

## CONTABILIDADE DE CUSTOS COMO FERRAMENTA PARA TOMADA DE DECISÃO: Estudo de caso em uma Microempresa situada na região Noroeste de Mato Grosso

### COST ACCOUNTING AS A TOOL FOR DECISION-MAKING: Case study in a Microenterprise located in the Northwest region of Mato Grosso

*Dhienifer Alana Ferreira da Silva*<sup>1</sup>

*Antionielle Pagnussat*<sup>2</sup>

*Aparecida Cordeiro Fernandes*<sup>3</sup>

*Daniele Romanin da Silva Cunha*<sup>4</sup>

#### RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo estudar o caso de uma microempresa, identificando os pontos fracos em sua gestão, sugerindo a partir dos conceitos teóricos soluções práticas que possam garantir a eficácia do negócio. O trabalho está organizado primeiramente com o viés teórico, buscando na literatura artigos e documentos que evidenciam a contabilidade gerencial e a contabilidade de custos como promotora de mudanças organizacionais que auxiliam na tomada de decisão, após abordar a literatura foi realizado um estudo de caso numa microempresa familiar no ramo alimentícios situada na região noroeste de Mato Grosso, visando analisar a contabilidade custos e como é feito a formação do preço de venda utilizado pelo proprietário, com intuito de analisar e comparar os resultados com o método utilizado pela contabilidade com foco no método de custeio por absorção, para identificar as falhas na formação do custo do produto e indicar soluções possíveis. A metodologia adotada para concretização do trabalho é de caráter bibliográfico, documental e de natureza exploratória para a efetivação da revisão da literatura sobre a contabilidade gerencial e a contabilidade de custos, por fim, um estudo de caso em uma microempresa utilizando uma entrevista com o proprietário para a coleta de dados necessários para a realização da pesquisa.

**Palavras-chaves:** Contabilidade de custos; Contabilidade gerencial; Formação do preço de venda.

#### ABSTRACT

<sup>1</sup> Acadêmica do VII termo do curso de Ciências Contábeis na Faculdade do Vale do Juruena. E-mail: dhieniferalana@gmail.com

<sup>2</sup> Diretora Acadêmica e Coordenadora dos Cursos de Ciências Contábeis e Administração da AJES - Faculdade do Vale do Juruena. Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso. Pós-Graduada em Finanças, Auditoria e Controladoria pela AJES, Mestra em Ciências Contábeis pela Fucape School. E-mail: Antionielle.pagnussat@gmail.com

<sup>3</sup> Professora do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade do Vale do Juruena. Especialista em Gestão Pública. E-mail: aparecidacordeirofernandes@gmail.com

<sup>4</sup> Mestre e Coordenadora do Curso de Ciências Contábeis - Faculdade do Norte de Mato Grosso - (AJES/MT), danieleromaninsc@gmail.com

*This research aims to study the case of a micro company, identifying the weaknesses in its management, suggesting from the theoretical concepts practical solutions that can guarantee the effectiveness of the business. The work is organized primarily with a theoretical bias, searching the literature for articles and documents that show management accounting and cost accounting as a promoter of organizational changes that help in decision making, after addressing the literature, a case study was conducted in a micro company in the food business located in the northwest region of Mato Grosso, aiming to analyze the cost accounting and how the sale price used by the owner is formed, in order to analyze and compare the results with the method used by accounting with a focus on absorption costing, to identify gaps in product cost formation and indicate possible solutions. The methodology adopted to carry out the work is bibliographic, documentary and exploratory in nature to carry out the literature review on management accounting and cost accounting, finally, a case study in a micro company using an interview with the owner for the collection of data necessary to carry out the research.*

**Keywords:** *Cost accounting; Management accounting; Formation of the sale price.*

## 1 INTRODUÇÃO

A contabilidade gerencial ganhou espaço nas organizações, como uma ferramenta de tomadas de ações e evidenciando que na atualidade, com o novo cenário mercadológico a precisão nas decisões é de extrema importância para manter a empresa firme no mercado competitivo, principalmente com a evolução tecnológica, favorecendo as tomadas de decisões organizacionais (VENTURINI, 2020).

Com o advento da evolução da informação, é fundamental que as organizações tenham informações de qualidade e em tempo real, provendo as instituições a busca por ferramentas que auxiliam na toma de decisões de forma assertiva, evitando decisões errôneas. Para isso, a contabilidade gerencial é conceituada como a fonte de informação útil para a administração de empresas, sendo responsável pelas ações industriais para suprir tal necessidade. Vale destacar, que a contabilidade gerencial é a forma de prover, identificar, mensurar, analisar, interpretar e comunicar dados financeiros e não financeiros aos gestores garantindo boas escolhas para que seus negócios gerem resultados satisfatórios (ISIDORO, *et al.* 2012; ATKINSON, 2015).

Uma das principais vertentes da Contabilidade Gerencial é a análise de custos. Por isso, é fundamental que as organizações compreendam que os custos das empresas estão atrelados à revolução industrial, e principalmente após Revolução tecnológica, que trouxe a necessidade de avaliar os estoques nas indústrias com o intuito de auxiliar a tomada de decisão. (MARTINS, 2015).

Um dos maiores desafios dentro de uma empresa é determinar o preço justo para cada produto comercializado, levando em consideração a parte tributária, logística, e despesas de armazenamento, comercialização e outros fatores de agregação comercial. Logo, a contabilidade de custos irá possibilitar o valor do custo do produto da maneira assertiva, de forma que o preço de venda cubra os custos de produção e ainda proporcione uma margem de lucro substancial para a empresa (JORDÃO, BARBOSA e RESENDE, 2018). O conhecimento dos custos de produção possibilita ao empresário a fixação de um

preço de venda adequado, contudo, esse é mais um desafio para a gestão (RODRIGUES, *et al.* 2014).

A gestão organizacional é fundamental para qualquer instituição, para isso, é fundamental compreender os conceitos relacionados a contabilidade gerencial e de formação de custos. Portanto, este trabalho visa analisar uma microempresa, verificando os pontos menos favorecidos de sua gestão, e após isso, com embasamento teórico, promover ações que visem a eficácia e desenvolvimento do negócio. Portanto, é fundamental demonstrar ferramentas administrativas simples que promovem a diferença na condução de estratégias que visem alcançar preços competitivos no mercado e proporcionando ao mesmo tempo uma rentabilidade comercial para a instituição.

Com isso, esse trabalho tem como caráter descritivos com embasamento teórico, e apropriação de dados quantitativos e qualitativos para prosseguimento do estudo de caso e também foi fundamental realizar a entrevista com os proprietários da organização, visando a compreensão do processo de produção e formação de custo. Por fim, o trabalho está organizado primeiramente com o viés teórico, buscando na literatura artigos e documentos que evidenciam a contabilidade gerencial como promotora de mudanças organizacionais, e logo após um estudo de caso numa microempresa visando analisar a contabilidade gerencial e a contabilidade de custos frente as tomadas de decisões, colaborando com ações que alavanquem o desempenho organizacional da organização.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CONTABILIDADE GERENCIAL

Segundo Nexaas (2017), a contabilidade gerencial é a área que possui grande influência na tomada de decisão empresarial, tanto na formação de custos quanto na tomada de ações, e seu conceito mostra que é um conjunto de práticas e técnicas destinadas a fornecer aos gestores informações financeiras que possibilita o auxílio na gestão de recursos empresariais tornando o negócio cada vez mais competitivo e a frente do mercado.

A contabilidade gerencial é classificada em quatro estágios evolutivos, primeiramente no controle de formação de custo dos produtos e do fluxo de caixa organizacional ou controle financeiro. Já no segundo estágio, aborda o controle de informação e o planejamento gerencia, visando o desenvolvimento da eficiência dos resultados perante as tomadas de decisões, e o terceiro prevê informações, gera recursos e busca a redução de resíduos. Por fim, último estágio, onde realiza todos os três passos como citado acima, promovendo a criação de valor por meio dos recursos (VENTURINI e CARRATO, 2020).

As organizações que visem o desenvolvimento econômico e social, buscam alcançar o quarto estágio, como descrito por Venturini e Carrato, logo, possui maior vantagem competitiva e uma maior assertividade em seus processos operacionais e de gestão. Entretanto, é fundamental levar em consideração as mudanças no ambiente negocial a elevação da competitividade de mercado, os profissionais contábeis são as responsáveis pelo incentivo do uso de informação fornecida pela contabilidade gerencial tendo finalidade de potencializar os resultados econômicos e financeiros dentro de uma organização. (VENTURINI e CARRATO, 2020).

## 2.2 CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custos é a ciência contábil que estuda os gastos feitos para obter um serviço ou produto, ou seja, é o ramo da contabilidade que acumula, organiza, analisa e interpreta os custos dos produtos para controlar suas atividades e auxiliar nas tomadas de decisões, no planejamento e no gerenciamento. (RODRIGUES, *et al.* 2014). Para isso, é fundamental compreender que as organizações apresentam custos altos para sua manutenção e comercialização, portanto, é essencial a análise detalhada da formação de preço e custo do produto, visando o desenvolvimento organizacional e comercial.

Na contabilidade de custos há três métodos de custeio, sendo eles o de absorção, custeio variável e baseado em atividades (ABC), (PEREIRA, ARIMA e KOBAYASHI, 2004). Irrefutavelmente a contabilidade de custos apresenta suma importância para as organizações e o seu impacto nos processos decisórios como uma ferramenta de suporte na tomada de decisão, vale ressaltar, que esse instrumento facilita o planejamento e controle dos gastos dentro de uma empresa, tornando mais viável a produção de produtos e/ou a prestação de serviços por meio de seus métodos de custeio e controles de recursos (DEUS e MARCOLIN, 2018).

A evolução do ambiente de negócios, se percebe a constante preocupação dos gestores em estudar e conhecer os custos de produção para que possa alocar corretamente os recursos utilizados, sejam eles tangíveis (matérias prima) ou intangíveis (ideias e conceitos), e visualizar as informações referentes aos custos de seus produtos e/ou do seu processo produtivo, pode proporcionar ganhos em seus processos e evitar possíveis perdas. (DEUS e MARCOLIN, 2018).

Para Horngren, Datar, Foster (2004), o custo é uma das variáveis que influenciam diretamente ou indiretamente a formação de preço em uma companhia. Dessa forma, os custos afetam na oferta de produtos, pois quanto mais baixo for o custo em relação ao valor pago pelo cliente, maior será o lucro e para isso é fundamental verificar os métodos de custeios operacionais que envolvam na compra de matérias prima e de vendas dos produtos, podendo agregar valores mensuráveis, consecutivamente promovendo ponderável lucratividade para a organização.

## 2.3 MÉTODOS DE CUSTEIO

A maioria das organizações têm dificuldades de determinar os verdadeiros custos de sua operação e, conseqüentemente, o preço de venda adequado do produto, tendo como consequência baixa rentabilidade financeira. Dessa forma, muitas organizações enfrentam dificuldade e problemas na gestão de custos, preços e resultados, e da quantificação que cada produto contribui para o resultado total da empresa, de maneira que tenha um controle da margem de contribuição que cada produto tem para o pagamento de suas obrigações, como pagamento de insumos e matérias primas (FARIA, FREITAS e MARION, 2009)

A contabilidade de custos corrobora com os gestores, pois apresenta os principais métodos de custeio, entre os quais se pode citar: absorção, custeio variável e custeio baseado em atividade ABC. Nas redes comerciais brasileiras, o método de custeios que se destaca é o custeio por absorção, pois é o único aceito pela legislação do Imposto de Renda brasileiro, sendo também um dos métodos que melhor se encaixa nos princípios da contabilidade (CINTRA, VIDIGAL e BRAGA, 2019).

De acordo com Garrison, Noreen e Brewer (2007), o custeio por absorção consiste na análise de custo envolvendo a produção, seja ele variável ou fixo, agregando tais custo à

unidade do produto que será comercializada. Já o custeio variável persiste na análise de variação de custos, ou seja, acredita-se que o custeio variável estabelece como custo de operação somente os custos variáveis, exemplo, impostos, embalagens, fornecedores, matérias primas, mão de obra terceirizada, entre outras. Levando em consideração sua definição, o custo indireto e o custo fixo não são considerados custo do produto ou do serviço, mas sim custo do período e seu valor total é confrontado diretamente com as receitas do período. (CINTRA, VIDIGAL e BRAGA, 2019).

O sistema de custeio baseado na atividade ou Activity Based Costing (ABC) teve seu surgimento a partir da ausência de informações para que as organizações avaliassem seus efetivos custos, e da incapacidade de fazê-lo com os métodos de custeio tradicionais. Segundo Cintra, Vidigal e Braga (2019) o ABC é o sistema de custeio que atribui os custos incorridos às atividades específicas realizadas no processo de fabricação de um produto ou serviço. Segundo Kroenke, Söthe e Scarpin (2011), o sistema ABC busca um nível maior de detalhes para compreender como que a empresa aloca os seus recursos, e é apontada como uma das melhores ferramentas para o aprimoramento de custo, onde conduz a uma ampla gama de resultados adicionais (CINTRA, VIDIGAL e BRAGA, 2019).

A tabela abaixo demonstra os três principais métodos de custeio e suas principais características:

**Quadro 1 – Sistemas de Custeio**

Sistema de custeio	Características
Custeio por absorção	A grande diferença desse método de custo para os outros é que ela leva em conta todos os custos: diretos, indiretos, fixos e variáveis. Os custos indiretos dependem de indicadores de custo para que sejam apropriados aos produtos.
Custeio variável	O custeio variável tem por objetivo levar em consideração para as análises de resultado da empresa somente os custos e despesas que variam diretamente ao nível de atividade ou de produção da empresa.
Custeio ABC	A principal característica deste método está na identificação dos custos indiretos, que apenas são indicados pelo conjunto agregado das atividades, mas desta vez, atribuídos separadamente para cada atividade.

**Fonte:** Adaptado. Horneqrem, Foster e Datar, 2004.

## 2.4 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

O processo de comercialização de um produto é fundamental para eficácia na rentabilidade das organizações, para isso, é de extrema importância realizar análises comerciais, diferenciações de fornecedores, verificar os tipos de tributação que os estados detêm, e outros fatores que irão influenciar diretamente na formação de custo de um produto. A determinação da formação do preço de venda é um dos fatores de extrema importância que pode levar a empresa a alcançar seus resultados na complexidade do mercado competitivo. Sendo fundamental, a eficiência na determinação do preço do produto ou serviço a ser comercializada, pois é responsável pela sobrevivência da organização, devido a dois motivos, seja a necessidade de cobrir os gastos diários e a garantia da fidelidade do cliente. (SILVA, et al, 2020). A formação de preço de qualquer produto sendo feita de forma correta é primordial para as organizações, visto que sua formação é resultante da administração e possui um grande fator em relação a lucratividade

da organização e principalmente sua posição de mercado, sobressaindo contra seus concorrentes (RODRIGUES, et al. 2014).

As pequenas e médias empresas sentem a dificuldade na formação de preço de venda, tanto de produtos e serviços, e isso é problema comum entre estas organizações, e para que os gestores adotem estratégia para alcançar o lucro desejado é fundamental aplicação da contabilidade custos, e também é desejável que elas adotem sistemas tecnológicos que auxiliem nas tomadas de decisões, logo os gestores precisam ter conhecimento dos custos e do faturamento e, exercer sobre estes um controle que viabilize a rentabilidade esperada (RODRIGUES, et al. 2014).

O comércio está em constante mudanças, seja elas tecnológicas, humanas e relações comerciais e consecutivamente promoveu exigências para que as empresas se aperfeiçoe seus segmentos, tanto em produtos, serviços, atendimentos, conforto, qualidade e o considerado indispensável o preço de comercialização, resultando sua permanência no mercado (SILVA, et al, 2020).

O gerenciamento dos preços descreve de maneira simples o uso de estratégias de composição numérica, afim de traduzir a maior vantagem competitiva. O ato de calcular e decidir o preço do produto/serviços possui alta complexidade, pois há várias vertentes envolvidas no processo de precificação, como o custo da matéria prima, impostos, armazenamento, concorrência de mercado, diferentes nichos de mercado envolvendo o consumidor final. (CAVALCANTI, CASTRO e CAVALCANTI, 2019).

Segundo Pereira (2002) “a decisão sobre o preço de venda é importante para que a empresa alcance o sucesso, isto é, um resultado econômico positivo conhecido como lucro”, no entanto, é fundamental que os gestores observem os preços e suas condições e analisar as categorias atuais em que se encontra o mercado, principalmente as políticas de preços praticados pelos seus concorrentes, promovendo vantagens competitivas.

A formação de preço venda está baseada em custos, que estabelecem o preço dos produtos por meio dos cálculos dos gastos, adicionando uma margem de lucro desejada. É fundamental analisar o nicho de mercado, ou seja, é imprescindível produzir produtos ou serviços, mas é necessário um público de consumidores finais que irá absorver a quantidade que for produzida com a tabela de preço fixado pela empresa. Já o modelo orientado pelo mercado consiste somente na demanda do produto, da ação da concorrência e do valor percebido pelos clientes (GARCIA, et al, 2014).

A formulação de preços quando baseada em custo, é basicamente a aplicação de um índice sobre os custos e despesas, um método conhecido como *mark-up* (ponto de marcação) habitualmente expresso como um percentual de preço de venda (GARCIA, et al, 2014). O termo *mark-up* do inglês marcar para cima, é usado para determinar o percentual de custos e despesas incidentes sobre as vendas, os tributos sobre o lucro, bem como as variáveis que incidem sobre o preço de venda. Considerando que o preço de venda de um produto deve ser suficiente para cobrir seus gastos, os impostos e ainda obter lucro, o *mark-up* desenvolveu sua estrutura de (custos + despesas + impostos + lucro), (GARCIA, et al, 2014).

**Quadro 2** - Exemplo de cálculo de *mark-up*

Custo Direto	R\$ 100,00
Percentual de Custos Fixos	15%
Percentual de Despesas Variáveis	10%
Percentual de Impostos	15%
Margem de Lucro Desejada	30%

$Mark - up = \frac{100}{[100 - (\%CF + \%DV + \%IM + \%L)]}$
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (15\% + 10\% + 15\% + 30\%)]}$
$Mark - up = \frac{100}{30} = 3,33$
$Preço de venda = Mark - up \times Custo Direto$
$Preço de venda = 3,33 \times R\$ 100,00 = R\$ 333,33$

Fonte: Adaptado de Horneqrem, Foster e Datar, 2004.

Seguindo as informações do Quadro 2, um produto tem um custo direto de R\$100,00 com uma porcentagem de custos fixos de 15%, despesas variáveis 10%, impostos 15% e uma margem de lucro desejada de 30%. Para chegar ao índice *mark-up*, aplica-se a fórmula usando os custos fixos, despesas variáveis, impostos e a margem de lucro desejada. Por fim multiplica-se o *Mark-up* pelo valor do custo direto. No caso do exemplo do Quadro 2, um produto com custo direto de R\$ 100,00 precisa ser vendido por R\$ 333,33 para que os custos e despesas sejam cobertos e ainda se alcance a margem de lucro desejada.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia adotada para concretização do trabalho é de caráter bibliográfico, documental e de natureza exploratória para a efetivação da revisão da literatura sobre a contabilidade gerencial, contabilidade de custos e as principais influências na tomada de decisão dentro das organizações. Para a construção do referencial teórico foram realizadas consultas nas seguintes bases de dados: *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), *Scielo* e *Google Acadêmico*, periódicos classificados com *Qualis Capes* entre A1 à B3. Por fim, foi realizado um estudo de caso na microempresa familiar do segmento de alimentício do município de Juína, situada na região noroeste de Mato Grosso, utilizando como método de coleta de dados uma entrevista de caráter informal com o proprietário da empresa.

#### 3.1 COLETA DE DADOS

Para a realização da coleta de dados procedeu-se da entrevista de caráter informacional com apoio e observação do administrador da empresa, afim de conhecer e entender o método utilizado para a formação do custo do produto e do preço de venda, vale ressaltar que esta análise foi efetuada durante o mês de agosto do ano de 2020, com perguntas abertas cujo objetivo, é identificar quais produtos são produzidos, as matérias primas utilizadas em sua fabricação, o rateio dos custos e a formação do preço final do produto.

Durante a entrevista, foi coleta as seguintes informações do mês de agosto de 2020, dentre elas, o faturamento do mês girou em torno de R\$ 13.363,50, atendendo mais de 177 pessoas, sendo comercializado aproximadamente 26.696 unidades de mini salgados. Foi identificado as matérias-primas principais para a produção do produto, como resposta o proprietário da empresa informou que o produto atualmente comercializado são os minis salgados variados, onde são montados combos promocionais durante a semana, estratégia comercial adotada.

Segundo o gestor da microempresa, para a produção de massa dos minis salgados é necessário farinha de trigo, leite, água, temperos em pó com sabor de carne ou de frango, sal e margarina e para os recheios são utilizados, carne de bovina, frango, salsicha, presunto e queijo. A matéria prima é adquirida dentro do estado do Mato Grosso tendo como intuito do gestor de diminuir os impostos como ICMS, IPI, entre outros.

Vale ressaltar que microempresa anteriormente, seguia com o seguimento de comercialização de pães e outros produtos de padaria, no entanto o empresário optou por realizar somente a produção de mini salgados, transformando a fábrica de pães numa fábrica de salgados.

Após a identificação das matérias primas, foi questionado ao gestor de que forma ele define o custo do produto, tendo como resposta que a formação de preço é de “acordo com a quantidade de matéria prima”, ou seja, o administrador da microempresa divide o preço com a quantidade utilizada para a produção, por exemplo, o trigo custa R\$ 3,20 por quilo, vale ressaltar, que os impostos já estão incluídos nesse valor, pois é comprado diretamente nos mercados da cidade, e na produção da massa são utilizados 5kg de trigo, desta forma multiplica-se o preço do quilo do trigo pela quantidade utilizada, este cálculo é utilizado para os demais produtos, ao final soma-se o valor total de cada matéria prima, entretanto, deve-se acrescenta-se 40% correspondente as despesas operacionais, como energia, água, colaboradores, e outras despesas, chegando assim ao custo final do produto.

Também foi questionado ao gestor se colocava os custos e despesas variáveis na formação de preços, tendo como resposta o gestor da empresa comentou que os custos são acrescentados através de porcentagem no preço final do produto, ou seja, não são identificados durante a formação do custo e sim deduzidos ao final da precificação, onde o mesmo informou que acrescenta em torno de 375% de margem ao custo total do produto, formando assim o preço de venda final. Ao ser questionado o porquê desse acréscimo, o mesmo informou que foi uma dedução feita por ele durante os anos da empresa, onde sempre conseguiu pagar pelos custos do produto e conseguir um lucro para manter a empresa. O entrevistado também informou que busca ao máximo reduzir o custo do produto, para que o preço final seja atrativo ao consumidor, tendo assim um aumento positivo em suas vendas.

#### 4 ESTUDO DE CASO

Este estudo foi realizado em uma microempresa do ramo alimentício de fabricação e venda no varejo de mini salgados, localizada no município de Juína, região noroeste do estado de Mato Grosso, conta com uma estrutura física alugada em alvenaria, tendo em torno de 30 m<sup>2</sup> de área construída, possui atualmente 2 colaboradores que atuam como auxiliares de produção. A atividade principal é a produção de mini salgados, como coxinha, risoles e enroladinhos, nos seguintes sabores carne, frango, salsicha, presunto e queijo.

Projetada no ano de 2009, a instituição no princípio produzia apenas pães que eram entregues em pequenos mercados locais para revenda. Impulsionado pelo aumento do consumo e a oportunidade de expandir o seu negócio, o empresário decidiu adicionar mais um produto ao seu portfólio, e os mini salgados se tornaram sensação na região, sendo comercializados tanto por atacado para a revenda quanto por varejo para o consumidor final.

Com o passar dos anos e surgindo algumas dificuldades econômicas, a empresa decidiu que deveria reduzir custos, devido à baixa rentabilidade dos produtos de padaria, a empresa optou por extinguir sua fabricação, ficando apenas com a produção de salgados, que é sua principal atividade de renda até os dias atuais.

Este estudo tem como objetivo estudar o caso desta microempresa, buscando identificar os pontos fracos em sua gestão de precificação, sugerindo a partir dos conceitos teóricos para as soluções práticas, como a implantação de Softwares para facilitar o registro e a formação do custo; planilhas detalhadas de possíveis custos; promover o planejamento

financeiro da instituição tanto de entrada quanto de saída, redução de custos supérfluos, desenvolvimento de práticas redutivas no custo de água e energia, que possam garantir a eficiência e eficácia do negócio.

Com base na entrevista realizada com o administrador da empresa seguem dados coletados e método utilizado para formação do custo e da precificação dos produtos comercializados.

### 5.1 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA A PARTIR DA METODOLOGIA UTILIZADA PELO PROPRIETÁRIO

Nesta seção serão apresentados os dados coletados a partir da entrevista, observação e os relatórios fornecidos pelo proprietário. O objetivo é apresentar o sistema de custeio atualmente utilizado e em seguida apropriar tais dados ao sistema de Custeio por Absorção, utilizando a metodologia do Mark-up para formação do preço de venda.

**Tabela 1** – Matérias-primas utilizadas para a produção dos salgados

Custos Diretos	
Matéria prima	Preço
Farinha de trigo	R\$3,20 / KG
Leite	R\$ 2,50 / L
Caldo de galinha	R\$ 21,99 / KG
Caldo de carne	R\$ 21,99 / KG
Sal	R\$ 1,25 / KG
Margarina	R\$ 5,60 / 500G
Colorífico	R\$ 4,15 / 250 G
Carne	R\$ 11,98 / KG
Frango	R\$ 12,60 / KG
Presunto	R\$ 14,55 / KG
Mussarela	R\$ 30,00 / KG
Salsicha	R\$ 11,90 / KG
Refrigerante	R\$ 6,17 2 L

**Fonte:** Fonte: Dados da pesquisa

A tabela descrita acima evidencia os dados coletados correspondentes as matérias primas para a produção dos mini salgados, juntamente com o custo de cada uma delas, de acordo com as unidades de medida (quilos e litros). E na tabela abaixo, demonstra os custos e despesas variáveis:

**Tabela 2** – Custos e despesas variáveis

Custos e despesas variáveis mensais	
Energia	R\$ 1,148,00
Água	R\$ 25,97

**Fonte:** Dados da pesquisa

Na tabela 03, demonstra os custos fixos, sendo estes independentes do nível de atividade da empresa, ou seja, qualquer quantidade produzida ou vendida de salgado, mesmo que seja zero, estes custos se mantêm.

**Tabela 3** – custos fixos

Custos fixos	
Aluguel	R\$1.200,00
Salários	R\$ 2874,48
Internet	R\$ 139,90
Contador	R\$ 400,00

**Fonte:** Dados da pesquisa

Na tabela 4, demonstra a formação de preço de custo da massa dos minis salgados, ou seja, é a soma em reais de todos os produtos utilizados na produção da massa dividida pela quantidade final de mini salgados.

**Tabela 4 – Formação do preço do custo da massa do salgado**

Produção de 5kg de massa / equivale a 1200 unidades de mine salgados				
Matéria-prima	Valor	QTD	Unid. de medida	Custo total
Trigo	R\$3,20 / KG	5	KG	R\$3,20 x 5 = 16,00
Leite	R\$2,50 / L	2	L	R\$ 2,50 x 2 = 5,00
Caldo de galinha/carne	R\$ 21,99 / KG	25	G	R\$ 21,99 / 1000 x 25 =0,55
Sal	R\$ 1,25 / KG	75	G	R\$ 1,25 / 1000 x 75 = 0,09
Margarina	R\$5,60 / 500G	500	G	R\$ 5,60
<b>Total Geral</b>				R\$ 27,24
<b>Custo Unitário (R\$ 27,24 / 1200 unid.)</b>				R\$ 0,0227

Fonte: Dados da pesquisa

Na tabela 5 informa a formação de preço do custo de recheio de carne, que deve ser evidenciado da seguinte forma, a quantidade de carne e tempero utilizada para produção final de salgado, expressando assim o custo unitário.

**Tabela 5 – Formação do preço do custo do recheio de carne.**

Produção de 5kg de recheio / equivale a 1200 unidades de mine salgados				
Matéria-prima	Valor	QTD	Unid. de medida	Custo total
Carne	R\$ 11,98 / KG	5	KG	R\$11,98 x 5 = 59,90
Sal	R\$1,25 / L	10	G	R\$ 1,25 / 1000 x 10 = 0,01
Caldo de galinha/carne	R\$ 21,99 / KG	5	G	R\$ 21,99 / 1000 x 5 = 0,11
Colorífico	R\$ 4,15/ KG	25	G	R\$ 4,25 / 250 x 25 = 0,42
<b>Total Geral</b>				R\$ 60,44
<b>Custo Unitário (R\$ 60,44 / 1200 unid.)</b>				R\$ 0,0503

Fonte: Dados da pesquisa

Na tabela 6 demonstra a constituição de preço do custo de recheio de frango, onde é expresso da seguinte forma, a quantidade de frango e tempero utilizada para produção final de salgado, evidenciando assim o custo unitário.

**Tabela 6 – Formação do preço do custo do recheio de Frango.**

Produção de 5kg de recheio / equivale a 1200 unidades de mine salgados				
Matéria-prima	Valor	QTD	Unid. de medida	Custo total
Carne	R\$ 12,60 / KG	5	KG	R\$12,60 x 5 = 63,00
Sal	R\$1,25 / L	10	G	R\$ 1,25 / 1000 x 10 = 0,01
Caldo de galinha/carne	R\$ 21,99 / KG	5	G	R\$ 21,99 / 1000 x 5 = 0,11
Colorífico	R\$ 4,15/ KG	25	G	R\$ 4,25 / 250 x 25 = 0,42
<b>Total Geral</b>				R\$ 63,44
<b>Custo Unitário (R\$ 63,44 / 1200 unid.)</b>				R\$ 0,0528

Fonte: Dados da pesquisa

E na tabela 7 expressa o preço do custo de recheio do presunto e queijo, que deve ser evidenciado da seguinte forma, a quantidade de presunto e queijo utilizada para produção final de salgado, expressando assim o custo unitário.

**Tabela 7 – Formação do preço do custo do recheio de Presunto e queijo.**

Produção de 5kg de recheio / equivale a 1200 unidades de mine salgados				
Matéria-prima	Valor	QTD	Unid. de medida	Custo total
Presunto	R\$14,55 / KG	5	KG	R\$12,60 x 5 = 63,00
Mussarela	R\$ 30,00/ KG	1,5	KG	R\$ 1,25 / 1000 x 10 = 0,01
<b>Total Geral</b>				R\$ 102,75
<b>Custo Unitário (R\$ 102,75 / 1200 unid.)</b>				R\$ 0,0856

Fonte: Dados da pesquisa

Nas tabelas a seguir é evidenciado o custo unitário dos mini salgados, agregando o custo da massa, recheio e mão de obra.

**Tabela 8** – Formação do custo unitário do mine salgado de carne.

Custo do mine salgado de carne	
Matéria prima	Valor R\$
custo da massa	R\$27,24
custo do recheio	R\$ 60,44
40% MOD	R\$ 35,07
Total	R\$ 122,75
1200 unidades	R\$ 122,75 / 1200
custo unitário	R\$ 0,10

Fonte: Dados da pesquisa

Na tabela descrita acima, demonstra o a formação do custo dos mines salgados de carne. Na constituição do custo foi levado em consideração o custo da massa de 5kg de trigo, do recheio de carne acrescentando ao final 40% de mão de obra, totalizando o custo de R\$ 122,75. Para obter o custo unitário foi utilizado o custo total com a quantidade de mini salgados que é possível produzir, ou seja, utilizou o valor de R\$ 122,75 dividido por 1200 unidades de mini salgados, para obter o custo unitário, correspondente a R\$0,10 centavos.

**Tabela 9** – Formação do custo unitário do mini salgado de Frango.

Custo do mine salgado de Frango	
Matéria prima	Valor R\$
custo da massa	R\$27,24
custo do recheio	R\$ 63,44
40% MOD	R\$ 36,27
Total	R\$ 126,95
1200 unidades	R\$ 126,95 / 1200
custo unitário	R\$ 0,13

Fonte: Dados da pesquisa

Na tabela acima comprova a formação do custo dos mines salgados de frango, adotando o mesmo método feito na tabela 5, e para a realização do custo do salgado foi empregue o total do custo da massa de 5 kg, juntamente o custo do recheio de frango, chegando ao valor de R\$126,95, para encontrar o custo unitário, dividiu-se o valor total com 1200 unidades de salgados, dando o custo de R\$ 0,13 centavos a unidade, percebe-se que como o preço do quilo do frango está superior ao da carne de gado, o custo unitário subiu em torno de R\$0,03.

**Tabela 10-** Formação do custo unitário do mini salgado de presunto e queijo.

Custo do mine salgado de presunto e queijo	
Matéria prima	Valor R\$
custo da massa	R\$27,24
custo do recheio	R\$ 102,75
40% MOD	R\$ 51,99
Total	R\$ 181,98
1200 unidades	R\$ 181,98 / 1200
custo unitário	R\$ 0,15

Fonte: Dados da pesquisa

A forma de cálculo utilizado para a obtenção do custo unitário do mini salgado de presunto e queijo foi feito da mesma maneira das tabelas 9 e 8, percebe-se que o custo

unitário se alterou de acordo com o preço do recheio, que é maior que o custo do frango e da carne, e o custo unitário dos minis salgados de presunto e queijo é de R\$0,15 centavos.

**Tabela 11 – Formação do preço de venda segundo o proprietário**

Aumenta 375% para dar o preço final	
Salgados	Precificação
Salgado de carne	$0,10 \times 375\% = 0,48$
Salgado de frango	$0,13 \times 375\% = 0,62$
Salgado de presunto e queijo	$0,15 \times 375\% = 0,71$

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 11 demonstra a formação do preço de venda, onde o proprietário informou na entrevista que ao realizar custo dos salgados acrescenta-se em torno de 375% para dar o preço final, sem perder lucratividade. Observa-se que na formação do preço de venda o proprietário utiliza uma margem hipotética (375%) que de acordo com sua visão será capaz de cobrir custos e despesas além de proporcionar uma lucratividade adequada.

Para a realização da DRE foram utilizados os dados de acordo com a formação do custo do proprietário, e para descobrir o custo total de cada produto foi utilizado o custo unitário multiplicado com a quantidade produzida. E as despesas administrativas foram identificadas de acordo com o valor do aluguel R\$ 1.200,00, internet R\$ 139,30 e honorários com contador no valor de \$ 400,00 mensais, totalizando R\$ 1.739,90, vale ressaltar que a mão de obra dos colaboradores, matéria primas e recursos necessário para a produção estão adicionadas no cálculo de custo dos produtos.

**Tabela 12- DRE (de acordo com o método de custeio do proprietário)**

Descrição	Salgado de carne	Salgado de frango	Salgado de pres. E queijo	Total
Receita de venda	R\$ 5.076,89	R\$ 4.222,40	R\$ 4.064,21	R\$ 13.363,50
(-) Custo do produto	(R\$ 1.014,20)	(R\$ 1.96,55)	(R\$ 1.217,85)	(R\$ 3.328,60)
(=) lucro bruto	R\$ 2.178,53	R\$ 1.791,55	R\$ 1.457,76	R\$ 10.034,90
(-) despesas adm.				(R\$ 1.739,90)
(-) LAIR				R\$ 8.295,00

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 12 demonstra o resultado líquido do mês de agosto de acordo com a formação do custo realizado pelo proprietário da empresa onde obteve como lucro antes do IR o valor de R\$ 8.295,00. O tópico abaixo será realizado o cálculo do custo de acordo com o método de custeio por absorção, onde será comparado o resultado presente na tabela 09 com o resultado presente na DRE realizada de acordo com o método de custeio com base na contabilidade de custos.

#### 4.2 APURAÇÃO DO CUSTO DO PRODUTO COM BASE NO CUSTEIO POR ABSORÇÃO

Para o cálculo do custo do produto através do Custeio por Absorção, serão utilizados os valores de material direto já informados anteriormente, nas quais são: Massa R\$ 27,24, recheio de carne R\$ 60,44, recheio de frango 63,44, recheio de presunto e queijo R\$102,75. Todos os valores referem-se à produção de 5 kg de cada um dos produtos mencionados. Foram produzidos no mês de agosto de 2020, 26.696 unidades de salgados, sendo 10.142 de carne de gado, 8.435 de frango e 8119 de presunto e queijo.

Na utilização da fritura dos salgados são necessários 23 litros de óleo para fritadeira, que é em torno de 26 garrafas de 900ml de óleo, cada garrafa de 900ml tem um custo de R\$ 7,89 reais para o gestor dando um total de R\$ 205,14 reais, logo o custo do óleo por litro é de R\$ 8,76 reais.

A empresa detém como maquinário e equipamentos três freezers cujo o custo total de aquisição de R\$ 6.400,00, e a máquina de salgados custou R\$ 20.000,00 e a fritadeira com custo de aquisição de 3.200,00. Para isso, adotou-se a porcentagem de depreciação destes equipamentos de 10% ano. Todos as máquinas e equipamentos relacionados a produção totalizam o custo de aquisição R\$29.600,00, com 10% de depreciação ao ano, dividindo por 12 meses cada mês tem como custo de depreciação R\$ 246,66.

Na entrevista o proprietário informou os demais custos e despesas que a partir daqui serão classificados conforme os preceitos do sistema de custeio.

#### Custo direto

- Matéria prima R\$ 2.257,93
  - Embalagem: R678,18\$
  - Óleo: R\$ 205,14
  - Total matéria prima R\$ 3.141,25
  - Mão de obra direta R\$ 2.874,48
- Total R\$ 6.015,73

#### Custos indiretos fixos

- Energia elétrica R\$ 1.148,00
  - Água R\$ 25,97
  - Material de limpeza: R\$ 200,00
  - Combustível: 300,00
  - Depreciação: R\$ 246,66.
- Total R\$ 1920,63.

#### Despesas administrativas

- Aluguel R\$ 1.200,00
  - Internet: 139,90
  - Contador R\$ 400,00
- Total R\$ 1.739,90

Foi utilizado como base rateio para Mão de Obra Direta e C.I.F (custo indireto de fabricação) a quantidade produzida em unidades.

**Tabela 13-** Método *mark-up* cálculo preço de venda do mine salgado de carne

Custo Direto	R\$ 0,28
Percentual de Custos Fixos	36%
Percentual de Despesas Variáveis	65%
Percentual de Impostos	3,27% (Super Simples Nacional)
Margem de Lucro Desejada	30%
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (\%CF + \%DV + \%IM + \%L)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (36\% + 64\% + 3,27\% + 30\%)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{33,27} = 3,01$	
$Preço de venda = Mark - up \times Custo Direto$	
$Preço de venda = 3,01 \times R\$ 0,28 = R\$ 0,84$	

**Fonte:** Dados da pesquisa

**Tabela 14** – Custo de acordo com a produção de 1200 unidades

Matéria Prima	KG	R\$	QTD
Massa	5	27,24	1200
Carne	5	60,44	1200
Frango	5	63,44	1200
Pres. Queijo	5	102,75	1200

Fonte: Dados da pesquisa

**Tabela 15** – Formação do custo do salgado

Produto	QTD. Produzida	Massa 5kg	Recheio	Embalagem und.	Óleo	Matéria-Prima Total
Salgado de carne	10,142	R\$ 230,22	R\$ 510,82	R\$ 257,65	R\$ 77,93	R\$ 1.076,62
Salgado de frango	8,435	R\$ 191,47	R\$ 445,93	R\$ 214,28	R\$ 64,82	R\$ 916,50
Salgado Pres. queijo	8,119	R\$ 184,30	R\$ 695,19	R\$ 206,25	R\$ 62,39	R\$ 1.148,13
Total	26,696	R\$ 605,99	R\$ 1.651,94	R\$ 678,18	R\$ 205,14	R\$ 3.141,25

Fonte: Dados da pesquisa

**Tabela 16** – Formação do custo do salgado (continuação tabela 15).

Produto	Mão-de-obra-direta	Custo Direto Total	C.I.F	Total	Custo Un.
Salgado de carne	R\$ 1.092,04	R\$ 2.168,66	R\$ 729,66	R\$ 2.898,36	R\$ 0,28
Salgado de frango	R\$ 908,23	R\$ 1.824,73	R\$ 606,85	R\$ 2.430,85	R\$ 0,29
Salgado Pres. queijo	R\$ 874,20	R\$ 2.022,33	R\$ 584,12	R\$ 2.606,45	R\$ 0,32
Total	R\$ 2.874,48	R\$ 6.015,73	R\$ 1.920,63	R\$ 7.935,66	R\$ 0,89

Fonte: Dados da pesquisa

O custo total dos salgados produzidos apurados no mês de agosto foram R\$ 7.935,66. Onde foi produzido um total de 26.696 unidades de mini salgados, dividindo o valor total do custo de cada tipo de salgado temos como custo unitário para a empresa no mês de agosto para os sabores de carne R\$ 0,34, frango R\$0,34. E presunto e queijo R\$ 0,38.

Ao observar a tabela 17 representando a DRE (Demonstração do Resultado de Exercício) pode-se perceber que ao alocar os custos corretamente a empresa ainda teve um lucro de R\$ 3.687,94, lucro este que pode ser aumentado tendo um acréscimo nas vendas ou até mesmo na redução de custos, o que pode ser estudado dentro da empresa a melhores estratégias para obter mais resultado.

**Tabela 17-** DRE (de acordo com o método de custeio por absorção)

Descrição	Salgado de carne	Salgado de frango	Salgado de pres. E queijo	Total
Receita de venda	R\$ 5.076,89	R\$ 4.222,40	R\$ 4.064,21	R\$ 13.363,50
(-) Custo do produto	(R\$ 2.898,36)	(R\$ 2.430,85)	(R\$ 2.606,45)	(R\$ 7.935,66)
(=) lucro bruto	R\$ 2.178,53	R\$ 1.791,55	R\$ 1.457,76	R\$ 5.427,84
(-) despesas adm.				(R\$ 1.739,90)
(-) LAIR				R\$ 3.687,94

Fonte: Dados da pesquisa

Para calcular o preço de venda, foi utilizado a fórmula do *mark-up*, utilizando como exemplo o salgado de presunto e queijo que tem custo maior para a empresa.

**Tabela 18-** Método *mark-up* cálculo preço de venda do mine salgado de carne

Custo Direto	R\$ 0,28
Percentual de Custos Fixos	36%
Percentual de Despesas Variáveis	65%

Percentual de Impostos	3,27% (Super Simples Nacional)
Margem de Lucro Desejada	30%
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (\%CF + \%DV + \%IM + \%L)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (36\% + 64\% + 3,27\% + 30\%)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{33,27} = 3,01$	
$Preço de venda = Mark - up \times Custo Direto$	
$Preço de venda = 3,01 \times R\$ 0,28 = R\$ 0,84$	

**Fonte:** Dados da pesquisa

Para calcular o preço de venda, foi utilizado a fórmula do *mark-up*, utilizando como exemplo o salgado de frango.

**Tabela 19-** Método *mark-up* cálculo preço de venda do mine salgado de frango

Custo Direto	R\$ 0,29
Percentual de Custos Fixos	36%
Percentual de Despesas Variáveis	65%
Percentual de Impostos	3,27% (Super Simples Nacional)
Margem de Lucro Desejada	30%
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (\%CF + \%DV + \%IM + \%L)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (36\% + 64\% + 3,27\% + 30\%)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{33,27} = 3,01$	
$Preço de venda = Mark - up \times Custo Direto$	
$Preço de venda = 3,01 \times R\$ 0,29 = R\$ 0,87$	

**Fonte:** Dados da pesquisa

Para calcular o preço de venda, foi utilizado a fórmula do *mark-up*, utilizando como exemplo o salgado de presunto e queijo.

**Tabela 20-** Método *mark-up* cálculo preço de venda do mine salgado de presunto e queijo.

Custo Direto	R\$ 0,32
Percentual de Custos Fixos	36%
Percentual de Despesas Variáveis	65%
Percentual de Impostos	3,27% (Super Simples Nacional)
Margem de Lucro Desejada	30%
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (\%CF + \%DV + \%IM + \%L)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{[100 - (36\% + 64\% + 3,27\% + 30\%)]}$	
$Mark - up = \frac{100}{33,27} = 3,01$	
$Preço de venda = Mark - up \times Custo Direto$	
$Preço de venda = 3,01 \times R\$ 0,32 = R\$ 0,96$	

**Fonte:** Dados da pesquisa

De acordo com o método *mark-up* o preço de venda recomendado ao proprietário para os mines salgados de carne, frango e presunto e queijo respectivamente é de R\$ 0,84, R\$ 0,87 e R\$ 0,96 para conseguir pagar os custos e ter lucro dentro de seu negócio. Observando ao longo do trabalho percebe-se que o preço comercializado por ele conseguiu manter seu negócio durante anos, no entanto, de maneira ilusória ele consegue manter seu empreendimento, pois não aloca de maneira correta seus custos, e para que possa ter mais

lucro é necessário realizar corretamente o custo do produto para assim formar o preço de comercialização, e traçando suas estratégias de vendas e melhorar a gestão de sua empresa.

Portanto, para verificar os resultados financeiros da organização, é preciso verificar a DRE que é a demonstração de resultados do exercício da empresa antes do imposto de renda. E o Lair é a medida do lucro da empresa, baseada em sua capacidade de gerar receita com sua atividade e na forma como ela se relaciona com o mercado financeiro. E ao analisar o demonstrativo do resultado dos exercícios durante o estudo de caso, foi possível notar pelo acordo com o método de custeio por absorção a diferença entre o resultado líquido antes do imposto de renda, cuja a primeira demonstração do DRE foi de R\$8.295,00 e quando realizado o DRE corretamente, foi de R\$ 3.687,94.

Assim sendo, quando fazemos o comparativo entre os DRE's há uma diferença entre R\$ 4.607,06 reais, o que gera uma disparidade entre o lucro real e o lucro ilusório que os responsáveis da organização imaginam, entretanto, para verificar a veracidade dos valores, teria que realizar um estudo aprofundado por volta de uns 12 meses para analisar o comparativo trimestral de todas as despesas e receitas da organização, e assim descobrir realmente onde é alocado o dinheiro.

Neste caso, o lucro ilusório que os gestores da empresa têm promove um desgaste a instituição, logo, é necessário averiguar a alocação dos recursos financeiros, pois o lucro possivelmente está dentro da empresa, escondido em estoque, em possíveis contas a receber, outro fator impactante é quando a organização mistura contas pessoais com as contas do negócio, mascarando o lucro da empresa

Por fim, teria como sugestão aos sócios da empresa familiar para alavancar o desempenho organizacional, o curso de contabilidade ou administração para assim verificar todos cultos envolvidos diretamente ou indiretamente, também teria a possibilidade de introduzir softwares especializados para quantificar os recursos e despesas da organização, alavanco o desempenho organizacional e lucrativo.

## 5 CONCLUSÃO

Com o desenvolvimento econômico e social, as empresas buscam como vantagem competitiva a formação do preço de venda tendo estratégias que atraia o cliente pelo custo benefício, vale destacar que as organizações não só têm como função a geração de lucro, mas tem que estar comprometida com o ambiente que está inserida. Para conseguir se manter firme do mercado, o crucial é formar um preço de venda de seus produtos ou serviços para que não pague para trabalhar, através dessa formulação pode-se montar estratégias de negócio para se manter à frente de seus concorrentes.

O sistema de custeio que a empresa utiliza deverá estar constantemente em análise quanto a sua capacidade de gerar informações, onde deverá ter plenos conhecimentos em seus pontos fortes, como a demanda geográfica atendida, as tabelas de concessões de descontos, preços promocionais e inovações mercadológicas, e compreender seus pontos fracos como, preços altos, produção insuficiente para atender o mercado, exposição e *marketing* de produtos desfocado do ramo, baixo desenvolvimento profissional dos colaboradores e outros preceitos que devem ser levado em conta no processo de formulação de preços, para que fiquem um passo à frente de seus concorrentes.

O presente trabalho teve como objetivo analisar o processo de formação de custo dos produtos/serviços, e demonstrar como a contabilidade de custo influencia dentro de

uma organização. Para isso, foi necessário comparar o método de custeio utilizado por uma microempresa da região noroeste de Mato Grosso com o método utilizado pela contabilidade de custos, onde foi escolhido o método de custeio por absorção.

Dentre as análises efetuadas, foi observada uma singela administração dos recursos financeiros da instituição, pois no processo de formação do custo dos produtos muitas informações são passadas despercebidas, entretanto, no viés contábil todos insumos são considerados como custo e devem ser contabilizados para formação de custo. Com isso pode-se observar que o é imprescindível avaliar e controlar os custos da empresa para uma formação correta no preço do produto, pois pode impactar no resultado final da organização, tanto no seu faturamento quando na gestão.

Ao analisar as DRE's realizadas durante o estudo de caso, de acordo com os custos realizados pelo proprietário de acordo com o método de custeio por absorção pode-se perceber a grande diferença no resultado líquido antes do imposto de renda, na primeira demonstração realizada o LAIR (Lucro Antes do Imposto de Renda) foi de R\$ 8.295,00 e a o LAIR realizado de acordo com o método correto com base na contabilidade de custos foi de R\$ 3.687,94, tendo uma diferença de caixa final de R\$ 4.597,00. Com isso o proprietário tem uma ilusão de lucro não sabendo de maneira assertiva o lucro real que está sendo obtido na venda de seus produtos.

Com isso foi recomendado para a formação do custo de seus produtos a utilização de um método de custeio de acordo com a contabilidade de custos, para melhor controlar seus gastos e melhor administrar o que está entrando e saindo da empresa, tendo um melhor giro de caixa e conseguindo formular suas estratégias de maneira mais eficiente e eficaz para a obtenção de um resultado positivo.

Desta forma, a contabilidade de custos é um fator imprescindível para o desenvolvimento de qualquer instituição, entretanto, a pesquisa teve algumas limitações, principalmente na obtenção de informações, mesmo os gestores trabalhando a 11 anos no ramo, não são formados na área da administração ou contabilidade, e acabam deixando vários pontos que podem agregar no valor do produto. E seria fundamental uma análise complexa da empresa por volta de uns 6 meses para auxiliar os gestores no desenvolvimento da formulação de preços.

Por fim, são necessárias diversas pesquisas envolvendo a área de formulação de custos, principalmente para as microempresas, onde a consolidação e o desenvolvimento de preços ainda são obsoletos, logo, com o desenvolvimento destas práticas e informações públicas, muitas empresas poderá realizar a análise de seus custos, promovendo uma rentabilidade elevada.

## REFERÊNCIAS

ATKINSON, A. A. *et al.* **Contabilidade gerencial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

BANDEIRA, G. G.; BENIN, M. M.; SOUZA, M. A.; MACHADO, D. G. Utilização de métodos de custeio para fins gerenciais: aderência empírica em empresas da Região Sul do Brasil. **Sinergia**, v. 21, n. 1, p. 67-78, 2017.

BARROS, C. M. E.; LEMOS JÚNIOR, L. C.; COLAUTO, R. D.; VOESE, S. B. Interdisciplinaridade em contabilidade gerencial e contabilidade de custos em programas de

mestrado: percepções de docentes e discentes. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 6, n. 14, p. 163-181, 2012.

BERNARDI, L. A. **Política e formação de preços: uma abordagem competitiva, sistêmica e integrada**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

CORRAR, Luis João; GARCIA, Edinete André da Rocha. Programação linear: uma aplicação à contabilidade de custos no processo de tomada de decisão. **Revista Cruzando Fronteiras: Tendencias de Contabilidad Directiva para el Siglo XXI**, 2001.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, M. C. **Contabilidade Gerencial**. 11<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007

HORNEGREM, C. T., FOSTER, G., DATAR, K. M. **Contabilidade de Custo**. 11<sup>a</sup> ed. São Paulo: Pearson, 2004.

ISIDORO, C. *et al.* A utilização de artefatos de Contabilidade Gerencial em cooperativas agropecuárias. **Revista de Contabilidade da UFBA**, Salvador, Bahia, Brasil, v. 6, n. 2, p. 39-55, 2012

JORDÃO, R. V. D.; BARBOSA, C. R.; RESENDE, P. T. V. Inflação Interna, Gestão e Controle de Custos: Uma Experiência de Sucesso em uma Multinacional Brasileira. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 12, n. 1, p. 122-144, 2018.

KROENKE, A.; SÖTHER, A.; SCARPIN, J. E. Estrutura de Custos das Empresas do Setor de Vestuário Listadas na Bovespa: Utilização da Análise de Regressão Linear. **ABCustos Associação Brasileira de Custos**, v. 6, n. 1, jan./abr. 2011.

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

MATTOS, Paulo de Carvalho. **Tipos de revisão de literatura**.

Disponível: <<https://www.fca.unesp.br/Home/Biblioteca/tipos-de-evisao-de-literatura>>.

Acesso em: 14 de maio de 2020.

NEXAAS. **Contabilidade gerencial: Entenda o conceito e sua importância**. Disponível em: <https://nexaas.com/2017/05/02/contabilidade-gerencial-entenda-o-conceito-e-sua-importancia/>>. Acesso em 01 de Jul. de 2020.

PEREIRA, Fábio H. **Formação do preço de venda para micros e pequenas empresas**. CRCSC & Você – Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 15-13, abril/2002 - julho/2002.

PEREIRA, E.; ARIMA, C. H.; KOBAYASHI, A. K. A integração do sistema de contabilidade de custos aos sistemas de apoio à decisão e de informação executiva. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS**, v. 1, n. 1, p. 13-24, 2004.

RODRIGUES, L. A.; BRAUN, D. R.; MIREK, Z. M.; FENGLER, D.; CARVALHO, C. T. Contabilidade de custos como ferramenta gerencial aplicada a atividade hoteleira: estudo de caso aplicado a um hotel situado na região das Missões – RS. **Revista Eletrônica de Administração e Turismo**, v. 4, n. 2, p. 384-400, 2014.

SCHULTZ, Felix. Custeio por Absorção: **Entenda os custos da produção**. Disponível em:<<https://bomcontrole.com.br/custeio-por-absorcao/>>. Acesso em 01 de jan. 2020.

VENTURINI, L. D. B.; CARRARO, W. B. W. H. Estágio Evolutivo da Contabilidade Gerencial em Organizações Contábeis de Natureza Jurídica EIRELI no Município de Porto Alegre – RS. **Revista Capital Científico - Eletrônica**, v. 18, n. 2, p. 81-99, 2020.