

# A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE DE CUSTOS NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA PARA SOBREVIVÊNCIA DAS EMPRESAS NO MUNDO GLOBALIZADO. XI INIC / VII EPG – UNIVAP 2007

**Marco Antonio Magalhães<sup>1</sup>, Luiz Emílio Santos Maciel<sup>2</sup>.**

<sup>1</sup> Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas – Universidade do Vale do Paraíba, Rua Pico da Neblina 135  
CEP 12214-250 - Altos de Santana - São José dos Campos – SP, e-mail magalhaesf@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas – Universidade do Vale do Paraíba, AV Shishima Hifumi, 2911  
CEP 12244-000 - Urbanova – São José dos Campos – SP, e-mail maciel@aporto.com.br

**Resumo** - Este artigo tem como principal objetivo demonstrar a importância da utilização dos métodos de custeio, destacando os mais usuais no mercado como o Custeio por Absorção, Custeio Variável ou Direto, Custeio ABC (*Activity Based Costing*) e o Custo Padrão, evidenciando-os como fator preponderante para a formação do preço de venda no mercado atual e exemplificando suas principais características, pontos positivos e negativos. Conclui-se enfatizando as conseqüências da falta de controle dos custos e a importância de saber formar preço de venda utilizando técnicas, métodos de custeio e conhecimento do mercado para alcançar seu principal objetivo, o lucro, que poderá ser visto por meio da utilização do *mark-up*.

**Palavras-chave:** preço de venda, métodos de custeio, custos.

**Área de Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas.

## Introdução

Nestes dias em que a competitividade é cada vez maior, é de extrema necessidade a busca contínua para aprimorar a qualidade em todos os segmentos, processos e atividades, buscando a aceitação e a permanência dos produtos e/ou serviços no mundo globalizado. Nas economias modernas, com altos níveis de competitividade, o preço de venda de um bem qualquer não pode superar significativamente os preços dos seus concorrentes sem arriscar-se a consideráveis perdas de venda. Por essa razão, difundiu-se a máxima de que os preços de venda são determinados pelo mercado.

Entretanto, o mercado só pode sugerir e não determinar o preço de venda aproximado de um produto ou serviço qualquer; apenas indica os limites em torno do qual o preço do produto ou serviço poderá oscilar, para menos ou para mais, sempre suportando as proporcionais variações de vendas decorrentes dessa oscilação.

Mas, para ajudar na tarefa de encontrar um equilíbrio no preço praticado e demonstrar a importância de formar preços por meio de estudos, a contabilidade de custos torna-se altamente relevante, com seus sistemas e métodos de informações que permitem melhor gerenciamento.

Em razão dos aspectos apresentados, e entendendo a necessidade de contribuir para melhor clareza, este estudo pretende demonstrar a importância da contabilidade na globalização estratégica de custos, evidenciando a importância

do preço de venda como fator determinante para a empresa maximizar o lucro e se manter competitiva no mercado. De forma mais específica, são apresentados os diferentes critérios utilizados na formação do preço de venda, a partir de diferentes ópticas de custos e elementos para a formação do preço de venda.

## Metodologia

Este estudo foi elaborado utilizando como base informações levantadas a partir de pesquisa, análise e seleção bibliográfica. Os referenciais teóricos pesquisados enfatizam a importância de se utilizar os métodos de custeio na formação do preço de venda. Este trabalho tem como público alvo os estudantes de contabilidade, contadores e empresários, que buscam seu aperfeiçoamento em relação à formação do preço de venda.

## Resultados

A Contabilidade é um importante instrumento sistematizado de informações referentes às atividades operacionais financeiras e sociais de uma empresa, sendo a contabilidade de custos o ramo destinado a produzir informações para os diversos níveis gerenciais, coletando, classificando e registrando os dados operacionais das diversas atividades internas e externas, utilizando métodos de custeio (forma de apurar custos) para que, ao final do processo, seja possível obter-se o valor a ser atribuído ao objetivo do estudo.

A existência de mais de um método de custeio decorre das visões que as pessoas têm em relação ao que é custo de produto. Alguns entendem que só devem ser atribuídos aos produtos custos perfeitamente identificáveis e mensuráveis unitariamente, não devendo existir rateios de custos gerais ou comuns, enquanto outros entendem que a distribuição de custos comuns é justificável e deve ser feita.

Santos (2005, p.3), em negócios empresariais a apuração, o controle e análise dos custos são necessários justamente para poder formar preço de venda competitivo. A arte consiste em conhecer os custos marginais de cada produto ou serviço, de certa forma identificável com cada unidade vendida e saber o custo para manter a empresa em funcionamento.

O Custeio por Absorção define que os custos dos produtos serão constituídos por todos os gastos no processo produtivo. Dessa forma, o preço de venda deverá cobrir somatória de matéria prima consumida, da mão-de-obra direta e dos custos indiretos alocados, obtendo-se o lucro que deverá cobrir as despesas fixas e variáveis, além de proporcionar o lucro líquido.

Para Megliorini (2001, p.3), é o método que consiste em atribuir aos produtos fabricados todos os custos de produção, quer de forma direta ou indireta (rateios), sendo este o método utilizado para custear os estoques, cujos saldos constam do Balanço Patrimonial, e para determinar o Custo dos Produtos Vendidos, constantes da Demonstração de Resultados do Exercício.

A principal vantagem do Custo por Absorção é que ele assegura a recuperação total dos Custos e a obtenção de uma margem planejada de lucros, o que é muito importante na formação do preço a longo prazo.

O método de Custeio Variável ou Direto leva em consideração apenas os gastos variáveis, eliminando, assim, a necessidade de rateios e as imprecisões deles decorrentes. Nesse método são apropriados pela produção os custos variáveis, normalmente compostos pela matéria prima e a mão-de-obra direta consumida no processo produtivo, permitindo aos administradores utilizar os custos como ferramenta auxiliar na tomada de decisões, tais como: quais os produtos que colaboram mais para a lucratividade da empresa; determinar quais produtos devem ter suas vendas incentivadas, reduzidas ou excluídas da linha de produção; quais produtos proporcionam a melhor rentabilidade quando existirem fatores que restringem a produção; e qual preço mínimo a ser praticado em algumas condições. Essas condições podem ser venda de capacidade ociosa; decisão entre comprar ou fabricar; determinação do nível

mínimo de atividades em que o negócio passa a ser rentável; definição em uma negociação com o cliente e de qual limite de descontos permitidos.

Conforme Padoveze (2003, p.167), este método é uma ferramenta gerencial, que existe para fornecer ao administrador dados de custos necessários para dirigir os assuntos de uma organização.

O método ABC (Activity-based Costing) é uma metodologia de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio dos custos indiretos. Com este método busca-se identificar as atividades que contribuem, de forma específica e mais direta possível, no processo produtivo.

Para Martins (2001, p.93), custeadas as atividades, a relação entre elas e os produtos são definidas pelos direcionadores de atividades, que levam o custo de cada uma aos produtos (unidades, linhas ou famílias). Depois de completada a fase de custeamento das atividades segue a definição dos processos (conjunto de atividades que inter-relacionavam) e seus respectivos custos, o que permite melhor análise não só do lucro ou custos de um produto, mas também de onde estão sendo consumidos os recursos aplicados na empresa.

Utilizando ferramentas próprias procura-se identificar todos os gastos relacionados às atividades produtivas, transferindo os recursos consumidos nessas atividades para o produto. O método ABC é uma ferramenta que permite melhor visualização dos custos por meio da análise das atividades executadas dentro da empresa e suas respectivas relações com os produtos. Para utilizar o ABC é necessária a definição das atividades relevantes dentro dos departamentos, bem como dos direcionadores de recursos que irão alocar os diversos custos indiretos incorridos às atividades.

O método de Custeio padrão representa medidas físicas e monetárias relativas aos elementos de receita e aos custos dos eventos, transações e atividades, adequadamente mensurados, que deveriam ser atingidos a partir de condições pré-estabelecidas, vinculadas à decisão de elaborar uma unidade de produto, em um determinado momento de tempo. Conforme Padoveze (2003 p.223,224), o método é um custo normativo, um custo objetivo, um custo proposto ou um custo que se deseja alcançar. Os custos são apropriados à produção não pelo seu valor efetivo ou real, mas sim por uma estimativa; é uma forma de controlar os custos, e é a partir da institucionalização do custo padrão, que tanto pode ser usado com o método de custeio por Absorção ou Variável.

A formulação de preços de venda é uma das melhores utilizações do custo padrão. Embora teoricamente o mercado determine o preço de venda dos produtos, este deve ser inicialmente calculado em cima das condições de custo das empresas. Dessa forma, como elemento inicial para a formação de preço de venda deve-se utilizar o custo padrão, pois ele traz os elementos necessários para apresentar um preço de venda ideal.

A empresa que adota sistema de custos para formação do preço de venda obtém vantagens em relação a seus concorrentes. O cálculo do preço de venda deve levar a um valor que traga à empresa a maximização dos lucros, em que seja possível manter a qualidade, atender aos anseios do mercado àquele preço determinado que melhor aproveite os níveis de produção.

Conforme Santos (2005, p.4), o conhecimento do custo operacional e o seu reflexo em todo produto ou serviço são condições preponderantes de sobrevivência em qualquer negócio com ou sem fins lucrativos.

Utiliza o *mark-up*, que é um valor ou percentual que reúne os elementos que compõem o preço de venda, ou seja, o custo, as despesas e o lucro, e tem por finalidade cobrir as seguintes contas: impostos sobre vendas, taxas variáveis sobre vendas, despesas administrativas fixas, despesas de vendas fixas, custos indiretos de produção fixo e lucro. O cálculo do preço de venda ideal é feito da seguinte forma :

Custo Direto Variável / *mark-up* divisor (fator de formação do preço de venda).

O cálculo poderá ser observado na tabela 1, que exemplifica a sua formação e na tabela 2 que apresenta os resultados.

*Mark-up* 100% - percentual de despesas fixas - percentual de lucro líquido.

**Tabela 1 – Exemplo do Mark-up**

Custo Direto Variável	R\$ 20,00
Despesas Variáveis	7%
Despesas Fixas	30%
Lucro Líquido	8%
Preço de Venda	R\$ 36,36
$20,00 / (100\% - 7\% - 30\% - 8\%) = 20,00 / 55\% = 36,36$	

**Tabela 2 – Demonstrativo do Resultado.**

Preço de Venda	R\$ 36,36	100,00%
Custos Direto Variáveis	R\$ 20,00	55,00%
Despesas Variáveis	R\$ 2,54	7,00%
Despesas Fixas	R\$ 10,91	30,00%

Lucro Líquido	R\$ 2,91	8,00%
---------------	----------	-------

Entretanto deve-se comparar o preço pretendido com o praticado pelo mercado. Caso o preço de mercado seja menor do que o preço calculado, a empresa deverá desenvolver alguma ação para diminuir os seus custos, ou despesas, ou, então, aceitar um lucro líquido menor.

## Discussão

O resultado deste estudo é de grande importância, pois proporciona conhecimento sobre diferentes métodos de custeio e a sua necessidade na formação do preço de venda.

Ficou evidente, que as empresas que utilizam sistemas de custos para formação do preço de venda levam vantagem em relação a seus concorrentes nos dias atuais.

## Conclusão

Este estudo evidenciou a importância da formação do preço de venda e a escolha do método de custeio mais adequado para empresa mensurá-lo. Entre as conclusões pode-se citar: (1) Tanto o Custeio por Absorção como o Custeio Variável utilizam as mesmas informações referentes à produção e aos custos, diferenciando somente no tratamento dado aos custos fixos. Enquanto o Custeio por Absorção aloca os custos fixos aos produtos, o Custeio Variável não, pois considera como do período e não dos produtos; assim, pelo Custeio Variável, os produtos recebem somente os custos variáveis.

Além dos custos variáveis para produzir, os produtos, aos serem comercializados, propiciam o surgimento de despesas variáveis como, por exemplo, comissão, fretes e seguros. Enquanto, no Custeio por Absorção os produtos geram lucro, que é a diferença entre o preço de venda e o custo de produção (fixo e variável), no Custeio Variável geram margem de contribuição, sendo esta a diferença entre o preço de venda e o custo variável mais despesas variáveis, e esses tratamentos levam a resultados diferentes; (2) Para utilizar o Custeio ABC (*Activity Based Costing*), é necessária a definição das atividades relevantes dentro dos departamentos, bem como dos direcionadores de recursos que irão alocar os diversos custos indiretos incorridos às atividades. Deve-se incorporar, também, o custeio das atividades administrativas e comerciais; (3) Custo Padrão que é calculado com base em eventos futuros de custos desejados, que podem ou não acontecer, podendo divergir do custo aprovado

quando da venda efetiva do produto; (4) O tratamento de forma empírica poderá provocar como consequência à empresa uma rentabilidade menor, representando uma ameaça ao seu crescimento e à sua própria estabilidade econômica e financeira.

Portanto, é importante que o empresário não deixe de utilizar tais métodos para a formação do preço de venda, evidenciando a necessidade de o responsável pela formação do preço conhecer os custos operacionais, o mercado em que atuam e os métodos de custeio para que se possa formar preço correto é competitivo, alcançando a estabilidade no mercado e o lucro desejado. Conclui-se que é necessário um volume grande de informações referente ao mercado para que se possa juntar as informações internas e externas e optar pela escolha de qual método de custeio é o mais adequado para a empresa.

### **Referências**

- MARTINS, E. Contabilidade de Custos. São Paulo: Atlas, 2001.
- MEGLIORINI, E. Custos. São Paulo: Makron Books, 2001.
- PADOVEZE, C.L. Curso Básico Gerencial de Custos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- SANTOS, J.J. Fundamentos de Custos para formação do preço e do lucro. São Paulo: Atlas, 2005.