

**FACULDADE PATOS DE MINAS**  
**DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**CLÁUDIA RAFAELA MARQUES DE MAGALHÃES**

**O IMPACTO TRIBUTÁRIO NA FORMAÇÃO DO  
PREÇO DE VENDA NAS EMPRESAS EM REGIME  
CONTÁBIL POR LUCRO REAL**

**PATOS DE MINAS**  
**2016**

**FACULDADE PATOS DE MINAS**  
**DEPARTAMENTO GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**  
**CURSO BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**CLÁUDIA RAFAELA MARQUES MAGALHÃES**

**O IMPACTO TRIBUTÁRIO NA FORMAÇÃO DO  
PREÇO DE VENDA NAS EMPRESAS EM REGIME  
CONTÁBIL POR LUCRO REAL**

Artigo apresentado à Faculdade Patos de Minas como requisito para conclusão do Curso de Graduação em Administração e obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. André Augusto Locatelli

FACULDADE PATOS DE MINAS  
DEPARTAMENTO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO  
Curso Bacharelado em Administração

**CLÁUDIA RAFAELA MARQUES MAGALHÃES**

**O IMPACTO TRIBUTÁRIO NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA  
NAS EMPRESAS EM REGIME CONTÁBIL POR LUCRO REAL**

Banca Examinadora do Curso de Bacharelado em Administração, composta em 17  
de novembro de 2016.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. Cíntia Cristina Moura  
Faculdade Patos de Minas

Examinador 1: Prof. Dr Alex Garcia da Cunha  
Faculdade Patos de Minas

Examinador 2: Prof. Me. David Fernando Ramos  
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – UFMS

Aqueles que amamos nunca morrem. Apenas partem antes de nós! Dedico esse trabalho ao meu irmão Altair Júnior (*in memoriam*)

## AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos são a todos que acreditam e torcem por meu sucesso. À minha amiga Maria Alice, meus filhos Luiz Gabriel e Oliver, meu marido Diógenes Pascini, minha mãe, minha amiga Luana.

Aos meus professores; em destaque meu orientador André Augusto Locatelli, Alex Garcia, e ao Professor Unilson Gomes.

A todos os funcionários da instituição, em especial à bibliotecária Vanilda e nosso lindo artista José Vilmar.

A meus colegas de turma, com quem dividi quatro anos de convivência, e um muito obrigado em especial para Rafael e Jehnniffer pelo companheirismo e constante preocupação.

“Pensar é o trabalho mais difícil que existe, e esta é provavelmente a razão por que tão poucos se dedicam a ele.”

*Henry Ford*

# IMPACTO TRIBUTÁRIO NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NAS EMPRESAS EM REGIME CONTÁBIL POR LUCRO REAL

## TAX IMPACT ON THE SELLING PRICE DETERMINATION IN COMPANIES UNDER THE “REAL PROFIT” ACCOUNTING SYSTEM

Cláudia Rafaela Marques Magalhães <sup>1</sup>

Graduanda do Curso de Administração. Faculdade Patos de Minas.

André Augusto Locatelli <sup>2</sup>

Pós Graduado em Gestão Empresarial

### RESUMO

A formação do preço de venda é de extrema relevância para a sobrevivência das organizações no mercado em que estão inseridas. Com o objetivo de formar um preço de venda nas empresas em Regime Contábil por Lucro Real, o presente trabalho estudou custos fixos e variáveis, os tributos IPI, PIS/COFINS e ICMS suas incidências, obrigatoriedades e alíquota. Conceituou também o regime contábil Lucro Real, suas apurações, obrigatoriedades etc. Foi observado que a carga tributária brasileira é onerosa tanto para a pessoa jurídica quanto para o consumidor final e que as empresas precisam entender o regime contábil em que estão inseridas, seus custos e tributações. Precisam, além disso, usar técnicas e métodos buscando sempre alcançar seu principal objetivo, ou seja, o lucro e perenidade no mercado. O presente artigo, de maneira eficaz evidenciou a gestão do preço de venda como diferencial competitivo. E, ainda, a busca do aprimoramento profissional para uma eficiente formação de preço, de tal forma que pague todos os custos e despesas, e ainda se obtenha lucro.

**Palavras-chave:** impacto tributário, preço de venda, lucro real, empresas.

---

<sup>1</sup> Orientanda

<sup>2</sup> Orientadora

## ABSTRACT

Determining the selling price is extremely important for the survival of organizations in the market. With the aim of determining the selling price in companies following the *Real Profit* accounting system, we studied fixed and variable costs, the IPI, PIS/COFINS and ICMS taxes, their incidence, obligatoriness and aliquots. We also conceptualized the *Real Profit* accounting system, its calculations, obligatoriness, and so forth. We observed that the Brazilian tax burden is onerous for both the legal entity and the final consumer and that companies need to understand the accounting system in which they follow, its costs and its taxation. They also need to use techniques and methods to achieve their main objective, that is, profit and permanence in the market. We have shown that the selling price management is a plus for competitiveness and also the correct way to determine it. The selling price needs to pay for all costs and expenses besides generating profit over the accounting year.

**Keywords:** tax impact, selling price, real profit, companies.

## INTRODUÇÃO

Já é de conhecimento dos profissionais oriundos de diversos segmentos do meio empresarial que a formação do preço de venda demanda muita perícia e cuidado ao ser desempenhada. Os profissionais que lidam diretamente com essa função sabem a importância de adquirir um conhecimento minucioso a respeito do assunto, pois um cálculo equivocados na sua formação pode acarretar um enorme prejuízo. Caso o erro persista isso pode agravar a possibilidade de insolvência da empresa.

As empresas que são tributadas em regime tributário por Lucro Real devem demandar ainda mais conhecimento, pois o lucro real é um dos mais complexos para as apurações contábeis. Como o próprio nome sugere, Lucro Real, o imposto de renda é determinado a partir do lucro contábil. Sendo assim, o Lucro Real se torna altamente burocrático, demandando mão de obra especializada e muita organização contábil, postulando pelo rigor e alíquota de PIS e COFINS mais onerosas. Nesse contexto, a tributação pelo Lucro Real é encerrada ao fim de cada trimestre ou ano do período de apuração. A empresa pode optar por fazer o encerramento da tributação em dois períodos: o trimestral e o anual. No final do



período de apuração os tributos devem ser pagos até o último dia do mês subsequente.

Em um ranking de cargas tributárias mundiais, brasileira é uma das mais elevadas, portanto, se torna muito onerosa para as empresas, que acabam repassando o desembolso para o preço de venda. De acordo com o artigo 3º do Código Tributário Nacional (CTN), um tributo é “toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada”. Ainda segundo o CTN, em seu artigo 5º, os tributos podem ser divididos em: impostos, taxas, contribuições, contribuições de melhoria, empréstimos compulsórios e contribuições para fiscais. A alta tributação brasileira causa um impacto direto na formação do preço de venda tornando o produto mais oneroso ao consumidor final.

Na presença de tantas dificuldades enfrentadas pelas empresas brasileiras no atual cenário econômico, conturbado e incerto, é importante buscar as informações necessárias para que se permaneça no mercado e se obtenha diferencial competitivo. Uma boa informação sobre formação de preço de venda, mesmo em empresas em regime contábil por Lucro Real, poderá ajudar nas transações empresariais fazendo com que a empresa ganhe robustez junto ao mercado por ela almejado.

Este artigo acadêmico de conclusão de curso tem por finalidade explorar e esclarecer uma boa formação do preço de venda nas empresas em regime contábil por Lucro Real, mostrando quais empresas podem optar por esse regime contábil e quais se enquadram obrigatoriamente. Serão evidenciados os principais tributos fiscais inerentes a essa modalidade, expondo de forma definida os custos que também são de grande relevância na formação do preço de venda e que, ao final do artigo, o objetivo de esclarecer seja alcançado com maestria.

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Metodologia é o trajeto criado para a produção de um estudo. Assim sendo, a metodologia usada para a produção desse artigo foi a pesquisa bibliográfica qualitativa. “A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores em documentos impressos, como

livros, artigos, teses” (SEVERINO, 2012, p.122). Foi feita uma pesquisa bibliográfica do tema em artigos publicados em periódicos científicos, no âmbito contábil e financeiro. Para complementar a pesquisa, livros científicos cuja temática seja de contabilidade tributária e financeira serão utilizados. De acordo com Severino (2012) a pesquisa bibliográfica usa dados ou categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registradas. Marconi e Lakato (2006, p. 17) salientam que

São várias fontes bibliográficas que podem ser usadas para achar uma resolução para a problemática, sendo elas: “[...] Materiais de imprensa escrita (jornais e revistas), meios audiovisuais (rádio, filmes e televisão) matéria cartográfica (mapas gráficos) e publicações (livros, teses, dissertações, publicações avulsas, artigos científicos de revista e jornais periódicos).

Os artigos foram revisados com o propósito de promover a elaboração de um texto que responda ao objetivo deste estudo que é: Saber o impacto tributário na formação do preço de venda em empresas em regime contábil por Lucro Real.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **PREÇO**

Preço é a quantidade monetária que se atribui à troca por um bem ou serviço. Segundo Machado et al.(2011, apud LAS CASAS, 2006),o preço ajuda a dar valor às coisas e representa uma troca pelo esforço feito pela empresa vendedora através da alocação de recursos, do capital e da mão-de-obra dos produtos comercializados.Em seguida, Machado et al.(2011) e Kotler e Armstrong (2007) conceituam preço como sendo a quantia em dinheiro que se cobra por um produto ou serviço, pois se refere à soma de todos os valores que os consumidores trocam pelos benefícios de obter ou utilizar um produto ou serviço.

No entanto, sua formação exige grande perícia. Lunkes (2007, p. 130) afirma que “determinar o preço de venda de produtos ou serviços é uma das decisões mais importantes que os gestores devem tomar” e complementa ao dizer que: O preço não pode ser muito alto, caso a demanda seja baixa, e nem muito baixo, caso a demanda seja alta, pois, em ambos os casos, poder-se-ia não contribuir para a

formação do lucro. Por sua vez, Cobra (2009, p.29) menciona: “O produto deve ser certo, deve estar no ponto certo e deve transferir a posse no preço certo”.

Conforme FEA/USP (2010), vários fatores influenciam os preços, tais como demanda concorrência, clima, sazonalidade etc. Bruni (2012) diz que uma das maneiras da definição do preço se define com base nos custos. Para Montoto (2012)

Custos são gastos em um bem ou serviço que será utilizado na produção, como matérias-primas, pessoal de produção e os diversos gastos de uma fábrica, assim como os fretes e os seguros para receber estas materias primas. Também e um custo o que aplicamos na aquisição de produtos para revenda.

Leone (2012) afirma que existem vários tipos de custos sendo cada um utilizado para atender diferentes finalidades da administração. Desse modo, uma boa compreensão de custos fixos e variáveis fornece importantes informações, inclusive para o planejamento e controle dos custos da empresa. Leone (2012) deixa claro que, para melhor compreensão de custos fixos e variáveis, podemos chamá-los de não evitáveis e evitáveis.

## **TIPOS DE CUSTOS**

Já notamos nos tópicos acima que existem vários tipos de custos, cada um com sua aplicabilidade. Todavia, os custos que evidenciaremos são os custos fixos e os custos variáveis, dos quais precisamos para auxiliar a formação do preço de venda.

### **CUSTOS FIXOS**

Custos fixos são aqueles que não são afetados pela variação de venda, ou seja, mesmo que a empresa venda pouco ou preste poucos serviços continuarão os mesmos. Para Leone (2012) os custos fixos ou não evitáveis são aqueles que aparecerão de qualquer modo em qualquer circunstância, ou seja, são aqueles que não serão eliminados. Martins (2010) ressalta que é preciso dizer que o valor do custo fixo depende do volume de produção, pois, aumentando a produção o custo fixo por unidade se torna baixo, e vice-versa. Todavia, o valor do custo fixo não se modifica, porém quanto maior ou mais diversificada for a produção, menor será a percepção na formação de preço. Para Crepaldi e Crepaldi (2014, p. 132)

Custos fixos são aqueles que não variam diretamente com o volume da produção. Exemplos: aluguel de fábrica, salários de gerentes honorário da diretoria etc. e tem as seguintes características:

- O volume total é fixo dentro de certo intervalo de produção;
- Diminuem, unitariamente, à medida que aumenta o volume de produção; e
- Seu controle depende de níveis superiores da administração.

Gráfico 1 – Custos fixos em relação à quantidade produzida X valor de produção.



Fonte: (GODOIS, 2011), gráfico custo fixo

Exemplo de cálculo de custos fixos.

A empresa FICTÍCIA possui gastos mensais de R\$ 80.000,00 com aluguel da fábrica, R\$ 150.000,00 referentes a salários dos gerentes e honorários da diretoria e possui uma produção de 1.000.000,00 de unidades.

Calculando o custo fixo de maneira simples:

Primeiro, somam-se os custos

$$80.000,00 + 150.000,00 = 230.000,00$$

Em seguida, calcula-se o valor total dos custos dividindo-o pelas unidades da produção:

$$230.000,00 / 1.000.000,00 = 0,23$$

Ou seja, o custo médio fixo por unidade produzida é R\$ 0,23.

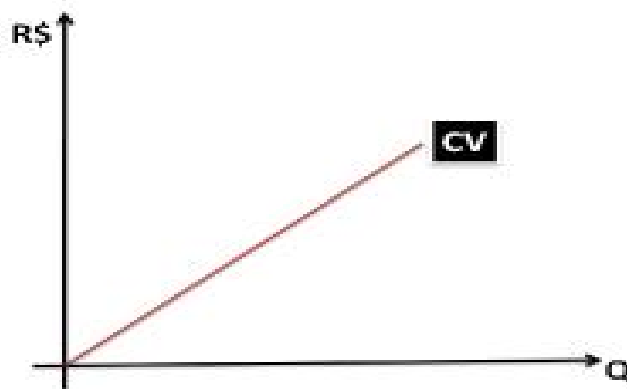
## CUSTOS VARIÁVEIS

Como o próprio nome já expressa custos variáveis ou evitáveis nada mais são que os custos que podem ser mutáveis. Maher (2001) nos explica que custos variáveis são custos que se alteram na proporção direta em que se altera o volume no âmbito de um intervalo considerável da atividade. Crepaldi e Crepaldi (2014, p.133) expressam a definição de custos variáveis como sendo:

São aqueles que variam diretamente com a produção. Exemplos: mão de obra direta, matéria prima e comissão de venda. Tem as seguintes características:

- Variam no total em proporção direta ao volume de atividades;
- Permanecem constantes do ponto de vista unitário, ainda que varie o volume de produção;
- Podem ser apropriados com precisão aos produtos; e
- O controle de seu consumo e incorrências e de responsabilidade dos níveis inferiores da administração.

Gráfico 2 – Custos variáveis em relação à quantidade produzida X valor de produção.



Fonte:(GODOIS, 2011), gráfico custo variável

Exemplo de cálculo de custos variáveis.

A empresa FICTÍCIA possui gastos no mês de setembro de 2016 de R\$30.000,00 com mão de obra direta, R\$164.000,00 com matéria-prima e as

comissões de vendas referentes ao mês de agosto foram de R\$37.000,00. A produção alcançou 1.000.000,00 de unidades.

Calculando os custos variáveis de maneira simples:

Primeiro somam-se todos os custos apurados no período citado.

$$30.000,00+164.000,00+37.000,00= 231.000,00$$

Em seguida calcula-se o valor dos custos fixos dividindo-o por unidade.

$$231.000,00/1.000.000,00= 0,231$$

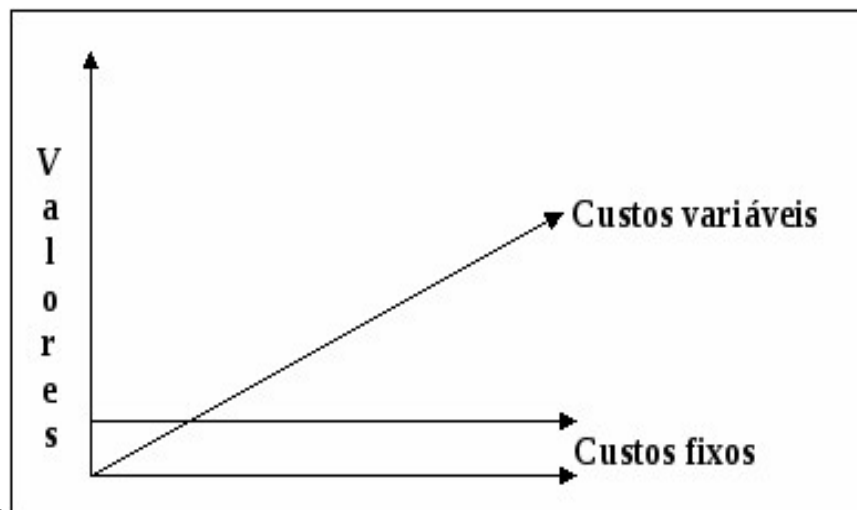
Ou seja, o custo médio variável para a produção de setembro de 2016 será de R\$ 0,231 por unidade.

Podemos nessa etapa, somar o custo fixo encontrado no exemplo anterior com o custo variável para saber seu custo total de produção.

$$0,23+0,231= 0,461$$

Nesse caso, os custos totais da empresa FICTÍCIA foram de R\$0,461 por unidade produzida, até o momento.

Gráfico 3: Custo fixo,custo variável em relação à quantidade produzida X valor de produção



Fonte: (PINTO JUNIOR, 2005)

## LUCRO REAL

Duas das maiores apatias dos empreendedores são as questões burocráticas e tributárias. As tributárias quase sempre são cheias de normas, regras, processos e manuais, ocasionando frequentemente grande confusão e atingindo até mesmo os

profissionais da área. Uma dessas tributações é a de regime contábil por Lucro Real que, simplificada, é onde o imposto de renda e a contribuição social são deduzidos do lucro ou do prejuízo da empresa. De acordo com Oliveira et al (2013, p 188) “contabilmente falando, pode-se concluir que o lucro real é aquele realmente apurado pela contabilidade.” Bruni (2012) explica lucro real como sendo o cálculo da receita menos gastos e o resultado é o lucro real; sobre esse lucro real incidem imposto de renda e contribuição social. Existe também a possibilidade de prejuízo fiscal na apuração. Diante dessa hipótese a empresa não terá que arcar com os pagamentos de imposto de renda e Contribuição Social sobre Lucro Líquido (CSLL). Contudo, esse regime contábil não é tão simples quanto se pensa, colocando os empresários em situação totalmente oposta ao desejado que seria de controle empresarial. As empresas obrigadas a aderirem a essa modalidade apresentam as seguintes características de acordo com Favero et al (2007):

- Cujas receitas totais excederem no ano anterior o valor anual fixado pela receita federal.
- Constituída na forma de sociedade por ações de capital aberto;
- Cujas atividades sejam bancos (comerciais, de investimento, de desenvolvimento) caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedade de crédito imobiliário, sociedade corretora de títulos, valores imobiliários e câmbio, distribuidoras de títulos e valores imobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta;
- Que se dediquem à compra e à venda, ao loteamento, à incorporação ou à construção de imóveis e à execução de obras de construção;
- Que tenham sócio ou acionista residente ou domiciliado no exterior;
- Constituídas sob qualquer forma societária, de cujo capital participem entidades de administração pública, direta ou indireta. Federal, estadual ou municipal;
- Que sejam filiais, sucursais, agências ou representações, no país, de empresas com sede no exterior;
- Que sejam autorizadas pela lei tributária, queiram usufruir de benefícios fiscais relativos à isenção ou redução do imposto de renda;
- Que tenham lucros, rendimentos ou ganhos de capital, oriundos do exterior, entre outras.

A pessoa jurídica que não se enquadre nas regras de obrigatoriedade também pode aderir ao regime tributário por lucro real. Isso é feito pelo primeiro pagamento de IRPJ (Imposto de Renda de Pessoa Jurídica) sendo irrevogável para todo o ano calendário, sendo que no ano seguinte poderá converter a opção contanto que não tenha obtido a obrigatoriedade.

## **APURAÇÕES**

As apurações do lucro real são extremamente complexas para que sejam evitadas sonegações fiscais. Oliveira et. al (2013, p. 188) diz que “a apuração do lucro real envolve maior complexidade na execução das rotinas contábeis e tributárias.”

De acordo com Favero et. al (2007 p 156) “a apuração do lucro real e feita na parte A do Livro de Apuração do Lucro Real (Lalur), mediante ajustes através de adições e exclusões ao lucro líquido do período base compensações de prejuízos fiscais autorizadas pela legislação do imposto de renda”. Nesse contexto, podem ser considerados os apontamentos de Oliveira et. al (2013) para quem uma rigorosa observância dos princípios contábeis, a constituição das provisões necessárias, a complementação de escrituração contábil e fiscal escrituração de um conjunto de livros fiscais e contábeis, a preparação das demonstrações contábeis, entre outras, são procedimentos corriqueiros do contador para sua apuração.

Fabretti (2015, p. 228) complementa dizendo que “apurado o lucro líquido ele é transportado para Lalur e ajustado mediante as adições, exclusões e compensações determinadas por lei apurando-se o lucro real (lucro líquido (IR) + adições – exclusões – compensações = lucro real).” As adições, exclusões e compensações devem ser observadas com bastante criteriosidade, pois são muito importantes para a apuração final.

Favero et. al (2007, p. 156) menciona que as adições são valores contabilizados pela empresa cuja dedutibilidade não esteja prevista na legislação. Fabretti (2015) explica que as adições se referem às despesas contabilizadas pela empresa, mas que não são admitidas e nem limitadas pela lei como, por exemplo, multas por infrações fiscais, compras com cupons fiscais. As exclusões, de acordo com Fabretti (2015), são valores que a lei permite diminuir do lucro líquido para



efeito fiscal. Favero et al (2007) citam como exemplo a venda para recebimento a longo prazo de ativos pertencentes ao ativo imobilizado.

Assim, permite-se a compensação de prejuízos anteriores. De acordo com Fabretti (2015, p. 228) podem ser compensados os prejuízos fiscais dos períodos-base anteriores.

A forma de apuração do IRPJ e da CSLL tem a possibilidade de acontecer em duas formas na modalidade de lucro real. A primeira é a trimestral onde a apuração poderá ser feita nos últimos dias dos meses de março, junho, setembro e dezembro. O resultado será apurado mediante os levantamentos contábeis, de acordo com as normas estabelecidas. Oliveira et al (2013) informam como será calculada mediante a aplicação da alíquota. Neste contexto, tem-se a alíquota normal de 15% sobre totalidade da base de cálculo, ou seja, 15% do lucro real e alíquota adicional de 10% sobre a parcela base de cálculo que exceder o limite de R\$ 60.000,00. Dentre as deduções do valor do imposto estão os incentivos fiscais, o Imposto de Renda pago ou retido na fonte e o saldo de imposto pago a mais ou indevidamente em períodos anteriores (OLIVEIRA et al, 2013).

A segunda opção seria a apuração do Lucro Real Anual, no qual a empresa recolherá o IRPJ e a CSLL com base em suas receitas brutas e acréscimos ou com apoio nos seus balanços acumulados de redução ou suspensão e serão feitas estimativas para definir o valor apurado em 31 de dezembro. As regras para o pagamento da alíquota não se diferem da apuração trimestral, porém, de acordo com Oliveira et. al (2013), o Imposto de Renda pago mensalmente poderá ser calculado pelas estimativa de base de cálculo mediante aplicações de percentuais específicos, receita bruta das inclusões e exclusões.

## **TRIBUTOS**

A palavra tributo nos remete à ideia de obrigação e significa o de verde pagamento de imposto, taxa ou contribuição. De acordo com o artigo 3º do CTN (Código Tributário Nacional) um tributo "é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada." Os empresários devem pagar os tributos, pois é o custo por manter uma atividade empreendedora. Esse pagamento é para atender as necessidades da

população e do próprio estado. O imposto é a contribuição arrecadada pela União, Estados, Distrito federal e municípios para atender a necessidades públicas. Oliveira et al (2013, p. 5) descreve imposto como uma forma de cobrança “que decorre de uma situação geradora independentemente de qualquer contraprestação do estado em favor do contribuinte”. Já a taxa é um tributo pago e utilizado diretamente a um serviço prestado, por exemplo, coleta de lixo ou iluminação pública. Oliveira et al (2013) mencionam que a taxa é o que está vinculado à utilização, por parte do contribuinte, de serviços públicos específicos e divisíveis. A contribuição de melhoria é cobrada pelo custo de obras públicas em que o cidadão pagador será beneficiado diretamente com a valorização de um imóvel, por exemplo, o asfaltamento da rua que passa em frente à porta de sua empresa. Ainda de acordo com Oliveira et al (2013, p. 5) contribuições de melhoria “são cobradas quando do benefício trazido aos contribuintes por obras públicas”. Os principais tributos que incidem diretamente com o preço de venda são o IPI, COFINS, que são impostos federais, e o ICMS, que é um imposto estadual.

## IPI

O IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) é cobrado tanto nos produtos industrializados quanto em importados. Esse imposto é nacional e incide diretamente no valor dos produtos que compramos, Oliveira et al (2014, p. 100) cita o decreto nº7.212/10 (RIPI/10) que afirma que “IPI incide sobre produtos nacionais e estrangeiros que foram industrializados ou importados é de competência da União e tem suas disposições regulamentadas”. Sua incidência também poderá ocorrer em leilões de produtos apreendidos ou abandonados. Sua alíquota muda conforme o produto. (OLIVEIRA et. al, 2014, p.100) afirmam que “esse tributo deve atender o princípio da seletividade o que, em outras palavras, significa taxar o produto proporcionalmente à sua essencialidade”. Sua alíquota possui tarifas mais altas se o produto for supérfluo como é o caso de produtos como cigarros e carros enquanto que em produtos de primeira necessidade essa tarifa é menor. No segundo grupo podemos citar os alimentos, vestuários entre outros.

Os chamados produtos supérfluos tais como perfumes, bebidas finas etc., ou até nocivos à saúde, como cigarros, por exemplo, devem receber elevada taxaço pelo IPI, enquanto os produtos essenciais

ou populares recebem taxaço mais baixa. [...] A taxaço varia de acordo com a política do governo de apoio ao subsídio a determinados setores. Por exemplo, o governo pode reduzir as alíquotas de IPI para a produ o de máquinas agrícolas, visando subsidiar a agricultura, buscando com isso o barateamento dos alimentos para a popula o, ou isentar o setor de produ o de bens de capital para fortalecer determinado setor industrial.(OLIVEIRA et. al, 2014, p. 100)

Fabretti (2015 p 127) esclarece que são “classificados como bens de capital as máquinas e equipamentos utilizados na produ o e dos produtos industrializados”. Para a incidência do IPI o fato gerador, de acordo com Fabretti (2014),tem o desembaraço aduaneiro de produto de procedência estrangeira ou a saída de produto do estabelecimento industrial ou equiparado a industrial. Por ser um imposto federal somente poderá ser instituído ou modificado pela União.

## PIS/COFINS

**PIS (Programa de Integra o Social)**   uma **contribui o tributária** de caráter **social utilizada** para financiar o pagamento do seguro-desemprego, do abono e da participa o na receita dos órgãos e entidades, tanto para os trabalhadores de empresas públicas ou privadas. Fabretti (2015) descreve que o fato gerador   o faturamento mensal da pessoa jurídica, independente de sua classifica o contábil.

A Contribui o Social sobre o Faturamento (COFINS), como o próprio nome indica, tem como o objetivo financiar a Seguridade Social e, além de tributo federal,   uma contribui o social aplicada sobre o valor bruto apresentado por uma empresa. Oliveira et al (2014) complementa ao dizer que “  um tributo que incide sobre o faturamento mensal das pessoas jurídicas ou a ela equiparadas”.Os autores mencionados expõem que a alíquota da COFINS pode ser de 7,6% para pessoas jurídicas em regime contábil por Lucro Real e de 3% para pessoas em regimes contábeis Lucro Presumido e Arbitrado optantes pelo Simples Federal. Fabretti (2015) complementa mencionando que essas alíquotas correspondem   regra geral, visto que existem outros setores aos quais se aplica outro regime de alíquotas.

Em alguns casos a alíquota pode ser zerada, o que não implica isen o ou não aplica o e, assim, tem-se um indicador de uma política provisória que tem como objetivo a compra de um determinado serviço ou produto.

## ICMS

Imposto de Circulação de Mercadoria e Prestações de Serviços de Transporte e Telecomunicação (ICMS) “é um imposto estadual, portanto, somente quem tem competência para instituí-lo são os governos dos Estados e do Distrito Federal, conforme previsão no art.155, II, da Constituição Federal de 1988” (OLIVEIRA et. al, 2014, p. 60) e cada estado possui uma tabela de valor. Não importa se a venda da mercadoria foi efetivada ou não, o que importa é que houve a circulação e isso é cobrado. Oliveira et. al (2014) acrescentam ao explicar que a simples movimentação da mercadoria é o fato gerador, a tributação está diretamente relacionada à circulação de mercadoria, ou seja, mesmo que se esteja efetuando a doação de mercadoria ocorrerá a incidência do ICMS. Nesse contexto, será através de nota fiscal ou cupom fiscal que o imposto será calculado e arrecadado pelo governo. Oliveira et. al (2014, p. 66) acrescentam que “no ato da compra de qualquer mercadoria o ICMS já estará incluso no preço que será pago ao fornecedor”. O ICMS é tributado de acordo com a essencialidade do produto, menor nos produtos essenciais e maior nos supérfluos.

## **FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA**

Toda complexidade na formação do preço de venda exige que a empresa disponha de profissional hábil para desempenhar tal função. Para Martins (2010) são bastante importantes e interessantes as discussões sobre o processo decisório no aspecto ligado à administração do preço de venda. A empresa, em regime contábil por Lucro Real, exige ainda mais desse profissional, por suas exigências junto ao fisco.

O preço de venda é um fator que influencia o cliente em suas decisões de compra, pois, em mercados com um grande número de concorrentes, as empresas precisam ter certeza de que estão oferecendo a melhor oferta sem perder a lucratividade. Basicamente, a formação do preço de venda pode ser simplificada pela equação  $\text{Custos} + \text{Lucro} + \text{Tributos} = \text{Preço de Venda}$ .

A fim de obter maior conhecimento Fabretti (2015, p. 193) explica que os tributos sobre a venda incidem sobre o preço final de venda e não sobre a receita líquida.

Figura 1: Formação do preço de venda

INSUMOS	\$ 270.000
– ICMS 18%	(\$ 48.600)
– PIS/Cofins	<u>(\$ 24.975)</u>
<b>Custo líquido dos Insumos</b>	<b>\$ 196.425</b>
Mão de obra	\$ 176.350
Despesas Gerais de Fabricação	
30.000 – 2.775	\$ 27.225
<b>Custo de Produção</b>	<b>\$ 400.000</b>
Despesas Operacionais	\$ 214.833
<b>Custo Comercial</b>	<b>\$ 614.833</b>
Lucro Operacional 20%	\$ 122.967
<b>Receita Líquida de Vendas</b>	<b>\$ 737.800</b>
ICMS 18%	\$ 178.200
PIS/Cofins (60.800 + 13.200)	\$ 74.000
<b>Preço de Venda</b>	<b>\$ 990.000</b>

Fonte: (FABRETTI 2015 p. 331)

Podemos observar, nas imagens acima, o quanto a carga tributária pesa no valor final dos produtos e, por isso, a percepção de valor deve vir antes do preço.

O peso na formação do preço de venda pode ser gravado em caso da substituição tributária onde o ICMS será retido passando o peso desse valor do distribuidor para o varejista até o consumidor final.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo geral demonstrar a importância da formação de preço e as dificuldades de tal empreendimento. Nesse caso, é importante saber

quais são os fatores que influenciam nesta formação para que não ocorram prejuízos, pois se sabe que o preço de venda ideal é aquele que cobre todos os custos e despesas, restando ainda o Lucro Líquido. É preciso perícia e sempre estar informado visando-se, assim, ao objetivo de chegar à precificação correta. Para alcançar tal objetivo proposto, identificamos os principais elementos que compõem o preço, a diferença entre custos fixos e variáveis. Erros na formação do preço de venda atingem todo o mercado até o consumidor final. Por isso, os fatores influenciadores são inúmeros, além dos custos e dos tributos. Entre os fatores estão o mercado, a competitividade, a velocidade de informações, o valor percebido, entre outros. O preço, além de justo para o consumidor, deve garantir a sobrevivência empresarial. De forma básica, a formação do preço de venda foi feita demonstrando-se ainda que o valor deverá cobrir os gastos necessários para a exposição do produto ao alcance do consumidor, obtendo-se lucro o desejado. Os profissionais estão cada vez mais em busca de informações que os ajudem a alavancar suas atividades empresariais. Torna-se, portanto, necessário, conhecer e buscar se informar sobre o fisco, sobre regimes contábeis, etc. Enfim, o que se conclui é que a formação do preço de venda, além de ser calculada da forma correta, dispõe de tributos que acabam ficando mais onerosos e o valor é repassado ao consumidor final. Porém, o problema não é a onerosidade fiscal ou tributária e sim o retorno ao empresário e ao cidadão comum, na condição de consumidor final.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Código tributário nacional. **Sistema Tributário Nacional**. 1966. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5172](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5172) Compilado.htm>. Acesso em: 27 set. 16.

BRASIL. Consolidação das Leis do Trabalho - CLT. Subchefia Para Assuntos Jurídicos (Comp.). **Disposições Preliminares**. 2016. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm)>. Acesso em: 26 out. 16.

BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de Custos, Preços e Lucros**: com aplicações na HP12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2012.407p.

COBRA, Marcos. **Marketing Básico**. São Paulo: Atlas, 2009. 552 p.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade Gerencial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 444 p.

FABRETTI, Laudio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2015. 384 p.

FAVERO, Hamilton Luiz et al. **Contabilidade: Teoria E Prática**. São Paulo: Atlas, 2007. 435 p.

FEA/USP, Equipe de Professores da. **Contabilidade Introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GODOIS, Jose Venâncio. **Produtividade**. 2011. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAepvgAH/produtividade>>. Acesso em: 13 set. 2016.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: Análise, Planejamento, Implementação e Controle**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 726 p. (9).

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos Planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 518 p.

LUNKES, Rogério João. **Contabilidade gerencial: Um Enforque na Tomada de Decisão**. Florianópolis: Visual Books, 2007. 234 p. (1).

MACHADO, Carolina de Mattos Nogueira et al. **Os 4 P's do Marketing: uma Análise em uma Empresa Familiar do Ramo de Serviços do Norte do Rio Grande do Sul**. 2011. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/32016481.pdf>>. Acesso em: 12 set. 16.

MAHER, Michael. **Contabilidade de custos: criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001. 905 p.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, S. E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 370 p.

OLIVEIRA, Luis Martins de et al. **Manual De Contabilidade Tributária: Textos E Testes**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 423 p.

OLIVEIRA, Luís Martins de et al. **Manual de contabilidade tributária**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 417p.

PINTO JÚNIOR, Glênio do Couto. **Apostila de Elementos de Custos**. 2005. Disponível em: <<http://www.ebah.com.br/content/ABAAAba0AG/apostila-elementos-custos>>. Acesso em: 13 set. 2016.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez Editora, 2012. 304 p.

## ENDEREÇO DE CORRESPONDÊNCIA

**Autora Orientanda:**

Cláudia Rafaela Marques Magalhães  
Rua: 12– nº 181 – Residencial Quebec  
(34) 99656-4230  
claudiarafaelalg@hotmail.com

**Autor Orientador:**

André Augusto Locatelli  
Rua Major Gote 1408 -Centro – Patos de Minas/MG  
(34) 3818-2300  
[andreaugustolocatelli@gmail.com](mailto:andreaugustolocatelli@gmail.com)



## DECLARAÇÃO DE AUTORIZAÇÃO

Autorizamos a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Patos de Minas, 17 de novembro de 2016

---

Cláudia Rafaela Marques Magalhães – autora orientanda

---

André Augusto Locatelli– autor orientador