

ANÁLISE DA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA E SUA RELAÇÃO COM A MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO: UM ESTUDO DE CASO EM UM POSTO DE COMBUSTÍVEIS EM ANDIRÁ/PR

**ANALYSIS OF SALES PRICE FORMATION AND ITS RELATIONSHIP WITH
CONTRIBUTION MARGIN: A CASE STUDY OF A FUEL RETAIL STATION IN
ANDIRÁ, PARANÁ, BRAZIL**

Ciências Sociais Aplicadas • 21/09/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/789962647](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/789962647)

Aline Bruna Magioli¹

Edson Dias²

RESUMO

A formação do preço de venda constitui uma decisão relevante para a gestão de empresas do setor de revenda de combustíveis, especialmente diante das variações nos custos de aquisição e das condições de mercado. Este estudo teve como objetivo analisar a formação do preço de venda e sua relação com a margem de contribuição dos combustíveis comercializados por uma empresa localizada em Andirá/PR, identificada como Empresa Alfa. A pesquisa caracteriza-se como aplicada e descritiva, desenvolvida por meio de estudo de caso, com abordagem qualitativa e quantitativa. Foram analisados dados gerenciais referentes ao exercício de 2025, obtidos por meio de relatórios internos e entrevista não estruturada com o gestor da empresa. Consideraram-se as vendas de gasolina comum, gasolina aditivada, etanol hidratado, óleo diesel S10 e óleo diesel S500, contemplando receitas, custos de aquisição e despesas variáveis. Os resultados demonstraram que o custo de aquisição constitui a principal referência para a formação dos preços, com acréscimo aproximado de 15%, enquanto condições de mercado e negociações também interferem nos preços praticados. A margem de contribuição totalizou R\$ 1.877.916,02, correspondente a 13,93% da receita. Concluiu-se que a formação do preço e a margem de contribuição estão relacionadas, mas não são medidas equivalentes.

Palavras-chave: Formação do preço de venda; Margem de contribuição; Contabilidade gerencial; Gestão de custos; Precificação.

ABSTRACT

Sales price formation is an important management decision for companies in the fuel retail sector, particularly due to fluctuations in acquisition costs and market conditions. This study aimed to analyze sales price formation and its relationship with the contribution

margin of fuels sold by a company located in Andirá, Paraná, Brazil, identified as Empresa Alfa. The research is characterized as applied and descriptive and was conducted as a case study using a qualitative and quantitative approach. Management data for 2025 were analyzed based on internal reports and an unstructured interview with the company manager. Sales of regular gasoline, additized gasoline, hydrated ethanol, S10 diesel, and S500 diesel were considered, including sales revenue, acquisition costs, and variable expenses. The results showed that acquisition cost is the main reference used in price formation, with an approximate 15% increase, while market conditions and negotiations also influence the prices charged. The total contribution margin amounted to R\$ 1,877,916.02, corresponding to 13.93% of sales revenue. It was concluded that sales price formation and contribution margin are related but are not equivalent measures.

Keywords: Sales price formation; Contribution margin; Management accounting; Cost management; Pricing.

1. INTRODUÇÃO

A revenda varejista de combustíveis exerce papel estratégico na economia brasileira ao assegurar o abastecimento de veículos utilizados no transporte de pessoas e mercadorias, atividade indispensável para o funcionamento dos diferentes setores produtivos. A dimensão desse mercado evidencia sua relevância econômica: ao final de 2024, o Brasil contava com 44.678 postos revendedores de combustíveis automotivos autorizados pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP, 2025). Apesar de consolidado, esse segmento caracteriza-se por intensa regulamentação, elevada carga tributária e constantes oscilações nos custos de aquisição dos combustíveis, circunstâncias

que tornam particularmente complexas as decisões relacionadas à formação do preço de venda e à manutenção da rentabilidade dos postos revendedores.

A complexidade da formação do preço de venda nesse segmento decorre de fatores que extrapolam a estrutura interna das empresas. Ao caracterizarem o setor brasileiro de distribuição de combustíveis, Pereira e Oliveira (2013) destacam aspectos estratégicos e competitivos que ajudam a compreender a dinâmica do mercado. Sob a perspectiva da concorrência entre postos revendedores, Sampaio e Sampaio (2013) verificaram que o aumento do número de estabelecimentos modifica a intensidade competitiva, enquanto Vogt e Lucinda (2017) demonstraram que a competição local é mais relevante para explicar a dispersão dos preços do que os custos de procura enfrentados pelos consumidores. Em conjunto, esses estudos indicam que, embora o preço de venda seja definido pelo posto revendedor, a decisão é tomada em um ambiente condicionado por fatores concorrenciais e estruturais.

Nesse cenário, a definição do preço de venda deixa de representar apenas uma decisão comercial e passa a constituir um elemento determinante para o equilíbrio entre competitividade e rentabilidade. A adoção de preços que não reflitam adequadamente a estrutura de custos da empresa pode comprometer a cobertura dos gastos operacionais, reduzir a rentabilidade e dificultar a sustentabilidade do negócio ao longo do tempo. Assim, compreender os fatores que influenciam a precificação torna-se essencial para que as organizações conciliem as exigências impostas pelo mercado com seus objetivos econômicos.

A necessidade de conciliar essas variáveis evidencia a importância da utilização de informações gerenciais capazes de subsidiar o processo decisório. Jiambalvo (2009) argumenta que a Contabilidade Gerencial tem como finalidade fornecer informações que apoiem o planejamento, o controle e a tomada de decisões nas organizações. Entretanto, a qualidade dessas decisões depende da compreensão da estrutura dos gastos empresariais. Sob essa perspectiva, Martins (2018) destaca que a Contabilidade de Custos permite identificar, mensurar e analisar os custos relacionados às operações da empresa, produzindo informações indispensáveis para decisões relacionadas ao controle dos gastos, à formação do preço de venda e à avaliação do desempenho econômico. Dessa forma, a Contabilidade de Custos fornece a base informacional sobre a qual a Contabilidade Gerencial estrutura o processo decisório.

Entre os instrumentos decorrentes dessa integração destaca-se a margem de contribuição. Padoveze (2010) afirma que esse indicador permite identificar quanto cada produto contribui para a cobertura dos custos e despesas fixas e, posteriormente, para a geração do lucro, constituindo importante suporte às decisões relacionadas ao preço de venda, ao planejamento operacional e ao mix de produtos. Ao complementar a análise dos custos proposta por Martins (2018), a margem de contribuição possibilita avaliar não apenas quanto custa comercializar determinado produto, mas também qual é sua efetiva participação na geração dos resultados da empresa.

Embora Jiambalvo (2009), Martins (2018) e Padoveze (2010) demonstrem que a Contabilidade Gerencial e a Contabilidade de Custos oferecem instrumentos capazes de orientar decisões relacionadas à formação do preço de venda e à análise da rentabilidade, a realidade enfrentada pelos postos revendedores

evidencia que a aplicação desses instrumentos ocorre em um ambiente fortemente influenciado pelas condições do mercado. Conforme discutem Pereira e Oliveira (2013), Sampaio e Sampaio (2013) e Vogt e Lucinda (2017), a dinâmica concorrencial do setor frequentemente exige que os gestores conciliem critérios técnicos de precificação com fatores externos, como o comportamento dos concorrentes e as características do mercado local. Diante dessa realidade, torna-se relevante compreender de que maneira ocorre a formação do preço de venda em um posto de combustíveis e como essa decisão repercute sobre a margem de contribuição obtida com a comercialização dos combustíveis.

Diante desse contexto, estabelece-se o seguinte problema de pesquisa: qual é a relação entre a formação do preço de venda e a margem de contribuição em um posto de combustíveis localizado no município de Andirá/PR?

Considerando as características do setor de revenda de combustíveis e os pressupostos apresentados pela literatura, parte-se da hipótese de que a formação do preço de venda é influenciada predominantemente pelas condições competitivas do mercado, enquanto a margem de contribuição constitui um indicador relevante para avaliar a contribuição econômica dos combustíveis comercializados e subsidiar o processo de tomada de decisões gerenciais.

O objetivo geral desta pesquisa consiste em analisar a formação do preço de venda e sua relação com a margem de contribuição dos combustíveis comercializados em um posto localizado no município de Andirá, Paraná, identificado neste estudo como Empresa Alfa, preservando sua identidade organizacional.

Para alcançar esse objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- identificar os gastos fixos e variáveis considerados na análise da atividade de comercialização dos combustíveis pela Empresa Alfa;
- verificar os critérios utilizados pela empresa para a formação do preço de venda dos combustíveis;
- calcular a margem de contribuição dos combustíveis comercializados;
- avaliar a relação entre a formação do preço de venda e a margem de contribuição dos combustíveis comercializados.

A realização deste estudo justifica-se por sua contribuição tanto para o desenvolvimento acadêmico quanto para a prática empresarial. Sob a perspectiva científica, a pesquisa busca ampliar as discussões sobre a aplicação da Contabilidade Gerencial e da Contabilidade de Custos na formação do preço de venda e na análise da margem de contribuição em empresas do setor de combustíveis. No âmbito organizacional, pretende-se fornecer informações que auxiliem gestores na avaliação de suas estratégias de precificação e na utilização de indicadores gerenciais como suporte ao processo decisório, contribuindo para uma análise mais consistente da rentabilidade dos combustíveis comercializados.

Quanto aos aspectos metodológicos, esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e quantitativa. O estudo utilizou dados gerenciais referentes ao exercício de 2025 da Empresa Alfa, obtidos por meio da

análise de documentos internos, relatórios gerenciais, registros de vendas, informações relativas à estrutura de custos e demais dados operacionais necessários ao desenvolvimento da pesquisa. A partir dessas informações, foi analisada a relação entre a formação do preço de venda e a margem de contribuição dos combustíveis comercializados, buscando compreender como esses elementos se relacionam com os resultados da empresa estudada.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Contabilidade Gerencial e Contabilidade de Custos

A Contabilidade Gerencial está relacionada à produção e utilização de informações destinadas às necessidades internas da organização. Para Jiambalvo (2009), essas informações auxiliam os gestores na avaliação das alternativas disponíveis e na escolha de ações compatíveis com os objetivos da empresa. Padoveze (2010) acrescenta que a Contabilidade Gerencial está associada às atividades de planejamento, controle e avaliação de desempenho, permitindo acompanhar os resultados e analisar as consequências das decisões adotadas. Nesse sentido, sua utilidade não está apenas na mensuração dos fatos ocorridos, mas na interpretação das informações econômicas de acordo com as necessidades da gestão.

A Contabilidade de Custos integra esse processo ao possibilitar a identificação e a análise dos recursos consumidos nas atividades empresariais. Martins (2018) explica que, embora sua origem esteja relacionada às necessidades de mensuração dos estoques e apuração do resultado, a Contabilidade de Custos passou a assumir uma função gerencial mais ampla, especialmente diante da necessidade de controle e avaliação das operações. O conhecimento

dos custos permite compreender a composição dos gastos relacionados às atividades e estabelecer parâmetros para a avaliação da rentabilidade, do controle das operações e da formação do preço de venda. A evolução apresentada por Martins (2018) evidencia, portanto, que a informação de custos deixou de ter finalidade exclusivamente contábil para assumir importância na análise econômica das atividades empresariais.

A gestão de custos amplia essa análise ao considerar não apenas o valor dos gastos, mas também a forma como os recursos são utilizados pela organização. Bornia (2019) relaciona a gestão de custos à identificação de desperdícios, ao aperfeiçoamento dos processos e à busca por maior eficiência na utilização dos recursos. Sob essa perspectiva, conhecer os custos permite avaliar onde os recursos estão sendo empregados e identificar situações que podem comprometer o desempenho da empresa. A análise deixa, assim, de se concentrar exclusivamente no quanto foi gasto e passa a considerar também como os recursos são consumidos e quais efeitos esse consumo produz sobre a atividade empresarial.

Para essa finalidade, a classificação dos gastos de acordo com seu comportamento constitui um aspecto relevante da análise de custos. Martins (2018) diferencia os custos fixos e variáveis a partir de seu comportamento em relação ao volume de atividade. Os custos fixos tendem a permanecer constantes dentro de determinada faixa de atividade, enquanto os custos variáveis apresentam comportamento associado às alterações no nível de atividade. Padoveze (2010) destaca que essa classificação contribui para a compreensão do comportamento dos gastos e para a análise dos efeitos provocados por mudanças no nível de operações. Essa distinção é especialmente importante em atividades comerciais, nas

quais diferentes volumes de vendas podem produzir efeitos distintos sobre os custos associados à comercialização.

A classificação entre custos fixos e variáveis também permite compreender que o desempenho econômico de uma empresa não pode ser avaliado somente a partir do faturamento obtido. A relação entre o volume comercializado, os custos associados à atividade e os demais gastos necessários à operação influencia a capacidade de cada produto de contribuir para a cobertura da estrutura da empresa. Essa distinção torna-se particularmente relevante para a análise da margem de contribuição, pois permite identificar quanto da receita permanece após a dedução dos gastos variáveis e pode ser destinado à cobertura dos gastos fixos e à formação do resultado.

A contribuição da Contabilidade Gerencial e da Contabilidade de Custos para a gestão, portanto, está relacionada à capacidade de transformar os dados econômicos das operações em elementos que permitam interpretar a estrutura dos gastos e seus efeitos sobre o desempenho empresarial. Jiambalvo (2009), Martins (2018), Padoveze (2010) e Bornia (2019), embora abordem a questão sob perspectivas distintas, convergem quanto à importância da informação contábil para a compreensão das operações e para o acompanhamento dos resultados. A análise dos custos, nesse sentido, permite compreender não apenas os valores envolvidos nas atividades, mas também o comportamento desses gastos e seus efeitos sobre o desempenho econômico da organização.

2.2. Formação do Preço de Venda

A formação do preço de venda representa uma das decisões mais relevantes da gestão empresarial por influenciar diretamente o

desempenho econômico das organizações. Bruni e Famá (2019) afirmam que o preço deve ser estabelecido de forma a recuperar os custos e as despesas da empresa, proporcionar a margem de lucro pretendida e preservar sua competitividade no mercado. Ao discutir esse processo, Wernke (2019) ressalta que a definição do preço exige a consideração simultânea de fatores internos e externos à organização, pois a viabilidade econômica depende tanto da estrutura de custos quanto das condições impostas pelo ambiente competitivo. As contribuições desses autores evidenciam que a formação do preço de venda constitui um processo gerencial fundamentado na integração de diferentes informações econômicas, e não na adoção isolada de um único critério.

Entre os métodos empregados para a formação do preço de venda, destaca-se a precificação baseada nos custos. Bruni e Famá (2019) explicam que essa abordagem utiliza o custo do produto ou serviço como referência para estabelecer um preço capaz de absorver despesas, tributos e a margem de lucro pretendida. Ao analisar a utilização das informações de custos no processo decisório, Martins (2018) observa que a estrutura de custos fornece parâmetros indispensáveis para a definição do preço, mas ressalta que o valor obtido deve ser confrontado com as condições efetivamente verificadas no mercado. O conhecimento dos custos representa, portanto, uma referência econômica para a precificação, sem constituir, isoladamente, o único elemento considerado pela empresa.

Como mecanismo de apoio à precificação baseada nos custos, Bruni e Famá (2019) apresentam o *markup* como um índice destinado a incorporar ao custo do produto os percentuais correspondentes às despesas, aos tributos e à margem de lucro pretendida. Segundo os

autores, esse procedimento organiza a formação do preço de venda ao reunir, em um único coeficiente, os componentes necessários para a recuperação dos gastos e para a obtenção do retorno esperado pela empresa. Nessa perspectiva, o *markup* sistematiza a aplicação da precificação baseada nos custos ao possibilitar que tributos, despesas, custos fixos e a margem de lucro sejam considerados de forma integrada na determinação do preço.

Embora o *markup* constitua importante ferramenta para a formação do preço de venda, Martins (2018) ressalta que o resultado obtido por esse procedimento não deve ser adotado de forma automática. O autor argumenta que a estrutura de custos estabelece limites econômicos para a precificação, mas a definição do preço praticado pela empresa exige considerar também as circunstâncias em que ela desenvolve suas atividades. Essa interpretação complementa a abordagem de Bruni e Famá (2019), ao evidenciar que o *markup* auxilia a formação do preço de venda, mas sua utilização depende da análise conjunta das condições econômicas e competitivas enfrentadas pela empresa.

Outra abordagem discutida por Bruni e Famá (2019) corresponde à precificação baseada no valor percebido pelo cliente. Nesse método, o preço é definido a partir da percepção de valor atribuída pelo consumidor ao produto ou serviço ofertado, considerando fatores como qualidade, diferenciação, imagem da marca, conveniência e benefícios percebidos. Os autores observam que essa estratégia tende a produzir melhores resultados em mercados nos quais os produtos ou serviços apresentam características capazes de diferenciá-los da concorrência, permitindo que os consumidores atribuam maior valor à oferta realizada pela empresa.

Ao analisar ambientes caracterizados por elevada concorrência, Wernke (2019) destaca a precificação orientada pelo mercado, abordagem na qual a empresa considera os preços praticados pelos concorrentes, o comportamento da demanda e as condições competitivas antes de definir sua política de preços. Nessa situação, as informações relativas aos custos permanecem essenciais, porém passam a servir como parâmetro para avaliar a viabilidade econômica dos preços observados no mercado. A interpretação apresentada por Wernke aproxima-se da observação de Martins (2018) ao reconhecer que a estrutura de custos estabelece limites econômicos para a definição do preço, sem afastar a necessidade de considerar as condições efetivamente verificadas no ambiente competitivo.

Ao discutir a formação do preço de venda, Bruni e Famá (2019) atribuem à estrutura de custos papel central na construção do preço, entendimento compatível com a análise de Martins (2018), que reconhece nos custos um limite econômico para a precificação. Wernke (2019) amplia essa discussão ao incorporar as condições competitivas do mercado como elemento indispensável ao processo decisório. Em conjunto, essas contribuições indicam que a definição do preço de venda exige a articulação entre informações produzidas internamente pela empresa e fatores externos que influenciam sua atuação, permitindo que a decisão gerencial busque equilíbrio entre competitividade e desempenho econômico.

É importante distinguir o acréscimo aplicado sobre o custo, o markup e a margem de contribuição, pois esses conceitos possuem finalidades distintas no processo de análise. O acréscimo sobre o custo corresponde à aplicação de um percentual diretamente sobre o valor de aquisição para estabelecer um preço de referência, não

representando, por si só, a margem obtida sobre a receita de vendas. O markup, por sua vez, constitui um índice utilizado na formação do preço para incorporar ao custo os percentuais relativos às despesas, aos tributos e à margem de lucro pretendida, conforme discutido por Bruni e Famá (2019). Já a margem de contribuição é apurada posteriormente, a partir da diferença entre a receita de vendas e os custos e despesas variáveis efetivamente associados à comercialização, conforme Padoveze (2010). Assim, um percentual de acréscimo definido sobre o custo não deve ser interpretado como equivalente à margem de contribuição percentual, uma vez que esta depende do preço efetivamente praticado e dos gastos variáveis incorridos nas vendas.

2.3. Margem de Contribuição

Embora a formação do preço de venda represente uma decisão essencial para o desempenho econômico das empresas, sua definição, por si só, não permite identificar quanto cada produto efetivamente contribui para os resultados da organização. Para suprir essa necessidade, a Contabilidade Gerencial utiliza a margem de contribuição como um indicador capaz de avaliar o desempenho econômico das vendas e fornecer informações relevantes para a tomada de decisões.

Padoveze (2010) define a margem de contribuição como a diferença entre a receita de vendas e os custos e as despesas variáveis associados à comercialização dos produtos. Para o autor, esse indicador evidencia a parcela da receita que permanece após a dedução dos gastos variáveis, permitindo mensurar a contribuição econômica de cada produto. Ao evidenciar a participação individual de cada produto no resultado da empresa, esse indicador amplia a

capacidade de análise gerencial e fornece subsídios para decisões relacionadas à gestão das operações.

Ao discutir a utilidade gerencial desse indicador, Martins (2018) observa que elevados volumes de vendas não representam, necessariamente, maior rentabilidade. Segundo o autor, produtos com faturamentos semelhantes podem apresentar desempenhos econômicos distintos em razão das diferenças existentes em seus custos e despesas variáveis. Essa interpretação evidencia que a análise da receita de vendas, isoladamente, pode conduzir a conclusões incompletas, enquanto a margem de contribuição permite identificar quais produtos efetivamente apresentam maior relevância econômica para a empresa.

Para a mensuração desse indicador, utiliza-se a seguinte fórmula:

$$\text{Margem de contribuição} = \text{Receita de vendas} - \text{Custos Variáveis} - \text{Despesas Variáveis}$$

Em que:

- **Receita de Vendas** = valor obtido com a comercialização dos produtos;
- **Custos Variáveis** = gastos diretamente relacionados ao volume comercializado;
- **Despesas Variáveis** = despesas que variam proporcionalmente às vendas, como tributos, comissões e demais encargos incidentes sobre a comercialização.

Além da apuração em valores monetários, esse indicador também pode ser expresso em termos percentuais, permitindo comparar produtos com diferentes níveis de faturamento e avaliar sua participação relativa no desempenho econômico da empresa. Para essa finalidade, utiliza-se a seguinte fórmula:

$$\text{Margem de contribuição (\%)} = (\text{Margem de contribuição} \div \text{Receita de vendas}) \times 100$$

Bornia (2019) destaca que a margem de contribuição constitui um dos principais instrumentos do custeio variável por possibilitar a análise da participação econômica de cada produto nos resultados da empresa. Com base nessas informações, o gestor pode comparar alternativas de comercialização, avaliar o desempenho do mix de produtos e subsidiar decisões relacionadas à política de preços. Em sentido semelhante, Wernke (2019) ressalta que esse indicador também permite analisar os efeitos decorrentes de alterações nos preços de venda e nos custos e despesas variáveis, ampliando a qualidade das informações utilizadas no processo decisório.

A análise conjunta da formação do preço de venda e da margem de contribuição permite compreender não apenas como o preço é estabelecido, mas também quais são os reflexos dessa decisão sobre o desempenho econômico dos produtos comercializados. Enquanto a formação do preço de venda define as condições econômicas da comercialização, a margem de contribuição possibilita avaliar os resultados produzidos por essa estratégia de precificação, constituindo um importante instrumento de apoio à gestão. Essa relação fundamenta a análise desenvolvida neste estudo, que busca compreender como a formação do preço de venda se relaciona com

a margem de contribuição dos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa.

2.4. Particularidades do Setor de Combustíveis

A formação do preço de venda no setor de combustíveis ocorre em um ambiente econômico que apresenta características distintas daquelas observadas na maior parte das atividades varejistas. Diferentemente de outros segmentos, o posto revendedor constitui o último elo de uma cadeia de abastecimento que envolve produção ou importação, refino, distribuição e revenda. Essa estrutura faz com que as decisões relacionadas à comercialização dos combustíveis sejam influenciadas não apenas pelas estratégias internas da empresa, mas também pelas condições estabelecidas ao longo da cadeia. A configuração atual desse mercado está relacionada às transformações introduzidas pela Lei nº 9.478, de 6 de agosto de 1997, que alterou o marco regulatório do setor e instituiu a Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP). Pereira e Oliveira (2013), ao analisarem o setor brasileiro de distribuição de combustíveis, destacam características estratégicas e competitivas associadas à atuação dos agentes nesse mercado.

A reorganização promovida pela Lei do Petróleo também redefiniu o papel do Estado na condução desse mercado. A partir da criação da ANP, as atividades relacionadas ao abastecimento nacional passaram a ser regulamentadas e fiscalizadas por uma agência especializada, responsável por autorizar o funcionamento dos agentes econômicos, estabelecer normas técnicas para o setor, fiscalizar a qualidade dos combustíveis comercializados e acompanhar as condições de abastecimento e os preços praticados no mercado (BRASIL, 1997). Dessa forma, embora a definição do

preço de venda permaneça sob responsabilidade do posto revendedor, essa decisão é tomada em um ambiente regulado, no qual as relações entre distribuidores, revendedores e consumidores são disciplinadas por normas específicas.

No segmento da revenda coexistem postos bandeirados e postos de bandeira branca, modelos que se distinguem principalmente pela forma de relacionamento estabelecida com as distribuidoras de combustíveis. Enquanto os postos bandeirados mantêm vínculo contratual com uma distribuidora específica e comercializam combustíveis associados à respectiva marca, os postos de bandeira branca possuem liberdade para adquirir produtos de diferentes fornecedores autorizados pela ANP. Ao examinarem os contratos de distribuição de combustíveis, Oliveira e Maia (2012) argumentam que a cláusula de exclusividade presente nos contratos dos postos bandeirados não configura, por si só, afronta aos princípios da livre concorrência, devendo sua legalidade ser analisada de acordo com os efeitos concretos produzidos sobre o mercado. Para os autores, a existência dessa modalidade contratual representa uma estratégia de organização da distribuição de combustíveis, cuja compatibilidade com o ambiente concorrencial depende das circunstâncias verificadas em cada relação contratual.

As características da concorrência também têm recebido atenção da literatura especializada por influenciarem diretamente o comportamento do mercado varejista de combustíveis. Investigando 2.590 pequenos municípios brasileiros, Sampaio e Sampaio (2013) verificaram que o aumento do número de postos modifica significativamente a intensidade da competição, especialmente até a entrada do quinto estabelecimento, indicando que a estrutura do mercado interfere na conduta competitiva das

empresas. Os autores concluíram que os pequenos municípios brasileiros apresentam características compatíveis com mercados oligopolísticos, nos quais a entrada de novos concorrentes tende a reduzir os lucros esperados das empresas já estabelecidas.

Sob outra perspectiva, Vogt e Lucinda (2017) analisaram a dispersão dos preços da gasolina e do etanol no município de São Paulo, buscando compreender os fatores responsáveis pelas diferenças de preços observadas entre os postos revendedores. Os resultados encontrados demonstraram que, embora os combustíveis sejam produtos homogêneos e apresentem custos marginais semelhantes, a competição local exerce influência mais significativa sobre a dispersão dos preços do que os custos de procura enfrentados pelos consumidores. Ao relacionar esse resultado às conclusões de Sampaio e Sampaio (2013), observa-se convergência entre os estudos ao reconhecerem que a estrutura concorrencial constitui um dos principais elementos capazes de influenciar a formação dos preços praticados pelos postos de combustíveis, evidenciando que a precificação nesse mercado não decorre exclusivamente dos custos internos da empresa.

Além da estrutura concorrencial, a tributação representa outro componente relevante da formação do preço dos combustíveis. Entre os principais tributos incidentes sobre a comercialização destacam-se o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), de competência estadual, e as contribuições ao Programa de Integração Social (PIS) e à Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS), de competência federal. A incidência desses tributos segue disciplina específica para o setor de combustíveis, razão pela qual alterações na legislação tributária repercutem diretamente sobre a composição do preço final pago

pelo consumidor. Todavia, considerando que esta pesquisa está inserida no campo da Contabilidade Gerencial, a tributação é tratada apenas como um dos fatores que compõem o ambiente econômico da formação do preço de venda, não constituindo objeto de análise sob a perspectiva do Direito Tributário.

A análise conjunta dos estudos examinados permite compreender que a formação do preço de venda dos combustíveis está inserida em um contexto no qual aspectos regulatórios, contratuais, concorrenciais e tributários interagem continuamente. Pereira e Oliveira (2013) evidenciam que a reorganização do mercado ampliou a concorrência entre os agentes do setor; Oliveira e Maia (2012) demonstram que as diferentes formas de relacionamento entre distribuidores e postos decorrem da própria estrutura regulatória do mercado; e Sampaio e Sampaio (2013), em conjunto com Vogt e Lucinda (2017), mostram que a dinâmica concorrencial influencia o comportamento dos preços praticados pelos postos revendedores. Esse conjunto de evidências fornece o contexto necessário para compreender a aplicação dos instrumentos da Contabilidade Gerencial na análise da formação do preço de venda e da margem de contribuição, constituindo a base teórica para o estudo de caso desenvolvido na Empresa Alfa.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa foi desenvolvida com o propósito de analisar a relação entre a formação do preço de venda e a margem de contribuição dos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa. O estudo está delimitado à atividade de comercialização de combustíveis, não abrangendo a análise das receitas, custos e despesas específicas relacionadas à loja de conveniência e demais

serviços eventualmente oferecidos pela empresa. Essa delimitação foi estabelecida em função do objetivo da pesquisa, que está direcionado à análise da formação do preço de venda e da margem de contribuição dos combustíveis. Para atender a esse objetivo, o estudo caracteriza-se como uma pesquisa aplicada, pois utiliza conceitos da Contabilidade Gerencial na análise de uma situação concreta vivenciada pela organização. Quanto aos objetivos, enquadra-se como descritiva, uma vez que busca compreender como ocorre o processo de formação do preço de venda e sua relação com a margem de contribuição, sem interferir nos procedimentos adotados pela empresa. Conforme Gil (2019), a pesquisa descritiva possibilita a identificação e a análise das características de determinado fenômeno, permitindo estabelecer relações entre as variáveis observadas.

Sob o ponto de vista dos procedimentos técnicos, a pesquisa foi conduzida por meio de um estudo de caso, desenvolvido em uma empresa do setor varejista de combustíveis, identificada neste trabalho pelo nome fictício de Empresa Alfa, com o objetivo de preservar a confidencialidade das informações disponibilizadas. Segundo Yin (2015), o estudo de caso é indicado quando se pretende investigar um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, característica que se mostra compatível com a proposta desta pesquisa, centrada na análise de uma única organização e de seus processos gerenciais.

A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisa documental e entrevista não estruturada com o gestor da empresa. Os documentos analisados consistiram em relatórios gerenciais extraídos do sistema de gestão utilizado pela organização, contendo informações relativas às vendas de combustíveis, custos de

aquisição, despesas variáveis e demais registros relacionados à comercialização dos combustíveis necessários ao desenvolvimento da pesquisa. Informações referentes às demais atividades desenvolvidas pela empresa, como loja de conveniência e outros serviços, não constituem objeto de análise deste estudo. A entrevista teve como finalidade compreender os critérios adotados pela empresa na formação do preço de venda e esclarecer informações relevantes para a interpretação dos dados dos relatórios, especialmente quanto às condições de comercialização e aos descontos concedidos. Por se tratar de entrevista não estruturada, as informações obtidas foram utilizadas como complemento à análise documental, não sendo pretendida a reprodução integral de um roteiro de perguntas.

Após a coleta, realizada entre maio e junho de 2026, os dados foram organizados em planilhas do Microsoft Excel, considerando informações referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2025. Foram analisados seis conjuntos de documentos e registros: um relatório de vendas de combustíveis, contendo o volume comercializado e o faturamento; um relatório das taxas de cartões incidentes sobre as vendas de combustíveis; uma planilha de pagamentos referente aos meses de janeiro a dezembro de 2025, utilizada para identificação dos gastos fixos; três notas fiscais emitidas durante o exercício de 2025, analisadas para a compreensão dos tributos incidentes sobre a aquisição dos combustíveis; e um relatório de Custo das Mercadorias Vendidas (CMV) dos combustíveis referente ao exercício de 2025. A partir dessas informações, os dados foram organizados individualmente para gasolina comum, gasolina aditivada, etanol hidratado, óleo diesel S10 e óleo diesel S500. Para cada combustível, foram considerados os dados referentes à quantidade comercializada, à

receita de vendas, aos custos de aquisição e às despesas variáveis identificadas nos registros analisados. A margem de contribuição foi calculada pela diferença entre a receita de vendas e a soma dos custos de aquisição e das despesas variáveis, conforme a fórmula: Margem de contribuição = Receita de vendas – Custos de aquisição – Despesas variáveis. Também foi calculada a margem de contribuição percentual, obtida pela divisão da margem de contribuição pela receita de vendas, multiplicada por 100. Após a apuração, os resultados foram comparados entre os combustíveis considerando os valores monetários e percentuais da margem de contribuição, o volume comercializado e a relação entre os preços efetivamente praticados e os gastos variáveis. Os resultados quantitativos foram, posteriormente, interpretados em conjunto com as informações obtidas na análise documental e na entrevista com o gestor, permitindo analisar a relação entre os critérios utilizados na formação do preço de venda e a margem de contribuição dos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa.

4. COLETA E ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados da Empresa Alfa foi realizada com base nas informações referentes ao exercício de 2025, considerando exclusivamente a comercialização de combustíveis. Foram analisados os registros relativos às vendas, aos custos de aquisição e às despesas variáveis, organizados individualmente para gasolina comum, gasolina aditivada, etanol, óleo diesel S10 e óleo diesel S500. A partir dessa organização, foi possível estabelecer os valores utilizados na apuração da margem de contribuição dos produtos.

4.1. Dados das Vendas dos Combustíveis

Inicialmente, foram levantadas as quantidades comercializadas e as respectivas receitas de vendas dos combustíveis durante o exercício de 2025. A análise individualizada dos produtos permite relacionar o volume comercializado com a receita obtida em cada categoria, constituindo a base para as etapas posteriores da apuração.

Durante o período analisado, foram comercializados 2.194.921,60 litros de combustíveis, correspondentes a uma receita de vendas de R\$ 13.482.211,46. A distribuição do volume comercializado e da receita entre os produtos é apresentada na Tabela 1.

Tabela 1. Volume de vendas e receita dos combustíveis em 2025

Combustível	Quantidade vendida (L)	Receita de vendas (R\$)
Gasolina Comum	686.711,01	4.476.861,74
Gasolina Aditivada	194.444,86	1.293.553,38
Etanol Hidratado	458.202,91	2.144.619,14
Diesel S10	452.278,51	2.959.921,74
Diesel S500	403.284,31	2.607.255,46
Total	2.194.921,60	13.482.211,46

Fonte: Elaborado pela autora com base nos relatórios gerenciais da Empresa Alfa (2025).

Os dados apresentados na Tabela 1 correspondem à receita utilizada na apuração da margem de contribuição. A partir desses valores, foram identificados os custos de aquisição e as despesas variáveis correspondentes a cada combustível.

4.2. Custos de Aquisição dos Combustíveis

Os custos de aquisição foram identificados a partir dos valores atribuídos aos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa no exercício de 2025. Para sua utilização na apuração da margem de contribuição, foi necessário observar o tratamento tributário aplicável aos produtos, especialmente em relação ao PIS, à COFINS e ao ICMS, de modo a evitar a inclusão desses tributos como despesas variáveis quando não constituem uma nova incidência na etapa de revenda ou quando já estão considerados na composição do custo utilizado na pesquisa.

Em relação ao PIS e à COFINS, os combustíveis estão submetidos à sistemática de tributação monofásica, na qual o recolhimento das contribuições é concentrado em determinada etapa da cadeia de comercialização. Conforme orientação da Receita Federal, na revenda de combustíveis realizada pelos postos, a operação é, em regra, submetida à alíquota zero, e o comerciante varejista não possui direito à apropriação de créditos de PIS e COFINS relativos à aquisição dos combustíveis destinados à revenda (BRASIL, 2024).

Considerando esse tratamento, PIS e COFINS não foram considerados novamente como despesas variáveis incidentes sobre as vendas da Empresa Alfa. A apuração realizada neste estudo considera os gastos efetivamente atribuídos à etapa de comercialização analisada, não sendo realizada nova dedução dessas contribuições sobre a receita de vendas.

O ICMS apresenta tratamento específico de acordo com o combustível e a etapa da cadeia de comercialização. A Lei Complementar nº 192/2022 estabeleceu a incidência única do ICMS

para gasolina e etanol anidro, diesel e biodiesel e gás liquefeito de petróleo. Nessa sistemática, a incidência do imposto é concentrada em etapa específica da cadeia, não sendo realizada, na presente análise, uma nova dedução do ICMS como despesa variável sobre as vendas desses combustíveis realizadas pelo posto (BRASIL, 2022).

O etanol hidratado requer tratamento distinto. A Lei Complementar nº 192/2022 menciona expressamente a gasolina e o etanol anidro entre os combustíveis submetidos à incidência única, não abrangendo o etanol hidratado nessa mesma disposição. No Estado do Paraná, o etanol hidratado possui disciplina própria na legislação estadual do ICMS, tendo sido incluído entre as mercadorias abrangidas pela Lei nº 11.580/1996 por meio da Lei nº 21.308/2022 (PARANÁ, 2022).

Essa particularidade foi observada nos documentos fiscais analisados. Nas notas fiscais referentes à aquisição do etanol hidratado pela Empresa Alfa, verificou-se o destaque do ICMS correspondente à operação. O valor desse imposto já está incorporado ao custo de aquisição utilizado nesta pesquisa para o etanol. Por essa razão, o ICMS destacado na aquisição não foi novamente considerado como despesa variável, evitando que o mesmo componente fosse deduzido duas vezes na apuração da margem de contribuição.

Com base nesses critérios, foram definidos os custos de aquisição utilizados para cada combustível. A Tabela 2 apresenta os valores correspondentes ao exercício de 2025.

Tabela 2. Custos de aquisição dos combustíveis em 2025

Combustível	Custo de aquisição (R\$)
Gasolina Comum	3.769.895,75
Gasolina Aditivada	1.091.988,63
Etanol Hidratado	1.817.033,50
Diesel S10	2.591.697,25
Diesel S500	2.259.864,25
Total	11.530.479,38

Fonte: Elaborado pela autora com base nos relatórios gerenciais e documentos fiscais da Empresa Alfa (2025).

Os custos de aquisição totalizaram R\$ 11.530.479,38 e correspondem aos valores utilizados como custos variáveis na apuração da margem de contribuição. A partir dessa definição, os custos relacionados à aquisição dos combustíveis foram mantidos separados das despesas variáveis decorrentes da comercialização.

4.3. Despesas Variáveis

Após a identificação dos custos de aquisição, foram analisadas as despesas relacionadas diretamente à comercialização dos combustíveis. Nos registros gerenciais examinados, foram identificadas taxas de cartões de débito e crédito associadas às operações de venda. Esses valores foram, portanto, classificados como despesas variáveis para fins da presente análise.

As despesas foram atribuídas individualmente aos combustíveis, permitindo relacioná-las às respectivas receitas de vendas. Os valores considerados na apuração estão apresentados na Tabela 3.

Tabela 3. Despesas variáveis dos combustíveis em 2025

Combustível	Despesas variáveis (R\$)
Gasolina Comum	24.506,63
Gasolina Aditivada	7.078,96
Etanol Hidratado	11.758,90
Diesel S10	16.202,62
Diesel S500	14.268,95
Total	73.816,06

Fonte: Elaborado pela autora com base nos relatórios gerenciais da Empresa Alfa (2025).

As despesas variáveis totalizaram R\$ 73.816,06 no exercício de 2025. Esses valores correspondem às taxas de venda identificadas nos registros analisados e foram utilizados, juntamente com a receita e os custos de aquisição, na apuração da margem de contribuição dos combustíveis.

4.4. Apuração da Margem de Contribuição

Com a definição das receitas de vendas, dos custos de aquisição e das despesas variáveis, foi realizada a apuração da margem de contribuição dos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa no exercício de 2025. Os valores foram organizados individualmente para cada produto, permitindo relacionar os componentes da receita e dos gastos variáveis em uma única apuração.

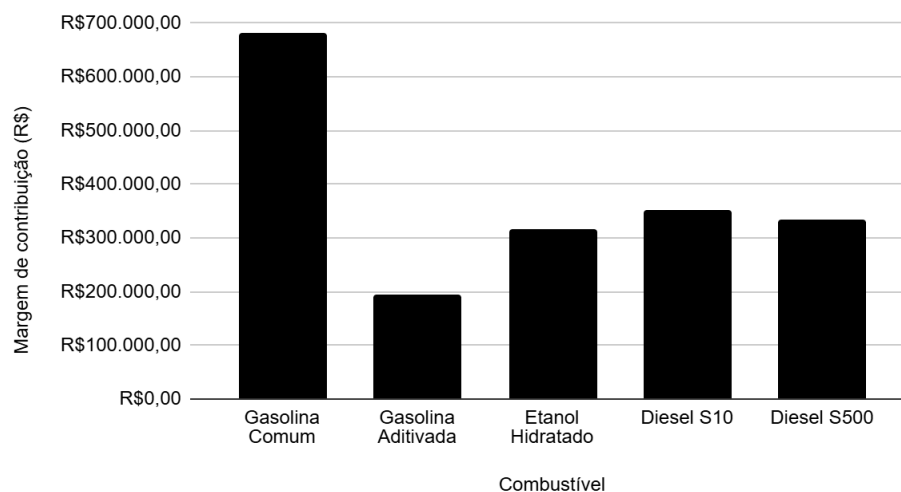
A Tabela 4 apresenta os valores consolidados utilizados no cálculo e a margem de contribuição obtida para cada combustível, tanto em valores monetários quanto em termos percentuais.

Tabela 4. Margem de contribuição dos combustíveis em 2025

Combustível	Receita de vendas (R\$)	Custo de aquisição (R\$)	Despesas variáveis (R\$)	Margem de contribuição (R\$)	MC
Gasolina Comum	4.476.861,74	3.769.895,75	24.506,63	682.459,36	15,2
Gasolina Aditivada	1.293.553,38	1.091.988,63	7.078,96	194.485,79	15,0
Etanol Aditivado	2.144.619,14	1.817.033,50	11.758,90	315.826,74	14,7

⚠ Esta tabela possui muitas colunas e foi cortada para impressão. Para visualizá-la completa, acesse o artigo original em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/analise-da-formacao-do-preco-de-venda-e-sua-relacao-com-a-margem-de-contribuicao-um-estudo-de-caso-em-um-posto-de-combustiveis-em-andira-pr?noblockage>

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados gerenciais da Empresa Alfa (2025).



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados gerenciais da Empresa Alfa (2025).

Os dados consolidados demonstram que a comercialização dos combustíveis no exercício de 2025 gerou receita de R\$ 13.482.211,46. Os custos de aquisição corresponderam a R\$ 11.530.479,38, enquanto as despesas variáveis totalizaram R\$ 73.816,06. A diferença entre esses valores resultou em uma margem de contribuição total de R\$ 1.877.916,02, correspondente a 13,93% da receita de vendas.

4.5. Gastos Fixos e Estruturais Operacionais

Além dos custos e despesas variáveis considerados na apuração da margem de contribuição, a Empresa Alfa apresenta gastos necessários à manutenção de sua estrutura operacional. Para complementar a análise, foram levantados os gastos incorridos durante o exercício de 2025 e classificados segundo sua natureza e comportamento em relação às atividades desenvolvidas pela empresa.

Nesta etapa, foram considerados exclusivamente os gastos de natureza operacional, relacionados à manutenção e ao funcionamento da estrutura da empresa. A separação entre os componentes operacionais e financeiros é relevante para a análise do desempenho, uma vez que os gastos operacionais participam da

formação do resultado decorrente das atividades da empresa, enquanto as despesas financeiras estão associadas às decisões de financiamento. Hopp e Leite (1990) destacam a importância de distinguir os custos e despesas operacionais fixos das despesas financeiras na análise dos resultados, enquanto Aguiar et al. (2011) diferenciam a margem operacional, formada a partir dos custos e despesas operacionais, do lucro líquido, que incorpora também o resultado financeiro e outros componentes.

Foram classificados como gastos de comportamento predominantemente fixo aqueles que, com base nos registros gerenciais analisados, não apresentaram relação direta e proporcional com o volume de combustíveis comercializados. Foram considerados, portanto, os gastos relacionados à manutenção da estrutura operacional da empresa, ainda que alguns apresentassem pequenas variações ao longo do exercício. Assim, a expressão “predominantemente fixo” reconhece que determinados gastos podem sofrer variações em função de condições específicas de consumo, contratação ou utilização, sem que isso altere sua classificação para os fins da análise realizada.

Com base nos dados gerenciais disponibilizados pela Empresa Alfa, foram identificados os seguintes gastos fixos e estruturais de natureza operacional:

Tabela 5. Gastos operacionais de comportamento predominantemente fixo da Empresa Alfa em 2025

Gastos operacionais de comportamento predominantemente fixo	Valor anual (R\$)
13º salário	13.655,67

Consumo de água	5.754,73
Locação do imóvel	189.327,12
Serviços contábeis	24.000,00
Consumo de energia elétrica	16.842,98
Encargos trabalhistas	38.976,89
Serviços de internet	1.558,80
Manutenção dos equipamentos de abastecimento	2.950,00
Materiais administrativos	7.000,00
Serviços de monitoramento	35.030,00
Pró-labore	32.424,48
Serviços de publicidade e divulgação	15.624,00
Remuneração dos empregados	147.598,78
Serviços de segurança do trabalho	3.024,00
Prêmios de seguros	15.662,72
Sistema de gestão	11.083,00
Benefícios de alimentação	48.537,10
Total	609.050,27

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados gerenciais da Empresa Alfa (2025).

Os gastos apresentados totalizam R\$ 609.050,27 no exercício de 2025. Entre os itens de maior participação estão a locação do imóvel, de R\$ 189.327,12, a remuneração dos empregados, de R\$ 147.598,78, os benefícios de alimentação, de R\$ 48.537,10, e os encargos

trabalhistas, de R\$ 38.976,89. Esses quatro componentes somam R\$ 424.439,89, equivalentes a 69,69% do total levantado, evidenciando que parcela relevante da estrutura operacional está concentrada em despesas relacionadas à ocupação do imóvel e à mão de obra. O conjunto desses gastos representa uma estrutura que deve ser suportada pela margem de contribuição gerada pelas atividades desenvolvidas. Hopp e Leite (1990) ressaltam a importância da relação entre a margem de contribuição, o volume de vendas e os custos e despesas fixos para a formação e estabilidade do resultado operacional.

A interpretação desse montante deve considerar a forma de organização das atividades da Empresa Alfa. Embora a empresa desenvolva tanto a comercialização de combustíveis quanto a operação de conveniência, não é adotado critério de rateio dos gastos compartilhados entre essas atividades. Consequentemente, os valores apresentados representam a estrutura operacional da empresa em seu conjunto, não sendo possível determinar, a partir dos controles gerenciais disponibilizados, a parcela dos gastos fixos atribuível exclusivamente à comercialização dos combustíveis.

Essa limitação não compromete a apuração da margem de contribuição dos combustíveis, pois essa medida foi construída a partir das receitas e dos gastos de comportamento variável diretamente considerados na análise. Entretanto, impede que os gastos fixos compartilhados sejam apropriados integralmente aos combustíveis. A margem de contribuição, portanto, deve ser interpretada como a parcela disponível para contribuir com a cobertura da estrutura operacional, e não como medida equivalente ao lucro líquido.

No exercício de 2025, a margem de contribuição apurada para os combustíveis foi de R\$ 1.877.916,02. Considerando, apenas para fins analíticos, a confrontação desse valor com os R\$ 609.050,27 de gastos operacionais fixos identificados, obtém-se, para fins exclusivamente analíticos, uma diferença de R\$ 1.268.865,75 entre a margem de contribuição dos combustíveis e o total dos gastos operacionais fixos identificados para a empresa.

Esse saldo não deve ser denominado lucro, uma vez que a análise realizada nesta etapa permanece restrita aos componentes operacionais. Aguiar et al. (2011) distinguem o resultado operacional do lucro líquido, destacando que, neste último, são incorporados também elementos relacionados ao resultado financeiro e a outros componentes. De forma convergente, Hopp e Leite (1990) defendem a separação das despesas financeiras das despesas operacionais justamente para tornar mais clara a influência distinta das decisões operacionais e de financiamento sobre os resultados da empresa.

Assim, o saldo de R\$ 1.268.865,75 deve ser compreendido como um saldo operacional analítico, obtido pela confrontação da margem de contribuição dos combustíveis com os gastos operacionais fixos identificados para a empresa. Sua utilização como medida de resultado líquido não seria adequada, sobretudo porque a Empresa Alfa possui outros elementos de natureza financeira e patrimonial que não integram os gastos apresentados nesta seção e porque parte da estrutura operacional atende conjuntamente à comercialização de combustíveis e à atividade de conveniência.

5. DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS

5.1. Formação do Preço de Venda na Empresa Alfa

A entrevista realizada com o gestor da Empresa Alfa permitiu identificar que o custo de aquisição constitui a principal referência utilizada na definição dos preços de venda dos combustíveis. Embora o gestor informe que a empresa utiliza como referência um acréscimo aproximado de 15% sobre o custo de aquisição, os resultados da margem de contribuição variaram entre os produtos. Essa diferença decorre do fato de que o percentual utilizado na formação do preço possui como base o custo de aquisição, enquanto a margem de contribuição é calculada sobre a receita de vendas e considera os gastos variáveis associados à comercialização. Portanto, o acréscimo de aproximadamente 15% informado pelo gestor deve ser compreendido como um parâmetro utilizado na formação inicial do preço, e não como uma margem de contribuição de 15%.

Embora o custo de aquisição seja o ponto de partida, a decisão não ocorre de maneira isolada das condições do mercado. O gestor informou que os preços praticados pelos quatro concorrentes existentes no município são acompanhados periodicamente. Esse acompanhamento, contudo, possui caráter de referência: a empresa não costuma reduzir ou elevar seus preços automaticamente em resposta às alterações dos concorrentes. A preocupação declarada é preservar uma margem considerada segura, de modo que a concorrência participe da decisão sem determinar, por si só, o preço praticado.

Essa postura também se manifesta diante das alterações nos custos de aquisição. Segundo o gestor, mudanças nos preços dos fornecedores somente são repassadas quando consideradas expressivas. O procedimento indica que a empresa não trabalha com uma atualização automática dos preços a cada alteração de

custo, mas realiza uma avaliação antes de modificar o valor cobrado do consumidor. A mesma lógica é observada em relação aos concorrentes, cujas alterações são acompanhadas, mas não necessariamente reproduzidas.

A política adotada apresenta ainda uma particularidade nas vendas de diesel S10 e S500. Para determinados clientes, são concedidos descontos, principalmente nos períodos de safra, mencionados pelo gestor como março e setembro. Essa prática introduz uma diferença entre o preço utilizado como referência e o preço efetivamente praticado em determinadas operações, uma vez que a negociação pode alterar o valor de venda de acordo com o perfil do cliente e o período de comercialização.

A forma de precificação identificada no estudo pode ser relacionada às contribuições de Bruni e Famá (2019) e Martins (2018). Para os autores, os custos fornecem uma base econômica para a formação do preço, mas a decisão precisa considerar as condições em que a empresa atua. Essa relação é observada na Empresa Alfa: o custo de aquisição estabelece a referência inicial, enquanto a concorrência e as condições específicas de negociação interferem na definição do preço efetivamente praticado. Wernke (2019) também destaca a importância das condições de mercado na precificação, aspecto particularmente relevante no caso analisado diante do acompanhamento sistemático dos preços dos demais postos.

A análise da entrevista evidencia, portanto, que a Empresa Alfa não adota um único parâmetro para todas as situações de venda. O custo de aquisição orienta a definição inicial do preço, o acréscimo pretendido estabelece uma referência de retorno e as condições do mercado e das negociações podem modificar o valor final. Essa

dinâmica fornece a base para interpretar os resultados econômicos obtidos pelos combustíveis, especialmente as diferenças observadas nas respectivas margens de contribuição.

5.2. Análise da Margem de Contribuição

Os resultados obtidos mostram que os combustíveis apresentam diferentes capacidades de geração de margem de contribuição. A gasolina comum reúne a maior margem percentual, de 15,24%, e o maior volume comercializado, combinação que resultou em R\$ 682.459,36 de contribuição. Esse resultado evidencia que, no caso estudado, o desempenho do produto não decorre apenas do percentual de margem, mas também da escala de vendas.

A gasolina aditivada e o etanol hidratado apresentaram margens percentuais próximas à da gasolina comum, de 15,04% e 14,73%, respectivamente. As contribuições monetárias foram menores, de R\$ 194.485,79 e R\$ 315.826,74, em parte porque os volumes comercializados foram inferiores. A comparação indica que uma margem percentual semelhante não conduz necessariamente à mesma contribuição em valores absolutos.

Os menores percentuais foram observados no diesel S10, com 11,89%, e no diesel S500, com 12,78%. Ainda assim, esses produtos não deixam de ter relevância econômica: o S10 gerou R\$ 352.021,87 e o S500 R\$ 333.122,26 de margem de contribuição. A leitura conjunta dos indicadores evita concluir que uma margem percentual menor corresponda, automaticamente, a menor importância para a empresa.

A comparação entre os cinco combustíveis reforça, portanto, que margem percentual e contribuição monetária respondem a

dimensões distintas da atividade. A primeira permite avaliar quanto da receita permanece após os gastos variáveis, enquanto a segunda incorpora também o efeito do volume comercializado. Para a Empresa Alfa, observar os dois indicadores simultaneamente oferece uma interpretação mais consistente do desempenho de cada produto.

Considerando o conjunto das vendas, a margem de contribuição totalizou R\$ 1.877.916,02, correspondente a 13,93% da receita de R\$ 13.482.211,46. Essa margem representa a parcela disponível para contribuir com a cobertura dos gastos fixos e, posteriormente, com a formação do resultado. Não se confunde, entretanto, com lucro, pois outros gastos e componentes do resultado da empresa não estão integralmente contemplados nesse indicador.

Esse comportamento é coerente com a finalidade gerencial da margem de contribuição discutida por Padoveze (2010), Martins (2018), Bornia (2019) e Wernke (2019): o indicador permite ultrapassar a observação isolada do faturamento e avaliar a contribuição econômica dos produtos após os gastos variáveis. No caso analisado, essa perspectiva torna visível que produtos com margens percentuais diferentes podem apresentar contribuições monetárias próximas, enquanto diferenças de volume podem ampliar significativamente a participação de determinado combustível na margem total.

5.3. Relação Entre Formação do Preço e Margem de Contribuição

A comparação entre o processo de formação do preço e os resultados obtidos pelos combustíveis evidencia que o acréscimo de aproximadamente 15% sobre o custo de aquisição não se traduz em

uma margem de contribuição uniforme. Os resultados variaram entre os produtos porque a margem de contribuição depende da relação entre o preço efetivamente praticado, os custos de aquisição e as despesas variáveis. Nesse sentido, o acréscimo utilizado como referência para a precificação funciona como parâmetro inicial, mas não representa, isoladamente, a contribuição econômica efetivamente gerada por cada combustível. Essa distinção é compatível com a abordagem de Bruni e Famá (2019) e Wernke (2019), segundo a qual a informação de custos deve ser articulada às demais condições que envolvem a definição do preço.

Essa relação é particularmente perceptível nos combustíveis diesel. O S10 apresentou a menor margem de contribuição percentual, de 11,89%, enquanto o S500 alcançou 12,78%. Segundo o gestor, esses produtos estão sujeitos à concessão de descontos para determinados clientes, especialmente nos períodos de safra. A prática altera o preço efetivamente recebido em determinadas operações e constitui um elemento relevante para interpretar os percentuais observados. Como os dados disponíveis não permitem separar as vendas com e sem desconto, não é possível quantificar quanto da diferença anual de margem decorre especificamente dessa prática; assim, sua influência deve ser tratada como uma possível explicação, e não como efeito isoladamente comprovado pela pesquisa.

Na gasolina comum, observa-se uma combinação mais favorável dos indicadores. O produto apresentou margem de contribuição de 15,24%, a maior entre os combustíveis analisados, e também o maior volume comercializado. Como resultado, gerou R\$ 682.459,36 de margem de contribuição, o maior valor monetário entre os produtos. O resultado sugere que, nesse caso, a relação entre preço

efetivamente praticado, gastos variáveis e volume comercializado favoreceu tanto a contribuição proporcional quanto a contribuição em valores absolutos.

A gasolina aditivada e o etanol hidratado apresentaram margens de contribuição de 15,04% e 14,73%, respectivamente, mantendo resultados percentuais próximos aos da gasolina comum. Já os combustíveis diesel, mesmo apresentando contribuições monetárias relevantes — R\$ 352.021,87 para o S10 e R\$ 333.122,26 para o S500 — possuem menor contribuição em relação à receita. A diferença entre os produtos mostra que o volume comercializado pode sustentar uma contribuição monetária expressiva mesmo quando o percentual é menor, enquanto condições comerciais como descontos podem reduzir a contribuição proporcional obtida em determinadas vendas.

A análise conjunta permite perceber que a formação do preço e a margem de contribuição estão relacionadas, mas não são medidas equivalentes. Na Empresa Alfa, o custo de aquisição estabelece a referência inicial, enquanto o acompanhamento da concorrência, as alterações de custos e as condições específicas de negociação interferem no preço efetivamente praticado. A margem de contribuição evidencia o resultado econômico dessa combinação após a consideração dos gastos variáveis, permitindo comparar a contribuição gerada pelos diferentes combustíveis. O achado empírico, portanto, aproxima-se da literatura ao reconhecer a relevância simultânea das informações de custos e das condições de mercado, mas mostra que, no caso estudado, o custo de aquisição possui papel mais direto como referência inicial da precificação.

Considerando o conjunto das vendas, os combustíveis geraram R\$ 1.877.916,02 de margem de contribuição, correspondente a 13,93% da receita. O resultado demonstra que, no período analisado, todos os produtos apresentaram contribuição positiva, embora em níveis diferentes. Para a Empresa Alfa, essa diferença reforça a utilidade de acompanhar a margem de contribuição por combustível, pois a adoção de um percentual de acréscimo sobre o custo não permite, por si só, visualizar os efeitos das condições efetivas de venda sobre a contribuição gerada.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a formação do preço de venda e sua relação com a margem de contribuição dos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa, considerando os dados gerenciais referentes ao exercício de 2025. A análise permitiu identificar que a empresa utiliza o custo de aquisição como principal referência para a definição dos preços, buscando trabalhar com um acréscimo aproximado de 15% sobre esse custo. Esse parâmetro, entretanto, não é aplicado de maneira uniforme, pois as condições de mercado e determinadas negociações podem interferir no preço efetivamente praticado.

Os resultados demonstraram diferenças na margem de contribuição entre os combustíveis analisados. A gasolina comum apresentou a maior margem percentual, de 15,24%, e também a maior contribuição em valores monetários, de R\$ 682.459,36, favorecida pela combinação entre margem e volume comercializado. O diesel S10 e o S500 apresentaram as menores margens percentuais, de 11,89% e 12,78%, respectivamente. A entrevista realizada com o gestor forneceu um elemento relevante para a interpretação desses

resultados, uma vez que foram identificadas concessões de descontos nesses produtos para determinados clientes, principalmente nos períodos de safra. Esses descontos são devidamente registrados no momento da venda e, portanto, já estão contemplados nos dados utilizados para a apuração da margem de contribuição. Embora não seja possível mensurar isoladamente quanto dessa diferença decorre dos descontos, sua ocorrência constitui um fator que pode contribuir para os menores percentuais observados nos combustíveis diesel.

Considerando o conjunto das vendas, os combustíveis analisados geraram R\$ 1.877.916,02 de margem de contribuição, correspondente a 13,93% da receita. Esse resultado demonstra que a atividade apresentou contribuição positiva no período, embora em diferentes níveis entre os produtos. A análise dos gastos operacionais fixos identificados também evidenciou que a margem de contribuição deve ser interpretada como uma parcela destinada à sustentação da estrutura operacional, não sendo suficiente, isoladamente, para representar o resultado da empresa.

Diante desses resultados, entende-se que o problema de pesquisa foi respondido, uma vez que foi possível verificar a existência de relação entre a formação do preço de venda e a margem de contribuição dos combustíveis comercializados pela Empresa Alfa. A utilização do custo de aquisição como referência estabelece um parâmetro inicial para a definição dos preços, enquanto as condições de mercado e as particularidades das negociações podem modificar o valor efetivamente praticado. A margem de contribuição, por sua vez, permite observar o efeito econômico dessas decisões após a consideração dos gastos variáveis, evidenciando diferenças na capacidade de geração de contribuição entre os produtos.

Quanto à hipótese inicialmente estabelecida, os resultados não a confirmam integralmente. A pesquisa não identificou as condições competitivas como principal determinante da formação dos preços, uma vez que o custo de aquisição constitui a principal referência utilizada pela Empresa Alfa. Por outro lado, a margem de contribuição mostrou-se útil para avaliar a contribuição econômica dos combustíveis e comparar o desempenho dos produtos, confirmando sua relevância como instrumento de apoio à análise gerencial.

Quanto aos objetivos específicos, foi possível identificar os gastos fixos e variáveis considerados na análise, verificar os critérios utilizados pela empresa para a formação dos preços, calcular a margem de contribuição dos combustíveis e avaliar a relação entre a formação do preço de venda e os resultados obtidos. Dessa forma, os procedimentos realizados permitiram alcançar o objetivo geral proposto e compreender, a partir do caso estudado, como as decisões relacionadas à precificação se refletem na contribuição econômica dos combustíveis comercializados.

Como limitação, destaca-se que o estudo foi realizado em uma única empresa e concentrou-se exclusivamente na comercialização de combustíveis durante o exercício de 2025. As informações analisadas refletem, portanto, as condições econômicas, comerciais e operacionais observadas nesse período. Por se tratar de um estudo de caso único e de um único exercício, os resultados não devem ser generalizados para outros postos ou períodos sem considerar suas particularidades. A ausência de um critério de rateio dos gastos fixos compartilhados entre a comercialização de combustíveis e a loja de conveniência também limita a atribuição desses gastos exclusivamente à atividade de combustíveis. Além disso, embora os

descontos concedidos nas vendas de diesel estejam refletidos nos valores das vendas utilizados na análise, não foi realizada uma segregação específica das vendas com e sem desconto, o que impossibilita mensurar isoladamente a influência dessa prática sobre a margem de contribuição anual de cada produto.

Por fim, o estudo evidencia que a análise da margem de contribuição, quando associada às informações utilizadas na formação do preço de venda, permite compreender com maior precisão a contribuição econômica dos combustíveis comercializados. No caso da Empresa Alfa, o custo de aquisição constitui a principal referência para a definição dos preços, enquanto as condições de mercado e de negociação interferem no valor efetivamente praticado. As diferenças observadas entre os produtos mostram que o percentual de acréscimo sobre o custo não deve ser interpretado como sinônimo de margem de contribuição, pois esta resulta da relação entre receita, custos e despesas variáveis. Assim, o acompanhamento conjunto desses elementos pode oferecer ao gestor informações mais consistentes para avaliar os preços praticados e a contribuição gerada por cada combustível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCOMBUSTÍVEIS (ANP). **Anuário Estatístico Brasileiro do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis 2025**. Rio de Janeiro: ANP, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/anp/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/anuario-estatistico/anuario-estatistico-brasileiro-do-petroleo-gas-natural-e-biocombustiveis-2025>. Acesso em: 7 maio 2026.

AGUIAR, Andson Braga de; PIMENTEL, Renê Coppe; REZENDE, Amaury José; CORRAR, Luiz João. Análise dos direcionadores de valor em empresas brasileiras. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 90-112, 2011. DOI: 10.1590/S1678-69712011000200005.

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BRASIL. Lei Complementar nº 192, de 11 de março de 2022. Define os combustíveis sobre os quais incidirá uma única vez o Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS), ainda que as operações se iniciem no exterior; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 11 mar. 2022. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp192.htm. Acesso em: 14 jul. 2026.

BRASIL. Lei nº 9.478, de 6 de agosto de 1997. Dispõe sobre a política energética nacional, as atividades relativas ao monopólio do petróleo, institui o Conselho Nacional de Política Energética e a Agência Nacional do Petróleo e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 7 ago. 1997. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9478.htm. Acesso em: 19 maio 2026.

BRASIL. Receita Federal. **Créditos de PIS/COFINS: revendedores de combustíveis**. Brasília, DF: Receita Federal, 2024. Atualizado em: 14 jul. 2026. Disponível em: <https://www.gov.br/receitafederal/pt-br/assuntos/orientacao-tributaria/restituicao-ressarcimento->

reembolso-e-compensacao/conformidade-tributaria/operacao-inflamavel-II. Acesso em: 5 ago. 2026.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HOPP, João Carlos; LEITE, Hélio de Paula. Onde nascem os prejuízos. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 30, n. 4, p. 61-70, 1990. DOI: 10.1590/S0034-75901990000400007.

JIAMBALVO, James. **Contabilidade gerencial**. 3. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009.

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

OLIVEIRA, Diogo Pignataro de; MAIA, Vinícius Fernandes Costa. Livre concorrência e cláusula de exclusividade nos contratos de distribuição de combustíveis. **Revista de Direito Administrativo**, Rio de Janeiro, v. 259, p. 123-147, jan./abr. 2012. DOI: 10.12660/rda.v259.2012.8637.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PARANÁ. Lei nº 21.308, de 13 de dezembro de 2022. Altera a Lei nº 11.580, de 14 de novembro de 1996, que trata do ICMS, para introduzir as modificações decorrentes da publicação da Emenda

Constitucional Federal nº 123, de 14 de julho de 2022, e da Lei Complementar Federal nº 194, de 23 de junho de 2022, e dá outras providências. ***Diário Oficial do Estado do Paraná***, Curitiba, n. 11318, 13 dez. 2022. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/exibirAto.do?action=iniciarProcesso&codAto=277887>. Acesso em: 5 ago. 2026.

PEREIRA, Maurício Fernandes; OLIVEIRA, Fernando Ventura de. O processo de aquisição como estratégia organizacional podendo gerar vantagem competitiva: um estudo de caso no mercado brasileiro de distribuição de combustíveis. ***Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria***, Santa Maria, v. 6, n. 2, p. 395-414, 2013. DOI: 10.5902/198346599170.

SAMPAIO, Raquel Menezes Bezerra; SAMPAIO, Luciano Menezes Bezerra. Competição entre postos de gasolina em pequenos municípios brasileiros: uma análise a partir de um modelo de entrada empírico. ***Economia Aplicada***, Ribeirão Preto, v. 17, n. 4, p. 579-598, 2013. DOI: 10.1590/S1413-80502013000400003.

VOGT, Camila de Moura; LUCINDA, Cláudio Ribeiro. Custos de procura e dispersão de preços de gasolina e etanol no mercado brasileiro de combustíveis: evidências do município de São Paulo. ***Análise Econômica***, Porto Alegre, ano 35, n. 68, p. 317-344, set. 2017. DOI: 10.22456/2176-5456.50546.

WERNKE, Rodney. ***Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais***. 2. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

YIN, Robert K. ***Estudo de caso: planejamento e métodos***. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

¹ Graduanda em Ciências Contábeis – UENP. Endereço postal: UENP, Rodovia PR-160, km 0, Cornélio Procópio – PR, CEP 86304-028. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#)

² Mestre em Contabilidade e Controladoria – UNOPAR. Endereço postal: UENP, Rodovia PR-160, km 0, Cornélio Procópio – PR, CEP 86304-028. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#).