

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GABRIEL MACCARI DAGOSTIN

**ESTRUTURAÇÃO E AVALIAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: ESTUDO DE CASO
EM UMA TRANSPORTADORA DE PEQUENO PORTE DO SUL DE SANTA
CATARINA**

CRICIÚMA

2023

GABRIEL MACCARI DAGOSTIN

**ESTRUTURAÇÃO E AVALIAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: ESTUDO DE CASO
EM UMA TRANSPORTADORA DE PEQUENO PORTE DO SUL DE SANTA
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador (a): Prof. (a). Esp. Valcir Mantovani

GABRIEL MACCARI DAGOSTIN

**ESTRUTURAÇÃO E AVALIAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: ESTUDO DE CASO
EM UMA TRANSPORTADORA DE PEQUENO PORTE DO SUL DE SANTA
CATARINA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com linha de pesquisa em contabilidade de custos.

Criciúma, 19 de junho de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Professor Esp. Valcir Mantovani - Unesc - Orientador

Professor Esp. Ademir Borges – Unesc – Examinador

Professor Me. Eduardo Tramontin Castanha – Unesc – Examinador

CRICIÚMA

2023

**Dedico este trabalho a minha noiva Débora,
a minha família e todos amigos pelo
incentivo, compreensão e apoio que me
proporcionaram em todos os momentos.**

AGRADECIMENTOS

A vida de um acadêmico não é fácil. Conciliar estudos com a correria do dia a dia é uma tarefa árdua, especialmente quando se tem a construção de uma casa e a organização de um casamento acontecendo simultaneamente. Nesse contexto, sou grato a Deus, pois sem o Seu consentimento, nada disso seria possível. É Ele quem nos ampara e torna possível superar as situações difíceis.

Gostaria de expressar minha gratidão à minha noiva, Débora. Foi ela quem me incentivou a retomar os estudos e concluir minha graduação em Ciências Contábeis. Sem o apoio e a compreensão dela, eu não teria conseguido concluir esse processo.

Também quero agradecer aos meus pais, Sr. Elio e Sra. Eliete. Ao longo de toda a minha vida, eles sempre me guiaram pelo caminho certo, oferecendo apoio e incentivo em todas as minhas decisões.

Por fim, gostaria de expressar minha gratidão ao meu orientador, Valcir Mantovani, que apesar de seu jeito durão, é uma pessoa íntegra e possui um coração gigantesco. Sua orientação e vivência dentro de sala foi fundamental para o meu crescimento acadêmico e pessoal.

**“O insucesso é apenas uma oportunidade
para recomeçar com mais inteligência.”**

Henry Ford



ESTRUTURAÇÃO E AVALIAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: ESTUDO DE CASO EM UMA TRANSPORTADORA DE PEQUENO PORTE DO SUL DE SANTA CATARINA

Gabriel Maccari Dagostin¹

Valcir Mantovani²

RESUMO: A estruturação e avaliação do preço de venda desempenha um papel fundamental no sucesso das empresas, assegurando sua rentabilidade e crescimento. Ter uma sólida definição do cálculo do preço de venda é essencial para se manter competitivo no mercado. É por meio dessa estruturação cuidadosa que uma corporação consegue determinar um valor adequado para seus produtos ou serviços, garantindo que os custos sejam cobertos e que uma margem de lucro satisfatória seja alcançada. Dessa forma, a empresa pode enfrentar a concorrência de forma eficiente e sustentar seu crescimento contínuo. Desta forma; a pesquisa tem como objetivo estruturar o preço de venda dos serviços prestados por uma transportadora localizada no sul de Santa Catarina e comparar com o preço encontrado no mercado e praticado pela empresa. Para o alcance do objetivo, é proposto como procedimento metodológico uma pesquisa quantitativa, de forma descritiva, com levantamento de dados através de uma entrevista com o proprietário da transportadora, aonde foi preenchida uma planilha em *excel*. Com base nos resultados foi identificado os custos e despesas para executar o serviço de transporte, tais como, combustíveis, depreciação, entre outros. Para calcular o preço de venda, foi utilizado o método *mark-up*.

PALAVRAS – CHAVE: Custos. Transportes. Precificação.

AREA TEMÁTICA: Tema 04 - Contabilidade de Custos

1 INTRODUÇÃO

O progresso do mercado, cada vez mais globalizado e competitivo, teve seu pico de desenvolvimento na revolução industrial, a partir da segunda metade do século XVIII. Desde então, as empresas exigem cada vez mais, de gestores com tomadas de decisões estratégicas para atuarem de forma cuidadosa em relação as suas metas, com objetivo de escolher sempre o melhor e mais rentável caminho para a organização (FARAH; CAVALCANTI; MARCONDES, 2020).

Nesse contexto, a Gestão de Custos, que é um ramo aplicado da Ciência Contábil, responsabiliza-se por compreender e monitorar todos os gastos, movimentos e investimentos incorridos para uma empresa desenvolver suas atividades (ZAMBON; TEIXEIRA, 2016). Portanto, é fundamental uma adequada gestão de custo para reduzir gastos excessivos e desnecessários, e efetivar de forma positiva o sistema de custeamento da empresa.

¹ Acadêmico do curso de Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.

² Orientador (Especialista), UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



Entende-se que uma organização precisa ter uma contabilidade de custos bem estruturada para acompanhar e atingir seus objetivos no mercado (CREPALDI, 2010). E devido ao nível de competitividade, e os volumes envolvidos, tem-se a ideia de que a gestão de custos está direcionada apenas para as grandes organizações, quando na verdade são as empresas de pequeno porte que mais demonstram dificuldades na gestão desta área. Isso ocorre pois na maioria das vezes, não há um setor específico para isso, ou existe a falta de profissionais qualificados e de mecanismos adequados para esse tipo de gerenciamento.

O transporte de mercadorias é um dos custos importantes na composição do preço de venda de um produto ou serviço. Esse custo é repassado para o consumidor final por meio do preço de venda, e sua importância pode variar dependendo da natureza do produto, da distância percorrida e do tipo de transporte utilizado. (ALVES, R. A.; NASCIMENTO, L. F.; CORREA, L. A., 2020). Os custos de transporte podem variar significativamente, dependendo de vários fatores, e é importante avaliar cuidadosamente esses custos para garantir a competitividade do preço de venda final. (SOARES, T. L. et al., 2019)

Diante do contexto apresentado, tem-se a seguinte questão problema: Quais custos e despesas que são considerados no cálculo do preço de venda do frete de uma transportadora localizada no sul de Santa Catarina? Com este direcionamento, o estudo tem como objetivo geral estruturar o preço de venda dos serviços prestados por uma transportadora localizada no sul de Santa Catarina e comparar com o preço encontrado no mercado e praticado pela empresa. Para isso, se faz necessário os seguintes objetivos específicos: I) caracterizar a empresa transportadora objeto desse estudo, II) identificar os custos e despesas envolvidos na prestação de serviço de transporte rodoviário; III) calcular o preço de venda dos serviços aplicando o método do *Mark Up*, IV) comparar o preço de venda encontrado nesse estudo com o preço de venda praticado pela empresa e pelo mercado.

O transporte de mercadorias é um componente significativo da economia global (TOPTAL; BINGÖL, 2011). Os fluxos de transporte de carga vêm crescendo continuamente devido a: 1) aumento da população; 2) aumento dos níveis de consumo e produção; 3) customização de produtos e serviços; 4) queda das barreiras comerciais, etc. (PANI et al., 2018).

Diante deste cenário globalizado do mercado, é de suma importância para a sustentabilidade das organizações, um maior aperfeiçoamento na qualidade do serviço prestado e no gerenciamento de seus processos. Pois é em torno disso que as empresas continuam gerando competitividade e principalmente, sendo sustentáveis para o mercado empresarial.

Do ponto de vista social, este estudo encaminha os profissionais da área, para um bom gerenciamento de custos, e dá ideias práticas e eficazes para a empresa. Ressaltando sempre a importância desse para o sucesso das organizações, gerando cada vez mais renda e empregando ainda mais profissionais.

O artigo será subdividido em etapas, seguindo pela introdução, onde se descreve a contextualização e a problematização do tema escolhido. A segunda seção aborda a fundamentação teórica, que apresenta o embasamento utilizado na pesquisa, a terceira seção aborda sobre os procedimentos metodológicos do artigo, e por fim, na quarta e quinta seção é onde se encontra, respectivamente, a análise de dados e as considerações finais.



2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesta seção encontra-se de forma dinâmica, o referencial teórico que será utilizado na pesquisa. Sendo a estruturação do preço de venda em uma transportadora de pequeno porte com enfoque da abordagem, onde apresenta-se as funções da contabilidade de custos, classificações, custos fixos e variáveis na formação do preço de venda.

2.1 TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGAS

O transporte rodoviário é extremamente importante para a economia do Brasil, uma vez que a maioria das mercadorias e produtos do país são transportadas por estradas. O transporte rodoviário é responsável por cerca de 60% de todo o transporte de cargas no país, segundo dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT). (Confederação Nacional do Transporte: Rodovias; Relatório completo da Confederação Nacional do Transporte sobre a situação das rodovias brasileiras, com análises sobre a importância do modal rodoviário para a economia e a logística do país.2019. disponível em:<https://www.cnt.org.br/agencia-cnt/pesquisa-cnt-de-rodovias-2019>).

No Brasil, existem diversos modais de transporte utilizados para movimentação de pessoas e cargas. Os principais modais de transporte no país são:

Rodoviário: O transporte rodoviário é o modal mais utilizado no Brasil, responsável por cerca de 60% de todo o transporte de cargas no país. As estradas são utilizadas para transportar diversos tipos de produtos, desde cargas leves até cargas pesadas.

Ferrovário: O transporte ferroviário é responsável por cerca de 20% do transporte de cargas no Brasil. Apesar de ser menos utilizado que o transporte rodoviário, é considerado um modal estratégico para a movimentação de grandes volumes de cargas, principalmente em longas distâncias.

Aquaviário: O transporte aquaviário é responsável por cerca de 13% do transporte de cargas no Brasil. É utilizado principalmente para o transporte de commodities, como minério de ferro, soja e petróleo, através de portos e hidrovias.

Dutoviário: O transporte dutoviário é responsável por cerca de 6% do transporte de cargas no Brasil. É utilizado para o transporte de petróleo, gás natural e outros produtos através de dutos. (Publicação do Ministério da Infraestrutura com dados estatísticos sobre o transporte no Brasil, incluindo informações sobre os modais rodoviário, ferroviário, aquaviário, dutoviário e aéreo 2020; www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito-e-transportes/estatisticas-de-transporte/estatisticas-de-transporte-2020)

Além desses modais, o transporte aéreo também é utilizado para a movimentação de cargas de alto valor agregado, como produtos eletrônicos, medicamentos e joias, por exemplo. Cada modal possui características que determinam sua operação, como custo, capacidade, velocidade, pontos de conexão, formas e número de pontos de transbordo, entre outros. A principal característica do transporte rodoviário é sua flexibilidade operacional com fácil movimentação porta a porta, onde a disponibilidade só será restrita se forem observados problemas de segurança ou topográficos no percurso (MOREIRA; JUNIOR; TOLOI, 2018).



2.1.1 MÉTODOS OPERACIONAIS NAS EMPRESAS DE TRANSPORTES DE CARGAS

Os métodos operacionais em uma empresa de transporte de cargas são essenciais para garantir a eficiência e a qualidade dos serviços prestados. Esses métodos incluem desde a recepção das mercadorias até a entrega ao destino final, passando pelo armazenamento, manuseio e transporte das cargas. Para garantir a eficiência desses processos, é importante definir uma sequência ordenada de operações, que permita a execução das atividades de forma organizada e padronizada. Isso pode incluir desde a utilização de equipamentos adequados para o manuseio das cargas até a definição de rotas de transporte mais eficientes e seguras.

Além disso, a avaliação constante dos métodos operacionais é fundamental para identificar possíveis pontos de melhoria e ajustes necessários, buscando sempre aprimorar a qualidade dos serviços prestados e otimizar a utilização dos recursos disponíveis.

2.1.2 ELEMENTOS ESSENCIAIS NO CUSTO DE TRANSPORTES RODOVIÁRIOS

2.1.2.1 ETAPAS NO MÉTODO DE CUSTEIO NO TRANSPORTE DE MERCADORIAS

Os métodos de custeio podem ser divididos em quatro etapas (DOS SANTOS, 2007):

Quadro 1 – Terminologia e classificação dos custos

Etapas	Descrição
Caracterização dos itens de custeio	Os custos principais no transporte são: depreciação do veículo, salários e encargos dos motoristas, custos administrativos, seguro do veículo e custos variáveis como manutenção, lubrificantes, pneus, combustível, etc.
Classificação dos custos em fixo ou variável	A atribuição é feita com base na distância percorrida, o que resulta em custos variáveis que variam de acordo com a quilometragem. Itens como combustíveis, pneus e lubrificantes são classificados como variáveis. Por outro lado, custos que não dependem da distância percorrida são considerados custos fixos, como depreciação, salários do motorista, seguros, entre outros.
Mensuração dos custos em cada componente	É fundamental mensurar os custos unitários de cada automóvel, afim de conseguir alocar os custos para cada trajeto de entrega ou coleta de objetos/mercadorias, especialmente em transportadoras que possuem carretas e caminhões.



Custos por trajetos de coletas/entregas	Depois de calculado o valor unitário dos itens de custos, basta agrupar os custos fixos e dividir pelo tempo trabalhado para assim conseguir o custo fixo por hora e dividir o custo variável pelos quilômetros percorridos obtendo-se assim o custo por km. Após isso resta apenas distribuir às relativas rotas.
--	--

Fonte: DOS SANTOS, (2007) adaptado pelo autor.

2.1.2.2 AGENTES QUE INTERVEEM NOS CUSTOS E PREÇOS DOS TRANSPORTES

O peso e a distância, são agentes fundamentais na geração de valores a serem considerados, além deles, existem determinadas variáveis que afetam os preços dos fretes, sendo eles: (DOS SANTOS, 2007):

Custos operacional – O custo operacional tem um impacto direto no valor do frete cobrado em rotas variadas e com diferentes modalidades de transporte. As discrepâncias regionais nas interações entre oferta e demanda de serviços de transporte podem evitar um aumento uniforme e direto dos custos operacionais e dos preços dos fretes em todas as regiões.

Frete de retorno potencial - Se não houver remessa de retorno, a empresa transportadora consolidará o valor das remessas de retorno para elaborar o valor do transporte.

Especificidade do veículo usado ou da mercadoria transportada – O valor do frete será aumentado, quando a transportadora tiver menos flexibilidade na carga transportada, ou no veículo deslocado para tal atividade.

Avarias e perdas – Perdas por acidentes de trânsito, danos por exposição à chuva etc. são fatores que contribuem para o aumento do tráfego de cargas.

Dentre outros fatores que influenciam no valor do frete, estão: Rotas utilizadas, aspectos geográficos, prazos de entrega, pedágios. Para criação de preços justo, é necessário que seja empregada uma metodologia acertada para cálculo dos custos de envio. E para facilitar as mais variadas análises, e auxiliar nas tomadas de decisões ou oportunidades de redução dos custos, é fundamental a empresa ter uma ferramenta de custeio eficaz.

2.1.2.3 CUSTOS OPERACIONAIS DE VEÍCULOS

Os veículos são indispensáveis para a atividade de movimentação de mercadorias. Os custos operacionais são significativos na composição dos custos de transporte, sejam eles utilizados dentro da empresa ou locados de terceiros. Geralmente, os veículos são selecionados conforme sua capacidade de locomoção, e também sua capacidade de reboque em relação ao peso transportado. Para desempenhar tal função, os veículos utilizados absorvem custos diretos e indiretos, fixos e variáveis. Os custos fixos consumidos para o transporte de mercadorias, são; Imposto Sobre Propriedade de Veículo Automotor (IPVA), depreciação do veículo, seguro e licenciamento obrigatório, encargos trabalhistas, horas extras, salários e seguros dos veículos. Os custos variáveis estão diretamente relacionados à



quilometragem percorrida por esses veículos na viagem, são eles: serviços de manutenção, despesas de viagens, lubrificantes, pneus, combustíveis e peças de reposição. (DOS SANTOS, 2007).

2.1.3 A ESTRUTURA DO PREÇO DE VENDA

O preço de venda corresponde ao valor monetário estabelecido por uma empresa durante uma negociação comercial com seus clientes. Esse montante deve englobar todos os custos relacionados ao transporte, prestação de serviços e entrega da mercadoria ao destino final, além de contemplar o lucro desejado pelos acionistas. Em suma, o preço de venda representa a quantia necessária para cobrir as despesas operacionais e garantir a rentabilidade da empresa. (CARVALHO, 2012).

2.1.3.1 MÉTODOS DE FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA

Com o aumento da competitividade, as empresas precisam realizar uma análise mais abrangente do mercado em que atuam, incluindo seus pontos fortes e fracos, a concorrência e o ambiente externo, antes de estabelecer preços e definir políticas de vendas. No que diz respeito ao preço cobrado, também é importante avaliar o quanto os clientes potenciais e atuais estão dispostos a pagar pelos produtos e serviços oferecidos. (DOS SANTOS, 2007).

Além disso, é necessário levar em conta os objetivos da empresa ao escolher a política de precificação mais adequada. Somente após essa análise detalhada, com uma abordagem externa para interna, é possível definir o preço de venda apropriado.

A partir desses aspectos que precisam ser analisados, surge a chamada fase operacional para a estruturação sistemática do preço de venda a partir de uma abordagem econômica, no quadro dois, podemos identificar os passos que devem ser analisados para estruturação do mesmo. (MARTINS, 2018).

Quadro 2 – Estruturação do preço de venda

1	Avaliação estratégica de variáveis externas não controláveis
2	Características do ambiente competitivo do mercado
3	Projeção do mercado e demanda de produtos
4	Projeção de vendas esperadas de outros produtos da empresa
5	Identificação dos objetivos globais e funcionais da empresa e determinação dos objetivos de preço
6	Identificação das políticas e diretrizes corporativas e determinação das políticas e diretrizes de preços
7	Identificação das estratégias globais e funcionais da empresa e determinação das estratégias de pricing
8	Projeção da estrutura de custos e despesas da empresa
9	Cálculo do capital investido no negócio e respectivos custos de oportunidade
10	Aplicação do preço de simulação mais adequado



11	Obtenção da demonstração de resultados
12	Avaliação e adequação do preço de referência às condições de comercialização.

Fonte: Elaborado pelo autor (2023)

Para Martins, (2018) os preços de venda devem buscar otimizar a relação preço, custos e volume, que a empresa poderá obter no longo prazo a partir do fluxo de lucros contínuos, possibilitando a otimização do uso da capacidade instalada, ou garantia de retorno satisfatório do capital investido no negócio.

O preço de venda pode ser definido de várias maneiras. O preço de venda de um produto ou serviço é influenciado por várias técnicas e estratégias. O método mais antigo e, deste modo, mais comumente utilizado é a precificação através do custo de um produto ou serviço. Portanto, o método de custeio é considerado um recurso gerencial muito importante para a tomada de decisões, geração de lucros e alcance de metas antecipadamente definidas. Atualmente, as empresas utilizam quatro métodos para calcular o custo de produtos ou serviços: custeio baseado em atividades (ABC), custeio direto ou variável, custeio por absorção e custeio-meta. O método do custo segundo Padoveze, (2010) pressupõe que o mercado aceitará um preço baseado no custo da organização. Na prática, nem sempre é assim; no entanto, é necessário um preço baseado em custo como parâmetro inicial ou padrão. Segundo Martins, (2018), nesse método, ao custo é acrescida uma margem denominada *mark-up*, que deve cobrir todas as despesas não incluídas no custo, como impostos e comissões cobradas sobre o preço, bem como as despesas e a margem de lucro. Embora seja um método simples, se mal executado, pode levar a gestão a tomar decisões que não condizem com a realidade da organização.

2.1.3.2 CÁLCULO DO *MARK-UP*

O *Mark-up* é um método amplamente utilizado para calcular o preço de venda com base no custo. Sua fácil implementação o tornou um dos métodos mais populares no mundo dos negócios e é uma prática comum na formação de preços.

O objetivo do *Mark-up* é cobrir as seguintes contas: impostos sobre vendas, taxas variáveis sobre vendas, despesas administrativas fixas, despesas de vendas fixas, custos indiretos de produção fixos e lucro.(PADOVEZE, 2010).

Para exemplo de cálculo do *mark-up* multiplicador:

Quadro 3 – Cálculo do *Mark-up* multiplicador

Onde:	$100/[100 - (DV+DF+LP)]$
• 100 representa o preço unitário total de venda em %;	Aos cálculos:
• DV para Despesas Variáveis;	$Mark-up = 100/[100 - (15+15+10)]$
• DF para Despesas Fixas; e	$Mark-up = 100/(100-40)$
• LP para Margem de Lucro Pretendida.	$Mark-up = 100/60$
DV=15%, DF=15% e LP=10%	$Mark-up = 1,666$

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Basicamente, existem dois tipos de cálculo *mark-up*, o divisor e o multiplicador. O método divisor é o processo de cálculo de margem de lucro onde



um divisor é adicionado a unidade, e o resultado é dividido pelo custo para se ter o preço de venda, utiliza-se para isso a seguinte fórmula:

$$100 - (\text{Despesas Variáveis} + \text{Despesas Fixas} + \text{Lucro Pretendido}).$$

Já o *mark-up* multiplicador é o inverso, o índice encontrado representa a quantidade pela qual o custo é aumentado para obter o preço de venda que englobe suas despesas e margem de lucro pretendida, a fórmula utilizada para o cálculo é a seguinte:

$$100/100 - (\text{Despesas Variáveis} + \text{Despesas Fixas} + \text{Lucro Pretendido}).$$

2.1.3.3 ESTRUTURA DO PREÇO DE VENDA

Para calcular o preço de venda, é importante inicialmente determinar o menor valor que seja capaz de cobrir os custos relacionados ao produto oferecido. Esse cálculo pode ser realizado levando em consideração a demanda de vendas, a qualidade do produto, as condições de entrega, a propaganda e os prazos de pagamento. De acordo com Padoveze (2006), a abordagem recomendada para a formação de preços é simplificada pela seguinte equação:

$$PV = C + D + I + L$$

PV: Preço de venda

C: Custos

D: Despesas

I: Impostos

L: Lucro

Custos: são os gastos associados diretamente à produção de bens ou prestação de serviços por uma empresa. Eles incluem os valores investidos em matérias-primas, mão de obra, equipamentos, energia, transporte e outros insumos necessários para a fabricação ou fornecimento dos produtos ou serviços. Os custos são reconhecidos como tal quando os fatores de produção são utilizados de forma efetiva na criação de valor econômico. Diferentemente das despesas, os custos estão relacionados especificamente à produção e podem ser atribuídos diretamente aos produtos ou serviços oferecidos pela empresa (Martins, 2010).

Despesas: gastos incorridos por uma empresa para manter suas operações e atividades em funcionamento. Elas representam saídas de recursos financeiros necessários para pagar despesas operacionais, como salários, aluguel, contas de serviços públicos, materiais de escritório, publicidade e marketing, entre outros. As despesas são consideradas como itens que reduzem o patrimônio da empresa, pois representam um consumo de recursos sem uma contrapartida direta em receitas (Martins, 2010).

Impostos: são tributos cobrados pelo governo sobre diversos tipos de transações, renda, propriedade, bens, serviços e outras atividades econômicas. Eles são uma forma de arrecadação de recursos pelo governo para financiar as despesas públicas e fornecer serviços e infraestrutura para a sociedade. Os impostos podem



ser cobrados em nível federal, estadual ou municipal, dependendo da jurisdição e da natureza da transação ou atividade em questão (CTN).

Lucro: é o resultado financeiro positivo obtido por uma empresa ou indivíduo após deduzir todas as despesas e custos relacionados à geração de receitas. É a diferença entre a receita total obtida com a venda de bens ou serviços e os custos incorridos para produzi-los ou fornecê-los. O lucro é um indicador fundamental da saúde financeira de uma organização e reflete sua capacidade de gerar valor e obter retornos positivos sobre seus investimentos. (Martins, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo adota uma abordagem qualitativa, e a coleta de dados se deu por meio da aplicação de uma planilha preenchida pelo proprietário da empresa. De acordo com Vergara (2010), a pesquisa qualitativa tem como objetivo desenvolver uma compreensão profunda de um assunto, questão ou problema a partir da perspectiva de um indivíduo.

Em relação aos objetivos da pesquisa, esta é classificada como descritiva, pois tem como objetivo descrever os resultados obtidos na análise dos dados coletados com a empresa em estudo. Conforme Beuren (2003), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever as características de um determinado fenômeno.

3.1 PROCEDIMENTOS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O estudo é fundamentado na utilização de uma planilha em *Excel*, desenvolvida e preenchida em conjunto com o proprietário da empresa durante uma entrevista. Nessa entrevista, foram levantadas todas as informações que estão presentes neste estudo. Com base nas respostas obtidas, foi realizado o levantamento dos dados para analisar se o preço de venda utilizado pela transportadora abrange todos os gastos incorridos no processo de prestação de serviços.

A pesquisa foi conduzida em uma transportadora de pequeno porte, localizada no sul de Santa Catarina. Com os dados coletados, foi possível avaliar a viabilidade econômica dessa empresa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa de estudo é uma transportadora, cuja sua única atividade, é transportar produtos a granel para todo o território nacional. Iniciou suas atividades em 2008 com apenas um veículo financiado e velho. Apesar das limitações iniciais, a empresa soube enfrentar os desafios do mercado de transporte de carga e conquistar seu espaço ao longo dos anos.

Com o bom desempenho e a vontade de crescimento do proprietário, a empresa passou a contar com quatro veículos em 2013, sendo dois deles próprios e dois financiados. No entanto, em 2016, a empresa enfrentou um duro golpe com a falência de seu principal cliente, que representava aproximadamente 80% de seu faturamento. Essa situação levou a empresa a enfrentar sérios problemas



financeiros, e, para honrar seus compromissos, o proprietário decidiu vender dois de seus veículos.

Após passar por um processo de reestruturação, a empresa conseguiu cumprir com suas obrigações e manter seu funcionamento com essa nova estrutura até o final de 2021. No entanto, durante esse período, a empresa percebeu que estava tendo altos custos com a manutenção de seus veículos. Diante dessa situação, no ano de 2022, a empresa tomou a decisão de vender suas duas carretas antigas e adquirir um novo veículo.

Essa aquisição foi realizada visando a otimização dos custos operacionais e a melhoria da eficiência da empresa. Com um novo veículo mais moderno e confiável, a transportadora espera reduzir os gastos com manutenção e aumentar sua capacidade de atender aos clientes de forma eficiente.

4.1.1 MERCADO DE ATUAÇÃO

A empresa objeto da pesquisa atua no setor de transporte, especializada no transporte de produtos a granel em todo o território nacional, com foco principal na região nordeste. A transportadora é responsável pelo traslado das mercadorias entre empresas. A empresa conta apenas com um escritório que é localizado na Rodovia Genesio Mazon, em Morro da Fumaça-SC.

4.1.2 FORMAÇÃO DO PREÇO

No contexto deste estudo, o preço do transporte é determinado pelo mercado. Os potenciais clientes informam a disponibilidade para transportar uma determinada mercadoria até um local específico e também divulga o valor que estão pagando por tonelada carregada. Cabe ao proprietário da empresa analisar se as condições propostas são viáveis e lucrativas, antes de aceitar ou recusar o serviço de transporte.

4.1.3 TRIBUTAÇÃO

A empresa em estudo é optante pelo regime de tributação do Simples Nacional, que é um regime simplificado de arrecadação de impostos para micro e pequenas empresas. No caso específico, a empresa se enquadra na faixa quatro de faturamento, que determina as alíquotas e faixas de receita bruta anual aplicáveis.

Além disso, o ramo de atividade da empresa é regido pelo Anexo III do Simples Nacional. O Anexo III contempla atividades como prestação de serviços de transporte, armazenamento e logística, estabelecendo as alíquotas e faixas de faturamento específicas para esse setor.

Essas informações são relevantes para a análise da viabilidade econômica da empresa, uma vez que o regime de tributação escolhido e o enquadramento no Anexo III do Simples Nacional podem influenciar diretamente nos custos e na margem de lucro da empresa.

4.1.4 RESULTADOS ATUAIS



Os números a seguir foram fornecidos pelo proprietário da empresa, com base no ano de 2022. Eles representam as receitas e despesas totais da transportadora ao longo do ano trabalhado.

Quadro 4 - Resultados realizados em 2022

CONTAS DO RESULTADO	VALOR TOTAL	VALOR KM RODADO	% PARTIC. CUSTOS E DESPESAS
FATURAMENTO	1.039.199,99	6,40	
CUSTOS E DESPESAS TOTAL	1.167.564,36	7,19	100,0%
FIXOS	297.274,96	1,83	25,5%
Pró-labore	60.000,00	0,37	5,1%
IPVA	8.577,96	0,05	0,7%
Depreciação	150.000,00	0,92	12,8%
Seguros	48.000,00	0,30	4,1%
Despesas Motoristas/Gorjetas/Peças	30.697,00	0,19	2,6%
VARIÁVEIS	870.289,40	5,36	74,5%
Pneus	30.079,46	0,19	2,6%
Combustíveis/Lubrificantes	543.688,00	3,35	46,6%
Pedágios	41.580,00	0,26	3,6%
Simples Nacional	130.237,95	0,80	11,2%
Comissão	124.704,00	0,77	10,7%
SOBRA LÍQUIDA	-128.364,37	-0,79	
Sobra em % do Faturamento	-12,4%	-12,4%	
KM RODADO NO ANO	162.359		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

No período analisado, a empresa enfrentou um significativo desembolso financeiro devido ao pagamento de comissões ao motorista. Essa despesa representa uma parcela considerável do total de gastos da empresa, o que impacta negativamente seu resultado financeiro. Além disso, é importante destacar que o proprietário tem a intenção de utilizar esse veículo por um período de 8 anos, o que afeta o valor da depreciação.

As comissões pagas ao motorista é um elemento relevante no cenário financeiro da empresa, uma vez que estão diretamente relacionadas ao custo operacional do negócio. Esses pagamentos são essenciais para incentivar e recompensar o trabalho do motorista, que desempenha um papel fundamental no transporte eficiente e seguro das mercadorias. No entanto, quando o montante das comissões se torna substancial em relação às demais despesas, é necessário avaliar cuidadosamente seu impacto na lucratividade geral da empresa.

Além disso, o proprietário tem em mente utilizar esse veículo por um período de 8 anos, o que tem implicações diretas na depreciação do ativo. A depreciação



representa a redução do valor do veículo ao longo do tempo, levando em consideração seu desgaste e obsolescência. Portanto, é necessário levar em conta esse fator ao analisar o resultado financeiro da empresa, pois a depreciação afeta diretamente os custos operacionais e a rentabilidade.

Diante desse cenário, é importante que a empresa avalie estratégias para reduzir seus gastos com comissões, buscando um equilíbrio entre a remuneração justa aos motoristas e a sustentabilidade financeira do negócio. Além disso, é recomendável que o proprietário realize projeções financeiras levando em conta o período de utilização do veículo e a depreciação esperada. Essas projeções auxiliarão na análise do impacto dos custos de depreciação ao longo dos anos e na definição de estratégias de investimento em novos ativos quando necessário.

Em suma, o desembolso financeiro significativo em comissões ao motorista e a consideração do período de utilização do veículo para 8 anos são fatores relevantes a serem considerados no estudo do resultado financeiro da empresa. Uma gestão cuidadosa desses aspectos é essencial para garantir a saúde financeira da empresa, maximizar a rentabilidade e tomar decisões estratégicas sólidas para o futuro do negócio.

4.1.5 RESULTADO ESPERADO PELO PROPRIETARIO

Com base nas receitas atuais, o proprietário tinha uma expectativa de obter um retorno de 5% sobre o seu faturamento. No entanto, como mencionado anteriormente, as despesas com comissões e a depreciação do caminhão impactaram negativamente a empresa, impedindo o atingimento dos objetivos financeiros estabelecidos. A tabela 5 ilustra o retorno desejado pelo proprietário:

Quadro 5 – Resultado projetado

CONTAS DO RESULTADO	VALOR TOTAL	VALOR KM RODADO	% PARTIC. CUSTOS E DESPESAS
FATURAMENTO	1.229.057,63	7,57	
CUSTOS E DESPESAS TOTAL	1.167.564,36	7,19	100,0%
FIXOS	297.274,96	1,83	25,5%
Pró-labore	60.000,00	0,37	5,1%
IPVA	8.577,96	0,05	0,7%
Depreciação	150.000,00	0,92	12,8%
Seguros	48.000,00	0,30	4,1%
Despesas Motoristas/Gorjetas/Peças	30.697,00	0,19	2,6%
VARIÁVEIS	870.289,40	5,36	74,5%
Pneus	30.079,46	0,19	2,6%
Combustíveis/Lubrificantes	543.688,00	3,35	46,6%
Pedágios	41.580,00	0,26	3,6%
Simplex Nacional	130.237,95	0,80	11,2%
Comissão	124.704,00	0,77	10,7%



SOBRA LÍQUIDA	61.493,27	0,38	
Sobra em % do Faturamento	5,0%	5,0%	
KM RODADO NO ANO	162.359		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Para o cálculo do *mark-up*, não tínhamos a informação da porcentagem de custos e despesas envolvidos na prestação de serviço do transporte. Consideramos apenas a margem de lucro definida pelo proprietário. O quadro 6 demonstra o cálculo *mark-up* e a formação do preço de venda.

Quadro 6 – Calculo *mark-up* e preço de venda

CÁLCULO DO MARK UP MULTIPLICADOR
Considerando:
DV = 0,0% (não possui)
DF = 0,0% (não possui)
LP = 5,0%
$MARK UP = 100/[100 - (DV+DF+LP)]$
$MARK UP = 100/(100-(0+0+5))$
$MARK UP = 100/(100-5)$
$MARK UP = 100/95$
MARK UP = 1,053
CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA
FÓRMULA DO PREÇO DE VENDA (PV)
$PV = (CF + CV) * MARK UP$
Onde:
CF = Custo Fixo
CV = Custo Variável
CÁLCULO DO PREÇO DE VENDA
$PV = (R\$ 1,83 + R\$ 5,36) * 1,053$
$PV = R\$ 7,19 * 1,053$
PV = R\$ 7,57

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Com base nos custos e despesas atuais, o proprietário precisará praticar um preço superior ao valor de mercado, o que inviabilizará a sua atividade. Isso pode ser observado no quadro 7, onde o valor pago pelo mercado atualmente, é de R\$ 6,62 por quilômetro percorrido.

Quadro 7 - Valor de mercado



Origem	Destino	Produto	Preço Tonelada	Peso Transportado (ton)	Valor Total	Km Percorrida	Valor Km
Campestre do MA - MA	São Luis - MA	Açúcar	R\$ 130,00	37	R\$ 4.810,00	730	R\$ 6,59
Petrolina - PE	Francisco Santos - PI	Fardos	R\$ 59,00	37	R\$ 2.183,00	328	R\$ 6,66
Rio Verde - GO	Itapetininga - SP	Farelo de soja	R\$ 170,00	37	R\$ 6.290,00	950	R\$ 6,62
Total					R\$ 13.283,00	2008	R\$ 6,62

Fonte: <https://www.fretebras.com.br/>

4.1.6 SUGESTÕES AO PROPRIETARIO

Após a análise dos dados encontrados nesta pesquisa, foi identificada uma sugestão para melhorar o desempenho econômico da transportadora em questão. A proposta é estender a utilização do veículo de oito para treze anos, o que teria um impacto menor considerado no desgaste do veículo, mas traria benefícios significativos para os resultados financeiros da empresa. Além disso, sugere-se a redução da porcentagem de comissão paga aos motoristas, passando de doze para cinco por cento. Essa alteração reduziria mais da metade o valor desembolsado pela empresa nesse tipo de despesa, enquanto ainda oferece uma remuneração competitiva ao motorista, alinhada com as práticas de mercado.

Praticando essas medidas, os resultados conseguiram atender os valores esperados pelo proprietário, por tanto, as alterações propostas são cruciais para que a empresa deixe de ter prejuízos e comece a apresentar resultados positivos para o empresário. A tabela 8 mostra os novos valores:

Quadro 8 - Resultado proposto a preço de mercado

CONTAS DO RESULTADO	VALOR TOTAL	VALOR KM RODADO	% PARTIC. CUSTOS E DESPESAS
FATURAMENTO	1.071.569,40	6,60	
CUSTOS E DESPESAS TOTAL	1.017.277,52	6,27	100,0%
FIXOS	230.478,96	1,42	22,7%
Pró-labore	60.000,00	0,37	5,9%
IPVA	8.577,96	0,05	0,8%
Depreciação	83.204,00	0,51	8,2%
Seguros	48.000,00	0,30	4,7%
Despesas Motoristas/Gorjetas/Peças	30.697,00	0,19	3,0%
VARIÁVEIS	786.798,56	4,85	77,3%
Pneus	30.079,46	0,19	3,0%
Combustíveis/Lubrificantes	543.688,00	3,35	53,4%



Pedágios	41.580,00	0,26	4,1%
Simples Nacional	117.872,63	0,73	11,6%
Comissão	53.578,47	0,33	5,3%
SOBRA LÍQUIDA	54.291,88	0,33	
Sobra em % do Faturamento	5,1%	5,1%	
KM RODADO NO ANO	162.359		

Fonte: Elaborado pelo autor (2023).

Ao estender a vida útil do veículo para treze anos, haverá uma redução nos custos anuais de depreciação. Isso permitirá que a empresa potencialize seus resultados financeiros.

A diminuição da porcentagem de comissão dos motoristas de doze para cinco por cento reduzirá os gastos com comissões em mais da metade, proporcionando uma economia considerável para a empresa. É importante ressaltar que essa redução não comprometerá a remuneração dos motoristas, pois ainda estará alinhada com os valores praticados pelo mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste trabalho é estruturar o preço de venda dos serviços prestados por uma transportadora localizada no sul de Santa Catarina e comparar com o preço encontrado no mercado e praticado pela empresa.

O primeiro objetivo específico era caracterizar a empresa transportadora objeto desse estudo, é uma empresa situada em Morro da Fumaça, conta apenas com um veículo, e transporta produtos a granel para todo território nacional.

O segundo objetivo específico era identificar os custos e despesas envolvidos na prestação de serviço de transporte rodoviário, foram identificados os custos com pró-labore, IPVA, depreciação, seguros, despesas motorista/gorjetas/peças, classificados como fixos, já de custos variáveis, foram encontrados os custos com pneus, combustíveis, lubrificantes, pedágios, impostos e comissão.

Outro objetivo específico era calcular o preço de venda dos serviços aplicando o método do *Mark Up*, portanto foi realizado o cálculo nesse método da seguinte forma: somado as percentagens de despesas fixas e variáveis com o lucro desejado pelo proprietário, diminuído o valor encontrado do totalizador, dividido o totalizador pelo valor encontrado.

Por último, o quarto objetivo específico era comparar o preço de venda encontrado nesse estudo com o preço de venda praticado pela empresa e pelo mercado, com este objetivo identificamos que atualmente a empresa pratica um preço de venda que não contempla todos seus gastos, identificamos também o preço de venda necessário para atingir os resultados esperado pelo proprietário que é de 5% do seu faturamento, e os valores que o mercado paga atualmente.

A estruturação e avaliação do preço de venda são aspectos cruciais para o sucesso de um negócio. Envolve calcular os custos envolvidos na produção ou fornecimento do produto/serviço, determinar a margem de lucro desejada e pesquisar os preços praticados no mercado. Além disso, é fundamental considerar o valor percebido pelo cliente e escolher uma estratégia de precificação adequada. A



análise de sensibilidade e a revisão regular do preço são essenciais para garantir a lucratividade e a competitividade. Encontrar o equilíbrio entre maximizar os lucros e atender às expectativas dos clientes é fundamental nesse processo.

Com base nos resultados percebe-se que, a empresa pratica o preço estabelecido pelo mercado, porém o mesmo não contempla todos os gastos que a empresa tem para prestar seu serviço.

REFERÊNCIAS

ALVES, R. A.; NASCIMENTO, L. F.; CORREA, L. A. **Transporte de carga na formação do preço de venda**. Revista Científica Hermes, v. 8, n. 1, p. 63-72, 2020.

BEUREN, I. M. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

CARVALHO, M. C. DA S. A importância da formação de preços. **Revista Científica Semana Acadêmica**, v. 1, n. 17, 2012.

CNT de Rodovias 2019: **Relatório completo da Confederação Nacional do Transporte sobre a situação das rodovias brasileiras, com análises sobre a importância do modal rodoviário para a economia e a logística do país**.

Disponível em: <https://www.cnt.org.br/agencia-cnt/pesquisa-cnt-de-rodovias-2019>

CREPALDI, S. A. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 5ª ed. São Carlos, SP: Atlas, 2010.

DOS SANTOS, R. V. **Custos operacionais e formação de preço de frete no transporte rodoviário de cargas – um estudo de caso**. XIV Congresso Brasileiro de Custos. **Anais...** João Pessoa, PB: 2007

Estatísticas de Transporte 2020: **Publicação do Ministério da Infraestrutura com dados estatísticos sobre o transporte no Brasil, incluindo informações sobre os modais rodoviário, ferroviário, aquaviário, dutoviário e aéreo**. Disponível em: <https://www.gov.br/infraestrutura/pt-br/assuntos/transito-e-transportes/estatisticas-de-transporte/estatisticas-de-transporte-2020>

FARAH, O. E.; CAVALCANTI, M.; MARCONDES, L. P. **Empreendedorismo estratégico: Criação e gestão de pequenas empresas**. 2ª ed. São Paulo, SP: Cengage Learning, 2020.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. In: **Contabilidade de custos**. 2010.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 11ª ed. São Paulo, SP: Atlas, 2018.

MOREIRA, M. A. L.; JUNIOR, M. DE F.; TOLOI, R. C. O transporte rodoviário no Brasil e suas deficiências. **Revista Fatec - REFAS**, v. 4, n. 4, p. 13, 2018.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade Gerencial: Um Enfoque Em Sistema De Informação Contábil**. 7ª ed. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

PANI, A. et al. Modelling urban freight generation: A case study of seven cities in



Kerala, India. **Transport Policy**, v. 69, p. 49–64, out. 2018.

SOARES, T. L. et al. **A importância do transporte de cargas na formação do preço de venda de produtos**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, v. 4, n. 3, p. 71-82, 2019.

TOPTAL, A.; BINGÖL, S. O. Transportation pricing of a truckload carrier. **European Journal of Operational Research**, v. 214, n. 3, p. 559–567, nov. 2011.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ZAMBON, A. C.; TEIXEIRA, T. B. **Contabilidade de custos**. Batatais, SP: Ação Educacional Claretiana, 2016.