro sobre o custo unitário do produto. Segundo o autor essa margem de lucro deve representar uma porcentagem que considere todos os custos para que a empresa possa cumprir com suas obrigações e se manter.

Para a comparação dos preços de mercado dos produtos com os produtos da empresa utiliza-se a margem de competitividade, a qual é um indicador que possibilita a avaliação de questões como os custos da empresa e com o produto em cada caso. Quando se tem um preço de produto inferior ao mercado margem de competitividade é positiva e quanto é superior é negativo.

4. Resultados

4.1 Serviços fornecidos

A empresa estudo de caso que foi realizada a pesquisa apresenta uma vasta gama de produtos e serviços oferecidos aos seus clientes. Dentre eles, os principais são: troca de óleo, geometria, venda e conserto de pneus, mecânica geral, venda de óleo, venda de Baterias e venda de mercadorias. Para o estudo foram utilizados dados de 2023, na Tabela 1 estão apresentadas as quantidades e o valor faturado.

Tabela 1 – Produtos e serviços prestados

Serviços	Total de serviços	Percentual por tipo de serviço	Faturamento (R\$)	Percentual acumulado por tipo de serviço	Faturamento percentual
Troca de óleo	589	37,02	177.642,14	37,02	31,10
Mecânica geral	469	29,48	333.491,51	66,50	58,38
Geometria	204	12,82	27.524,00	79,32	4,82
Venda de Óleo	115	7,23	7.776,50	96,04	1,36
Conserto de pneu	35	2,20	1.218,00	98,24	0,21
Venda de Bateria	28	1,76	13.749,96	100,00	2,41
Venda de Mercadoria	151	9,49%	9.843,00	88,81%	1,72%

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

De acordo com a Tabela 1 é possível identificar que 79,32% dos serviços são representados por troca de óleo, mecânica geral e geometria. Além disso, 89,48% do faturamento é representado por serviços de troca de óleo e de mecânica, portanto, os principais serviços realizados pela empresa que demandam maior tempo e geram maior retorno para a empresa são a troca de óleo, serviços de mecânica geral e geometria.

4.2 Custos e despesas

Para a análise foram listados na Tabela 2, os produtos que são adquiridos para a realização dos serviços ou que são revendidos no local juntamente com os serviços. Também foi inserido o item “serviços de terceiros”, no qual estão os valores gastos com serviços necessários para se atender um cliente e que não são realizados no local.

Tabela 2 – Custos diretos trimestrais

Descrição/Mês	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Óleo de motor	13.128,06	22.629,20	22.191,51	24.190,80	82.139,57
Filtros para automóveis	6.226,04	3.999,89	3.796,80	4.255,62	18.278,35
Peças em geral	39.037,25	37.969,66	28.215,50	26.637,90	131.860,31
Mercadorias para revenda	2.291,65	2.141,40	5.083,68	3.828,40	13.345,13
Bateria	2.869,36	3.827,90	5.190,51	5.378,31	17.266,08
Pneu	0,00	0,00	3.122,40	2.293,22	5.415,62
Serviço de terceiros	1.960,00	642,00	2.930,00	4.666,99	10.198,99
Taxas de cartão	998,80	811,95	2.215,58	2.600,41	6.626,74
Imposto	4.085,26	4.479,11	3.974,03	5.483,06	18.021,46
Comissão	4.572,90	8.427,55	9.327,87	7.117,55	29.445,87

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Na Tabela 2 também estão representadas as despesas com mão de obra direta do mecânico da empresa, o qual é um prestador de serviço pessoa jurídica com pagamento mensal de R\$ 1.800,00 mais 15% dos serviços prestados, neste caso não há encargos como 13º, FGTS e férias.

Tabela 3 – Despesas indiretas

Descrição/trimestre	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Diarista	600,00	700,00	700,00	500,00	2.500,00
Escritório	194,40	487,50	105,00	311,91	1.098,81
Aluguel	10.500,00	10.500,00	11.500,00	12.000,00	44.500,00
Energia	430,00	442,00	725,00	653,19	2.250,19
Água	216,85	228,96	226,82	330,12	1.002,75
Tarifas Bancária	374,00	280,00	985,48	446,57	2.086,05
Contador	1.666,00	1.731,03	1.719,00	2.292,00	7.408,03
Alimentação	1.702,00	1.441,00	2.247,89	1.886,50	7.277,39
Combustível	400,00	295,00	248,00	160,00	1.103,00
Pró-labore	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	144.000,00
Salário fixo	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	21.600,00

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Na Tabela 3 foi possível identificar quais são as despesas definidas pela empresa e seus respectivos valores ao longo do ano de 2023. É possível verificar que ao longo dos anos as principais e maiores despesas que a empresa se compromete são com o aluguel do local e o pró-labore

4.3 Demonstração de resultado do exercício (DRE)

De acordo com os quantitativos e valores das Tabelas 1,2 e 3, foi possível elaborar a DRE da empresa em estudo. De acordo com a Tabela 4, é possível verificar que no ano analisado houve um saldo positivo de 10.665,28 (dez mil seiscentos e sessenta e cinco reais e vinte e oito centavos).

Tabela 4 – Despesas indiretas

Descrição/Mês	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Troca de óleo	46.018,10	43.383,50	46.021,04	42.219,50	177.642,14
Geometria	6.649,00	7.745,00	5.890,00	7.240,00	27.524,00
Conserto de pneu	250,00	188,00	335,00	445,00	1.218,00
Mecânica geral	70.729,80	89.733,88	88.439,40	86.450,43	335.353,51
Venda de Óleo	1.672,00	2.447,50	1.664,00	1.993,00	7.776,50
Venda de Bateria	780,00	6.052,00	3.008,98	3.908,98	13.749,96
Venda de Pneu	0,00	0,00	2.940,00	2.042,50	4.982,50
Venda de Mercadoria	4.025,00	2.589,00	1.479,00	1.750,00	9.843,00
Faturamento Bruto	130.123,90	152.138,88	149.777,42	146.049,41	578.089,61
Imposto	4.085,26	4.479,11	3.974,03	5.483,06	18.021,46
Receita Líquida	126.038,64	147.659,77	145.803,39	140.566,35	560.068,15

Continua

Descrição/Mês					Conclusão
	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Óleo de motor	13.128,06	22.629,20	22.191,51	24.190,80	82.139,57
Filtros para automóveis	6.226,04	3.999,89	3.796,80	4.255,62	18.278,35
Peças em geral	39.037,25	37.969,66	28.215,50	26.637,90	131.860,31
Mercadorias para revenda	2.291,65	2.141,40	5.083,68	3.828,40	13.345,13
Bateria	2.869,36	3.827,90	5.190,51	5.378,31	17.266,08
Pneu	0,00	0,00	3.122,40	2.293,22	5.415,62
Serviço de terceiros	1.960,00	642,00	2.930,00	4.666,99	10.198,99
Taxas de cartão	998,80	811,95	2.215,58	2.600,41	6.626,74
Comissão	4.572,90	8.427,55	9.327,87	7.117,55	29.445,87
Margem de Contribuição Total	54.954,58	67.210,22	63.729,54	59.597,15	245.491,50
Salário fixo	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	21.600,00
Limpeza	600,00	700,00	700,00	500,00	2.500,00
Escritório	194,40	487,50	105,00	311,91	1.098,81
Aluguel	10.500,00	10.500,00	11.500,00	12.000,00	44.500,00
Energia	430,00	442,00	725,00	653,19	2.250,19
Água	216,85	228,96	226,82	330,12	1.002,75
Tarifas Bancária	374,00	280,00	985,48	446,57	2.086,05
Contador	1.666,00	1.731,03	1.719,00	2.292,00	7.408,03
Alimentação	1.702,00	1.441,00	2.247,89	1.886,50	7.277,39
Combustível	400,00	295,00	248,00	160,00	1.103,00
Resultado Operacional	33.471,33	45.704,73	39.872,35	35.616,86	154.665,28
Pró-labore	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	144.000,00
Lucro Líquido	-2.528,67	9.704,73	3.872,35	-383,14	10.665,28

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Apesar no final do ano haver um saldo positivo, não há um equilíbrio entre faturamento e despesas trimestrais, principalmente no primeiro trimestre onde o faturamento foi um dos piores devido ao fraco desempenho nos serviços de mecânica geral. No quarto trimestre houve também uma grande variação devido aos altos valores pagos pelo produto “óleo de motor”, cerca de 45% dos valores pagos no primeiro trimestre, contudo o valor de faturamento foi apenas 10% inferior comparado ao mesmo período.

4.4 Custo-volume-lucro e Markup

Conforme já comentado na seção 4.1, os três principais serviços ofertados pela empresa são troca de óleo, mecânica geral e geometria. Pelo fato de a representatividade desses serviços serem bem superiores aos outros, o faturamento e custos dos demais serviços foram alocados e atribuídos junto com esses.

Foi necessário realizar o rateio para distribuição dos impostos, já que não ter controle do quanto é cobrado em cada nota e somente o valor total da guia do simples nacional. Para mecânica geral foi alocado também os serviços de venda de bateria, venda de pneus e venda de mercadorias.

Conforme visto na Tabela 4, a soma das despesas os totais anuais resultam no valor R\$ 234.826,22, que aqui será adotado como custo fixo. Para a definição da margem de contribuição percentual, a tabela 4 indica que a margem de contribuição é de R\$ 245.491,50 e o faturamento bruto é de R\$ 578.089,61, logo a margem de contribuição percentual é de

42,47%. Neste caso para a empresa obter lucro em suas operações, necessita de um faturamento anual de pelo menos R\$ 552.974,74.

No presente trabalho para determinação do *mark-up* e consequentemente dos preços dos serviços a serem realizados foi feito considerando que os três principais serviços da empresa são mecânica geral, troca de óleo e geometria. A mecânica geral é composta em seu valor final pelo valor a ser cobrado da peça e o de mão de obra, sendo assim foi um *mark-up* e valor a ser cobrado por hora de mão de obra e um *mark-up* para as peças.

Os serviços de geometria possuem os custos basicamente compostos pelo valor de mão de obra, impostos e taxa do cartão, sendo assim o cálculo de *mark-up* e valor da hora de mão de obra serão definidos junto com a mão de obra da mecânica geral.

Para a definição do *markup* das peças foi considerado o imposto e tarifa cobrada pela máquina de cartão. Sendo assim, na tabela 9 é possível verificar como ficou definido. Os serviços de troca de óleo devem considerar além do óleo o filtro de óleo que será utilizado na troca.

4.5 Comparação de cenários

Visando mostrar quais as diferenças de resultado para a empresa poderiam gerar os valores previstos foi feito a comparação entre os resultados atuais e simulado, quais seriam os resultados com os valores propostos. De acordo com os cálculos do *Markup*, o valor da hora da mão de obra proposta seria de R\$109,13 considerando que o tempo de ocupação fosse de 1.383 horas de trabalho, gerando um valor total anual de R\$ 150.942,98.

A soma dos gastos com peças, mercadorias, baterias, pneus e serviços de terceiros totalizam R\$ 178.086,13 por ano e com um *Markup* multiplicador de 2,25 para peças, poderia ser gerado uma receita de R\$ 400.122,14. Neste caso somadas as receitas possíveis de serem geradas com os produtos adquiridos para serviços de mecânica e mão de obra totalizaria R\$ 551.065,12.

Na Tabela 5 são apresentados os resultados de margem de contribuição previstos com essa receita, importante destacar que a diferença com tarifa de cartão foi pelo fato de que na primeira é apresentado o resultado real obtido pela empresa e nos valores previstos o valor é considerando o pior cenário com a taxa de 5,12% que foi utilizada no *markup*.

Tabela 5 – Comparação de resultados nos serviços de mecânica

Itens	Mecânica Geral	
	Faturamento atual	Faturamento previsto
	363.928,97	551.065,12
	Custos Variáveis Diretos Atuais	Custos Variáveis Diretos Previstos
Compra de Peças	131.860,31	131.860,31
Compra de Mercadorias	13.345,13	13.345,13
Compra de Baterias	17.266,08	17.266,08
Compra de Pneus	5.415,62	5.415,62
Serviço de terceiros	10.198,99	10.198,99
Mão de obra	11.840,12	22.641,45
Impostos	7.246,39	17.178,99
Cartão	2.664,60	28.214,53
Margem de contribuição	164.091,73	304.944,01

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Para a simulação dos resultados a serem apresentados na troca de óleo utilizou-se uma amostra das ordens de serviço elaboradas pela empresa para verificar a proporção que cada tipo de óleo lubrificante representava nos serviços de troca de óleo e, além disso, a quantidade média que é utilizada de cada um nos serviços. Foi possível definir o valor médio a ser cobrado de óleo em cada serviço e com base na proporção em relação ao total de serviços que foram realizados foi possível definir a proporção de faturamento, a ser visto na Tabela 6.

Tabela 6 – Resultados por tipo de óleo lubrificante

Produto	Valor utilizado (R\$)	Valor sugerido (R\$)	Diferença percentual	Percentual de consumo	Média L / Serviço	Valor Médio por serviço (R\$)	Faturamento anual (R\$)
15W-40	41,00	48,85	19,15	33,33	3,5	170,98	50.547,52
5w-30	51,00	75,43	47,90	40,00	3,5	264,00	93.666,33
5w-40	55,00	81,00	47,27	16,67	4,5	364,48	53.893,61
5w-30 diesel	55,00	82,26	49,57	3,33	5	411,31	12.148,90
20w-50	38,00	39,23	3,24	6,66	3,5	137,31	8.111,72

Fonte: Dados da pesquisa (2024)

Além disso, foi feita a comparação do valor que é utilizado para os filtros de óleo mais utilizados e o valor que seria cobrado com a definição de markup proposto. O valor médio proposto para os filtros de óleo motor é de R\$ 47,33 multiplicados pela quantidade total de trocas de óleo, totalizaria R\$ 41.983,12.

De acordo com os resultados projetados com os faturamentos previstos, para o serviço de troca de óleo a margem de contribuição teria um aumento de R\$ 17.357,32. Para os serviços de geometria foi utilizado como base o valor proposto de R\$ 109,13 e um total de 310 serviços realizados ao longo do ano, portanto, foi possível definir um faturamento previsto de R\$ 34.100,00.

5. Considerações finais

Com a separação das despesas e custos da empresa e apresentação do DRE foi possível verificar que apesar de a empresa fechar os resultados anuais de maneira positiva ainda teve períodos em que fechou negativo. Isso pode indicar uma deficiência de planejamento e controle dos custos e despesas, o que também implica em não ter um método claro para a precificação de seus produtos e serviços.

Ao ser feita a análise do ponto de equilíbrio foi possível identificar que no último ano a empresa realizou 2.002 serviços sendo que foi definido na análise que o ponto de equilíbrio da empresa é de 1.916 serviços. O fato de estar realizando 87 serviços a mais do que a quantidade necessária para que a empresa não obtenha lucro zero é o que justifica o resultado positivo ao final do ano.

A elaboração do *Mark-up* e a simulação dos resultados possíveis a serem adotados pela empresa no mesmo período e caso tivesse o mesmo volume de vendas indicou que ela poderia passar de um faturamento anual de R\$ 578.089,61 para R\$ 845.206,33. Indicando que a empresa poderia ter um crescimento de 46,20% em seu faturamento.

Os resultados também indicam que o modelo de formação de preço proposto poderia gerar um aumento nas margens de contribuição de modo geral, mas um destaque em especial aos serviços de mecânica que poderiam teriam um aumento de 85,83%.

Referências

ASSAF NETO, Alexandre; LIMA, Fabiano Guasti. **Fundamentos da Administração Financeira**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2016.

BRUNI, Adriano L.; FAMÁ, Rubens. **Série Finanças na Prática - Gestão de Custos e Formação de Preço**. 7.ed. São Paulo: Grupo GEN, 2019. 9788597021059. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021059/>.

CASTILHO, Auriluce Pereira; BORGES, Nara Rúbia Martins; PEREIRA, Vânia Tânus. Manual de metodologia científica. 2017. Disponível em: <https://www.ulbra.br/upload/986eb63036cdfc35003049362f114dd7.pdf>. Acesso em: 24 maio 2022.

CREPALDI, S. A. **Curso básico de contabilidade de custos**. 3.ed São Paulo: Atlas, 2004. 322 p.

CRUZ, Paula Beatriz Kawanishi. **Comparação de método de precificação e seu impacto na receita de pequenos negócios**. Curitiba, 36f., 2018. Monografia (Especialização) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

DUBOIS, Alexy. **Gestão de Custos e Formação de Preços - Conceitos, Modelos e Ferramentas**. São Paulo: Grupo GEN, 2019. 9788597022803. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022803/>. Acesso em: 26 mai. 2022.

MARTINS, Eliseu, **Contabilidade de Custos**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Eliseu, **Contabilidade de Custos**. 11.ed. São Paulo: Atlas: 2018.

PADOVEZE, Clóvis L.; JR., Franco Kaolu T. **Custo e preços de serviços: logística, hospitais, transporte, hotelaria, mão de obra, serviços em geral**. São Paulo: Grupo GEN, 2013. 9788522477760. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522477760/>. Acesso em: 26 mai. 2022.