

A GESTÃO DE CUSTO E PRECIFICAÇÃO NO RAMO ALIMENTÍCIO

Adivam Patrício Lino, Damiana Taiane de Araújo Lima, Katya Radinz¹
Thekeane Pianissoli²

RESUMO

A gestão de custos é um assunto muito abordado atualmente, isto devido a sua complexidade e relevância no que tange resultados operacionais satisfatórios, muitas empresas mostram-se perdidas ao adotarem estratégias para o gerenciamento de custo, que acabam por decepcioná-las, neste contexto, faz-se necessária a adoção de um método de custeio ideal, bem como de uma técnica de precificação dos produtos promissora, que tragam embasamentos para as principais decisões da administração. A metodologia utilizada nessa pesquisa de acordo com a natureza é Aplicada, Quantitativa e Qualitativa, Exploratória e Descritiva, a técnica utilizada para coleta de dado será bibliográfica, elaborada a partir do material já publicado, juntamente com o estudo de caso, o qual terá como instrumento o questionário aberto e a entrevista com o gerente da empresa. O Objetivo estimado é identificar e analisar a eficiência que uma boa gestão de custo vinculada a uma boa formação de preço terá em uma empresa do ramo alimentício. Os principais resultados foi a obtenção da eficiência real da gestão de custo, bem como a adoção do método por absorção e da tática da margem sobre o lucro, trazendo resultados bons e a alavancagem dos lucros.

Palavras Chaves: Métodos de custeio. Custos. Precificação

INTRODUÇÃO

Em meio as dificuldades financeiras causada que o mundo vem sofrendo, as empresas buscam meios de se manterem vivas no mercado e é nesse momento que os empresários buscam chamar atenção através de ofertas que atraem mais consumidores, mas não basta estipular estimativamente um certo valor promocional aos seus produtos sem que antes haja um estudo aprofundado de seus custos, bem como a adoção de um método de custeio eficiente para precificar as mercadorias, de forma que a empresa consiga aumentar suas vendas e ainda obter um percentual de lucro que satisfaça o empresário. (ALVES, 2018).

Assim sendo, é notório que a contabilidade de custos é de suma importância para as empresas neste quesito, pois é por meio dela que se pode extrair informações relacionadas ao processo produtivo, partindo da aquisição da matéria-prima até a conclusão do produto final, auxiliando na formação de preço de venda, redução de gastos, entre outros, desta maneira otimizando os resultados.

¹ Graduandos em Ciências Contábeis pela Faculdade Capixaba de Nova Venécia – MULTIVIX no ano de 2021.

² Professora orientadora. Especialista em Gestão empresarial, Didática do Ensino Superior e Administração. Graduada em Administração com ênfase em Análise de Sistemas.

Dias, Carvalho e Cogan (2006) falam sobre o quão essencial é uma formação de preço de venda em seus estudos, considerando a maneira que as empresas do Shopping Center Rio Sul formulam o seu preço de venda (que é formado pelo custo pleno, sendo assim não se atentam devidamente com a precificação).

Diante disso, formulou-se tal questão: como o uso de um método de custeio e uma tática de formação de preço eficiente poderá permitir a formação do preço de venda atraente e ao mesmo tempo resultar em benefícios econômicos e financeiros para uma empresa do ramo alimentício?

Mediante as dificuldades de vendas observadas no mercado empresarial, resultante de inúmeros fatores, as empresas devem apoiarem-se em adotar uma estratégia que auxilie no processo de gestão, bem como na otimização dos lucros. Desta forma a hipótese aplicada nesta pesquisa é que ao adotar um método de custeio ideal, assim como um método para formação de preço eficiente, a empresa conseguirá mensurar e controlar adequadamente os seus custos e despesas, bem como formulará os preços de vendas dos seus produtos de forma a conseguir atrair mais clientes e manter uma margem de segurança satisfatória, ou seja, conseguirá uma receita de venda que supra os seus gastos totais e no final resulte em um bom percentual de lucro. Sendo assim, de acordo com Alves (2018), a empresa alavancará seu resultado econômico e financeiro ao mesmo tempo que satisfará aos seus consumidores.

Esta pesquisa possui como objetivo geral identificar e analisar a eficiência que uma boa gestão de custo vinculada a uma boa formação de preço terá em uma empresa do ramo alimentício. Visando alcançar este objetivo geral, foram desenvolvidos os seguintes objetivos específicos: investigar a importância e a eficiência da gestão de custo levando em consideração o cenário real da empresa; identificar e apresentar os principais método de custeio; verificar a política de precificação da organização e analisar os benefícios e malefícios resultante da gestão de custos realizada na empresa. O mercado exige cada vez mais qualidade dos produtos e serviços, o que exige um aperfeiçoamento dos processos gerenciais das empresas, para que as mesmas continuem sobrevivendo e prosperando. Assim sendo, a realização de um controle de custos é primordial, pois expõe informações cruciais aos gestores.

Este estudo tem relevância prática voltada à análise dos procedimentos práticos realizados em uma empresa do ramo alimentício, verificando se o que é dito na teoria

condiz com a realidade em relação a formação do preço de venda em seus produtos.

A expectativa é que a empresa pesquisada conheça estes procedimentos, assim realizando um controle mais aperfeiçoado de seus gastos, reduzindo custos, formando preço de vendas mais adequados e obtendo desta maneira mais resultados e oportunidades de crescimento.

REFERENCIAL TEÓRICO

APURAÇÃO E CLASSIFICAÇÕES DE CUSTOS

“Podemos, então, definir genericamente custos sendo a mensuração econômica dos recursos (produtos, serviços e direitos) adquiridos para a obtenção e a venda dos produtos e serviços da empresa.” (PADOVEZE, 2014, p.4).

Existe, entretanto, uma diferença entre os custos e as despesas, sendo que no primeiro caso refere-se aos gastos que são incorporados ao produto e será recuperada no momento da venda, já no segundo caso refere-se ao desembolso que afeta o resultado da empresa, modificando assim o seu patrimônio líquido (RIBEIRO, 2018).

Para elaboração do custo deve-se considerar 3 elementos que compõem o mesmo, sendo: Materiais, Mão de Obra e Gastos Gerais de Fabricação (RIBEIRO, 2018).

“Materiais são os objetos utilizados no processo de fabricação, podendo ou não entrar na composição do produto.” (RIBEIRO, 2018, p. 18).

Os materiais podem ser classificados nos seguintes subgrupos: Matéria-prima: é a substância principal indispensável para a produção do produto. Exemplo: em uma indústria de confecções, a matéria prima é o tecido, sendo a substância bruta mais usada (RIBEIRO, 2018).

Materiais secundários: são utilizados na fabricação em menor quantidade que a matéria-prima, usados de forma complementar. Exemplo: Em uma indústria de confecção os materiais secundários são os aviamentos como botões, linha, zíperes, entre outros (RIBEIRO, 2018).

Materiais auxiliares: são materiais que embora utilizados na fabricação, eles não compõem o custo dos produtos. Exemplo: Em uma indústria de confecção, os materiais auxiliares são as tesouras para o corte dos tecidos, o produto de limpeza de acabamento, entre os outros (RIBEIRO, 2018).

Materiais de embalagem: são aqueles que embalam os produtos acabados,

preparando-os assim para a venda. Exemplo: em uma indústria de confecções, as caixas de papelão ou as sacolas plásticas são considerados os materiais de embalagem (RIBEIRO,2018).

A mão de obra é um dos desembolsos que compõem os custos, sendo considerada como o esforço que o empregado aplica para fabricar o produto, desta forma dentro desse segmento se encaixa as despesas com os salários e todos os encargos sociais. Nesse contexto surge a separação de dois tipos de mão de obra: mão de obra direta e mão de obra indireta, sendo que a primeira diz respeito aos gastos com os funcionários que manipulam diretamente a produção ou a execução do serviço, já o segundo são os gastos com os funcionários que exercem atividades de apoio (PADOVEZE, 2013).

“Os gastos Gerais de fabricação compreendem os demais gastos necessários para a fabricação dos produtos, os quais, pela própria natureza, não se enquadram como materiais ou como mão de obra.” (RIBEIRO,2018, p.19).

Dessa forma, os gastos gerais de fabricação devem ser contabilizados levando em conta uma visão geral, devendo ser incluído para apuração do valor de mensuração todas as despesas que lhes acompanham, observando alguns critérios como: excluir os impostos recuperáveis e incluir os valores gastos até o recebimento na empresa, os gastos acessórios e os impostos não recuperáveis (PADOVEZE, 2013).

Os custos são classificados principalmente por dois critérios, sendo segundo sua apropriação aos produtos e quanto ao nível de atividades. Quanto ao primeiro critério eles estão divididos entre custos diretos e indiretos, levando em conta o grau de dificuldade de medição. Já quanto ao segundo critério os custos são definidos em relação ao seu comportamento, sendo definidos como variáveis e fixos (CREPALDI, 2018).

Os custos diretos são aqueles cujos valores incorrem diretamente pela fabricação do produto, quando analisados nos aspectos unitários seus valores são fixos, entretanto, quando analisados ao custo total os valores são variáveis de acordo com quantidade fabricada, desta forma quanto menor o volume de produção, menor o custo total direto e vice-versa (SILVA,2010).

“Custo Indiretos=materiais, mão de obras e gastos gerais, cuja incidência ocorre continuamente, independentemente do fato de haver ou não produção.” (SILVA,2010, p.22).

Dessa forma os custos indiretos não são facilmente identificados com relação a alocação a um produto ou serviço específico, sendo assim preciso muitas vezes o rateio, que leva em consideração uma base considerada mais justa para distribuição desses valores. Já os custos diretos eles são diretamente identificáveis aos seus objetos de custeio, não necessitando de utilizar métodos como o rateio para destrinchar o seu custo (LEONE,2010).

Aqueles custos que variam a cada unidade produzida ou vendida de uma forma proporcional são chamados variáveis (PADOVEZE, 2013).

Os custos fixos são aqueles que não mudam independentemente se ao volume de produção aumentou ou não, entretanto, o mesmo pode ter uma certa variação no valor, mas não acontece de forma proporcional ao volume fabricação. Uma de suas características estrutural é que os mesmos são fixos em sua totalidade, mas se analisados de forma unitária eles são menores de acordo que com que o volume de produção for aumentando (SANTOS,2017).

PRINCIPAIS MÉTODOS DE CUSTEIO

“A expressão método de custeio diz respeito à composição do valor de custo de um evento, atividade, produto, atributo etc., ou seja, de uma entidade objeto de custeio de interesse do gestor.” (ROCHA, MARTINS, 2015, p.44).

Os diferentes métodos de custeios fornecem várias alternativas de decisão, sobre as quais os elementos que formam o custo devem ou não serem inclusos na mensuração de cada produto, sendo assim os métodos constituem ferramentas de embasamento para aplicação de sistemas de formação de preços, através dos mesmos é possível apurar a margem de lucratividade, eles consideram a natureza e o comportamento dos elementos com relação ao volume de produção, ou seja, levam em conta os custos fixos e os variáveis. Nesse contexto destacam-se os métodos de Custeio Variável, o Custeio por Absorção e o Custeio por Atividades (ROCHA, MARTINS, 2015).

“Considerando o aspecto de decisão, ou seja, sobre a ótica gerencial, o custeio variável proporciona de forma rápidas informações fundamentais à gestão financeira das organizações.” (STOPATTO, 2020, p.30).

Na apropriação variável apenas os custos variáveis são alocados no produto, os custos fixos por conta da sua dificuldade em apropriação, visto que necessitam de critérios arbitrários, são apenas reconhecidos como despesas e farão parte da

demonstração de resultado. Desta forma ao aplica tal metodologia é possível obter a margem de contribuição, sendo essa o resultado entre a receita líquida e os gastos variáveis, podendo assim obter um embasamento para decisões gerenciais de grande valia, visto que a margem de contribuição é mais eficaz que o lucro contábil, pois não mascara resultados positivos, mas evidencia de forma confiável os produtos que são viáveis para produção e os que não são (STOPATTO, 2020).

O custeio variável apresenta muitas vantagens, dentre elas, impede que aumentos de produção que não correspondam a aumento de vendas distorçam o resultado, além de ser uma ferramenta para tomada de decisão para os gerenciadores do negócio, entretanto esse método não é aceito pela auditoria externa, nem pela legislação do imposto de renda e por uma significativa parcela de contadores (VICECONTI, 2018).

O método de custeio por absorção é vantajoso por ser aceito para a preparação das demonstrações contábeis e para decisões a longo prazo, neste método todos os custos e despesas de fabricação são alocados ao produto, ou seja, os gastos variáveis e os gastos fixos são abatidos na receita. Desta forma tal forma de custeio adota a atividade de forma geral como produtora dos custos, sendo necessária considerar todos os gastos que consomem recursos, para que então se constitua instrumentos básicos para avaliar os estoques, elaborar as demonstrações contábeis e atender as exigências do fisco (STOFFEL, 2007).

“O custeio por absorção ou custeio pleno consiste na apropriação de todos os custos (sejam eles fixos ou variáveis) à produção do período.” (VICECONTI, 2018, p.24).

“Custeios por absorção e variável utilizam os mesmos dados, mas a forma de tratamento dos dados é diferente e a maioria das características de cada método pode ser observada na operação de resultado preconizado pelos métodos.” (FONTOURA, 2013, p.84).

Uma variante deste método é a fixação do preço com base na alocação não somente dos custos, mas também das despesas aos produtos, adicionando-se a seguir a margem desejada de lucro. Trata-se do método RKW, de origem alemã, Reichskuratorium für wirtschaftlichkeit . (VICECONTI, 2018, p. 192)

O método de custeio RKW possui uma vantagem, dado qualquer aumento de um item de custo ou de despesa, é possível calcular seu efeito no preço do produto (VICECONTI, 2018).

“O RKW é um sistema de custeio de origem alemã chamado *Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit*, que significa ‘Conselho Administrativo do Império para a Eficiência Econômica’.” (STOPATTO, 2020, p.85)

Através do sistema de custeio RKW todos os valores gastos pela empresa para fabricação de um produto são levados em consideração, incluindo custos fixos, variáveis e as despesas comerciais, administrativas e financeiras (STOPATTO, 2020).

“Em resumo, pelo sistema RKW todos os custos e despesas existentes são alocados aos itens produzidos e adicionados à margem de lucro.” (STOPATTO, 2020, p.85).

Segundo Crepaldi e Crepaldi (2017)

“Custeio RKW é a junção de todos os tipos de custos, despesas aos produtos a serem vendidos pela empresa, em que se define um número agregado médio para as unidades, minimizando os gastos totais da empresa e auxiliando a gerenciar esses números agregados.” (CREPALDI; CREPALDI, 2017, p.238).

Sendo assim, no RKW uma vantagem é que a empresa ou indústria conhece os gastos totais na fabricação de determinado produto ou serviço através de uma formação unitária, ou seja, de cada produto produzido (CREPALDI; CREPALDI, 2017).

Backer e Jacobsen (1973) destaca quatro demarcações sobre algumas desvantagens do método RKW quando utilizado decisões de precificação de um produto:

Primeiro, não leva em consideração a elasticidade da procura. Admitidamente, a procura não pode ser calculada prontamente, mas um sistema de preços que depende inteiramente dos custos dificilmente é realista para a maioria dos negócios. É provável que a maioria das empresas que declaram usar o método dos custos plenos faça, na realidade, ajustes em seus cálculos de preços para levar em conta as condições do mercado.

Segundo, deixa de levar em conta a concorrência. Uma empresa não pode operar no vácuo. Não deve presumir que suas funções estejam necessariamente sendo desempenhadas com eficiência máxima e que se pode fazer abstração dos preços mais baixos dos concorrentes. Isso resultaria na perpetuação das ineficiências existentes e em sua incorporação à estrutura dos preços da empresa. Ao contrário, uma empresa deve esforçar-se, constantemente, para reduzir seus custos de maneira que seus preços sejam iguais aos da concorrência ou menores, sem deixar de proporcionar um lucro satisfatório.

Terceiro, o método do custo pleno não distingue entre os custos fixos e os variáveis. Uma empresa que adota esse método tenderia a rejeitar as encomendas que não cubram, pelo menos, os custos totais do produto. Entretanto, a aceitação de tal encomenda poderia, em realidade, resultar em lucros acrescidos, bastando que

fossem cobertos, no mínimo, os custos adicionais decorrentes da encomenda.

Quarto, no método do custo pleno aplica-se aos custos dos produtos uma porcentagem uniforme como provisão para os lucros. Isso deixa de reconhecer que nem todos os produtos podem auferir lucros a uma mesma taxa. (BACKER; JACOBSEN, 1973, p. 216)

O método de custeio por atividades é conhecido também como método de custeio ABC, e proporciona vantagens competitivas, seja pela otimização de custos ou até mesmo pela diferenciação em relação as empresas concorrentes, visto que o mesmo possui como foco o desempenho das atividades e dos processos (ROCHA, MARTINS, 2015).

O processo de custeio é realizado em três etapas: Determinação dos grupos de recursos e dos respectivos direcionadores; cálculo das taxas de custo por direcionador, e alocação dos custos aos produtos ou a outras entidades objeto de custeio conforme a sua demanda pelos direcionadores (ROCHA, MARTINS, 2015).

Para uma melhor eficiência o custeio por atividade deve ser utilizado periodicamente, de forma complementar ao sistema recorrente utilizado pela empresa, mas não deve ser usado em substituição, visto que não proporciona fundamento suficiente para ser usado de maneira isolada para tomadas de decisões cotidianas, mas serve como complemento para análise a intervalos de tempo (ROCHA, MARTINS, 2015).

FORMAÇÃO DE PREÇOS DE VENDA COM BASE NO CUSTO E MARGEM SOBRE O CUSTO

Este preceito supõe que o mercado absorve os preços de venda definidos pela empresa, que o calcula sobre seus custos e sobre os investimentos realizados. Porém, nem sempre é o acontece, o que ocasiona uma eventual invalidade em tal procedimento (PADOVEZE, 2013).

Portanto, Padoveze (2013), cita outros modelos que se refere as situações que tal procedimento pode ser utilizado:

- a. estudos de engenharia e de mercado para a introdução de novos produtos;
- b. acompanhamento dos preços e dos custos dos produtos atuais;
- c. novas oportunidades de negócios;
- d. negócios ou pedidos especiais;
- e. faturamento de produtos por encomenda;
- f. análise de preços de produtos de concorrentes etc. (PADOVEZE, 2013, p.328).

Um outro setor para aplicação do método de formação de preços de venda com base no custo está relacionado as necessidades da instituição, como prestação de contas de taxas serviços por parte de autarquias, dados informativos para órgãos governamentais, entre outros. Geralmente, tais necessidades se caracterizam comumente através da formação de planilhas de custo dos serviços e produtos (PADOVEZE, 2013).

A centralização da validade gerencial da formação de preços com base no custo se baseia na necessidade de avaliação da rentabilidade dos investimentos no que diz respeito aos custos e despesas relacionados à produção e venda de seus produtos e serviços. Com isso, é objetivado a determinação de um preço-alvo de contribuição que tornará viável a visualização da contribuição ao resultado, considerando a composição do preço se baseando na estruturação de custos e despesas, além dos investimentos realizados (PADOVEZE, 2013).

Pode-se utilizar qualquer método de custeio para a formação de preços de venda com base no custo. Tal formação utiliza o conceito padrão de custos e despesas, ou seja, considera que custos e despesas que sejam unitariamente relacionados aos produtos e serviços são tratados como custo unitário do produto, enquanto custos e despesas que estejam relacionados ao período são tratados como percentual para multiplicação sobre o custo unitário do produto (PADOVEZE, 2013).

“Os preços de venda são iguais ao custo total da produção (determinado pelo custeio por absorção) mais um acréscimo percentual para cobrir as despesas operacionais e proporcionar uma margem desejada de lucro.” (VICECONTI, 2018, p.191).

Deste modo, se forem atribuídos mais gastos unitariamente ao produto, o multiplicador será menor para se obter o preço de venda, enquanto se forem atribuídos menos gastos unitariamente ao produto, o multiplicador (ou mark-up) será menor para se obter o preço de venda (PADOVEZE, 2013).

Segundo Dubois (2019) o mark-up é o método mais comum usado pelas empresas para precificar, ele consiste em acrescentar uma margem de lucro sobre os custos incorridos para fabricação de um determinado produto. sendo assim, tem-se a fórmula:

$$\text{Markup} = \% \text{ desejado} \times \text{Ca}$$

Onde: Ca = custo unitário

Para Martins (2010) o mark-up é o valor adicionado ao custo, que cobre as despesas gerais de fabricação e ainda se obtém a porcentagem de lucro desejado pela

empresa. Em outras palavras o mark-up é um índice aplicado sobre os custos diretos incorridos naquele produto que serve para cobrir os custos gerais de fabricação que são ligados de forma indireta aos produtos e ainda geram um percentual de lucro para a empresa.

Para calcular uma margem de lucro genérica, a empresa adota uma mesma margem para seus produtos. Assim, esse cálculo inicia-se verificando o valor mínimo de rentabilidade desejado para seus investimentos e para poder utilizar esta margem dentro do mark-up. Assim a empresa adere o conceito que, para rentabilidade, a diferenciação não é realizada dos produtos ou departamentos da empresa e de que o que se deseja é uma margem de lucro única. Assim, rentabilidades maiores dos produtos cobrem rentabilidades menores ou negativas de outros produtos (PADOVEZE, 2013).

Se a empresa deseja analisar a margem de lucro para cada produto ou departamento, os valores do gerenciamento contábil setorial devem ser utilizados como base. Um método que pode ser utilizado para a separação de margens de lucro é a construção de um patrimônio líquido por produto. É possível desenvolver o mesmo através de divisão, através de uma relação proporcional sobre os ativos da empresa postos pela empresa ordenados pelos gerentes divisionais (PADOVEZE, 2013).

A combinação entre mark-up e margem de lucro também é possível, sendo realizado através de um mark-up separado por produtos até suas despesas operacionais, seguido da aplicação de certa margem de lucro genérica para os produtos (PADOVEZE, 2013).

Para se alcançar uma margem de lucro que satisfaça a empresa industrial, comercial ou de serviços, alguns parâmetros externos devem ser observados. Esse tipo de empresa objetiva basicamente alcançar ganhos superiores se comparados aos valores recebidos em aplicações no mercado financeiro, comumente nas aplicações de renda fixa. Um exemplo desses parâmetros é a remuneração da poupança governamental, que paga 0,5% ao mês, outro são as taxas de juros que o mercado internacional cobra pelas taxas interbancárias de Londres e dos Estados Unidos: Libor e Prime Rate (PADOVEZE, 2013).

As margens devem ser maiores que as da poupança governamental, visto que negócios empresariais são mais arriscados que a poupança, deste modo precisando de mais remuneração. Também devem ser maiores que as taxas interbancárias, pois estas

indicam um patamar mínimo de rentabilidade. Rentabilidades entre 12% e 15% ao ano, após deduções dos impostos sobre o lucro, podem ser classificadas como normais (PADOVEZE, 2013).

METODOLOGIA E MÉTODO DA PESQUISA

Uma pesquisa pode ser classificada conforme: sua natureza (básica ou aplicada), pela sua abordagem (qualitativa e quantitativa) ou até mesmo quanto aos seus objetivos (exploratória, descritiva e explicativa).

De acordo com a natureza esta pesquisa está classificada como Aplicada:

Na pesquisa aplicada, os conhecimentos adquiridos são aplicados na prática e objetiva solucionar problemas concretos da vida moderna (MATIAS- PEREIRA, 2019).

Quanto a abordagem do problema está classificada como Quantitativa e Qualitativa:

A abordagem qualitativa se diferencia da abordagem quantitativa pelo fato de oferecer dados descritivos enquanto a outra oferece dados matemáticos e estatísticos. Diferencia-se também pela forma como se realiza a coleta e análise de dados. A primeira preocupa-se em analisar e interpretar aspectos profundos, descrevendo o comportamento humano e fornecendo assim uma análise mais detalhada sobre a investigação. Enquanto na abordagem quantitativa o pesquisador se vale de amostra mais amplas e de informações numéricas (MARIA, LE, ANDRANDE, 2017).

Com relação ao tipo de objetivo, esta pesquisa está classificada como: Exploratória e Descritiva:

A pesquisa exploratória tem por finalidade obter uma familiaridade com assunto de forma a torna-lo compreensível ou construir hipóteses, proporcionar mais informações sobre o assunto que será investigado. Dessa maneira a pesquisa exploratória assume em geral as formas de pesquisas bibliográficas e estudo de caso (MATIAS- PEREIRA, 2019).

“Descritiva: ‘delineia o que é’ e aborda também quatro aspectos: descrição, registro, análise e interpretação de fenômenos atuais, objetivando o seu funcionamento no presente.” (MARCONI, 2021, p. 21).

A técnica utilizada para coleta de dado desta pesquisa será bibliográfica juntamente com o estudo de caso.

A pesquisa bibliográfica é elaborada a partir do material já publicado,

principalmente: livros, revista, publicações, artigos científicos, jornais, entre outros materiais (MATIAS- PEREIRA, 2019).

O estudo do caso consiste em um estudo aprofundado e cansativo de um ou poucos objetos, onde há a coleta e análise das informações sobre determinado indivíduo, grupo ou comunidade, a fim de estudar minuciosamente aspectos variados (MATIAS-PEREIRA, 2019).

Para coleta de dados o instrumento utilizado é o questionário aberto e a entrevista com o gerente da empresa Melcoprol, na elaboração da pesquisa bibliográfica será utilizado livros, artigos científicos e materiais publicados em sites.

“Entrevista é uma forma de conversa que se dá em um encontro entre duas pessoas, em que uma, estimulada por questionamentos do entrevistador, fornece informações a respeito de determinado assunto.” (MARCONI, 2021, p. 101).

“Questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.” (MARCONI, 2021, p.107).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A empresa escolhida para esse estudo de caso identifica-se como Melcoprol Indústria e Comércio de Produtos Naturais, localizada na cidade de Nova Venécia – ES. A Melcoprol é uma indústria que fabrica e comercializa produtos naturais para nutrição, saúde, beleza e bem-estar.

Ela é um grupo administrado por seus sócios que são admiradores da natureza que acreditam na prevenção e cura de enfermidades por ela. A empresa fabrica alimentos funcionais, suplementos e produtos naturais, entre outros, com um portfólio contendo 9 linhas e mais de 200 apresentações de seus produtos. Atualmente, o Grupo Melcoprol é uma empresa que só vem crescendo, e conta com 34 colaboradores, tem em seu histórico 26 anos de experiência no mercado e busca sempre investir em tecnologias inovadoras usando a natureza.

A pesquisa foi realizada com o gerente da empresa e um de seus colaboradores do setor de produção que mostrou, através de uma visita técnica, passo a passo de como funciona o processo de fabricação dos produtos e seus custos.

Padoveze (2014) diz que os custos são todos aqueles elementos que compõem o produto no processo para prepará-lo para a venda. Na Melcoprol os custos são aqueles

gastos com material, mão-de-obra, energia, entre outros.

Os custos incorridos em uma empresa são classificados em: Materiais, Mão de Obra e Gastos Gerais de Fabricação (RIBEIRO, 2018). Sendo os materiais usados diretamente na fabricação dos produtos (RIBEIRO,2018). Na Melcoprol, a matéria-prima são as capsulas, os componentes usados para os comprimidos, as embalagens e rótulos que são usados para cada produto.

O custo de mão-de-obra são os gastos com funcionários que desempenham esforço sobre o produto, contudo, na empresa é a folha de pagamento dos funcionários que trabalham na empresa e os impostos e horas extras trabalhadas (PADOVEZE, 2013).

Por fim, os Gastos Gerais de Fabricação são aqueles demais gastos ocorridos para fabricação dos produtos, onde na Melcoprol são os custos de energia, aluguel, água, entre outros que fazem parte do processo de fabricação, mas que estão ligados aos produtos de forma indireta (RIBEIRO,2018).

Os custos também são classificados como diretos, indiretos, variáveis e fixos. Os custos diretos são aqueles que incorrem diretamente ao produto (SILVA,2010). Na empresa são exemplos de custo direto a matéria-prima que é usada para fabricar os produtos, embalagens e mão-de-obra direta no setor de fabricação.

Os custos indiretos são mais difíceis de identificar e na hora de alocar para o custo de cada produto precisa ser feito um rateio justo para distribuir esses valores, sendo assim, pontos que exijam mais atenção para que sejam distribuídos o mais justo possível (LEONE,2010). Na Melcoprol os indiretos são a limpeza da fábrica, gastos com administrativo, energia, aluguel, entre outros.

A classificação de custos variáveis está ligada diretamente à produção e como seu próprio nome já diz, varia de acordo com a quantidade de produtos produzidos naquele período (PADOVEZE, 2013). No caso da Melcoprol, são as embalagens, matéria-prima e mão-de-obra direta.

Por fim nas classificações os custos fixos, como diz SANTOS (2017), são aqueles que a empresa deverá arcar independente do faturamento e da quantidade de produtos produzidos no período. Os custos fixos que englobam o preço de venda da Melcoprol são as contas de telefone, internet, funcionários, manutenções de equipamentos, água e energia.

Para fins de absorção, ou seja, para alocar os custos à cada produto, a empresa utiliza o método de RKW para rateio.

Os custos diretos e variáveis são os mais simples de absorver, já que, estão diretamente ligados à cada produto, sendo assim, eles serão alocados aos produtos de forma direta, de acordo com que forem utilizados na produção. Normalmente, na Melcoprol, os valores desses custos diretos já estão determinados em suas tabelas a quantidade que cada produto utiliza e seu respectivo valor de mercado, o entrevistado destaca que esse valor é, normalmente, atualizado uma vez no ano, exceto de houver uma variação maior que 5%.

A empresa possui uma margem de contribuição de 5%, ou seja, ao chegar matéria-prima, seu valor pode aumentar ou diminuir 5% que não será necessário alterar os custos, pois a empresa conseguirá absorver. Essa margem é feita para que seus preços de venda não mudem frequentemente, evitando discordâncias com os clientes. Lembrando que a Melcoprol já tem essa margem em sua metodologia de custeio.

Se a matéria-prima passar dessa margem, então terá que ser realizado um novo rateio para cada produto que utilizar tal matéria-prima. Entretanto, seus fornecedores normalmente não alterarem acima desse valor durante o ano, exceto em casos de escassez de tal matéria-prima no mercado ou alteração do preço do dólar (no caso de matérias importadas).

Já os custos indiretos e fixos precisam de uma atenção maior, havendo necessidade de um rateio, ou seja, uma metodologia eficaz usada para distribuir esses valores de forma justa e correta para cada produto da empresa. Para realizar o custeio a Melcoprol utiliza o método RKW, que consiste na soma de todos seus gastos de fabricação, sem exceção, ou seja, incluindo os custos e as despesas administrativas (STOPATTO, 2020).

A distribuição do custo fixo na Melcoprol leva em consideração a quantidade produzida, quanto mais a empresa conseguir produzir, melhor para ela. Um simples exemplo é quando a empresa acaba produzindo apenas 70% de sua capacidade máxima de produção, ou seja, há uma perda de 30% que deverá ser considerada no custo fixo para fazer o rateio.

Como na empresa há vários tipos de produtos, deve-se ver o tempo disponível e a porcentagem que os produtos representam para a empresa e levar em consideração em

seus cálculos, portanto, se um produto da empresa, da mesma linha de produção, possui um 120 capsulas e outro de 60 capsulas, com uma queda na capacidade de produção o valor de seus custos irá mudar. Essa mudança se dará pelo tempo de produção, isto é, para produtos de 60 cápsulas o tempo será menor que o de 120 capsulas. Os outros produtos também sofrerão alteração, como os líquidos que terão tempo de produção e linha de produção diferente, assim como os produtos de pó e oleosas, que também devem ser considerados nesse cálculo.

Depois que os custos estão devidamente alocados, a empresa parte para a precificação. Na Melcoprol, esse processo é feito de forma manual através de uma tabela impressa.

Segundo Padoveze (2013) encontrar o custo real de cada produto é um fator indispensável para a empresa pois é através dele que será colocada a margem de lucro.

A precificação na empresa é a Margem Sobre o Custo onde o cálculo é realizado através da fórmula de Mark-up.

Ela apura o valor do custo do produto e adiciona uma porcentagem de lucro desejado pela empresa, assim eles conseguem arcar com os materiais diretos ligados aos produtos, outros gastos gerais de fabricação como a energia, aluguel e entre outros custos e ainda consegue lucrar.

CONSIDERAÇÕES FINAIS/CONCLUSÕES

A contabilidade de custo foi explorada nesta pesquisa como ferramenta primordial no desenvolvimento empresarial, tendo como tema: A eficiência da gestão de custo e precificação no ramo alimentício.

Ao utilizar um método de custeio e uma tática de formação de preço eficiente é possível obter a formação de um preço de venda atraente e ao mesmo tempo resultar em benefícios econômicos e financeiros para uma empresa do ramo alimentício. A empresa Melcoprol utiliza o método ideal para determinar seus custos conseguindo assim separar os custos de modo a mensura-lo verdadeiramente, tal fato é possível através da adoção do método custeio RKW, onde realiza-se a gestão de todos os custos e despesas da empresa, portanto independentemente de serem gastos estruturais ou operacionais, variáveis ou fixos, direto ou indireto, eles serão englobados dentro da classificação dos custos de produção e abate o valor da receita, tal método é vantajoso pois além de permitir o rateio dos custos e despesas totais, possibilitando assim chegar ao valor de

produzir e vender, permiti um planejamento a longo prazo eficaz, pois define com maior precisão o custo final de cada produto, portanto quando uma empresa adota o método certo para classificar seus custos, terá a base necessária para determinar o valor dos seus produtos, poderá utilizar a tática de margem sobre o custo, que possibilita determinar um percentual de lucro favorável para os objetivos da empresa.

Considerando o objetivo em estudo fez-se importante a busca por Identificar e analisar a eficiência que uma boa gestão de custo vinculada a uma boa formação de preço teve em uma empresa do ramo alimentício, fazendo-se notório os resultados positivos a partir da análise prática de como é realizados as estratégias de custeios e precificação, tais como: a obtenção de receitas, tratamentos adequados de custos planejados, maior margem de segurança , autonomia para adoção de promoções atraentes e aumento das vendas.

A hipótese aplicada nesta pesquisa foi confirmada através da pesquisa bibliográfica e do estudo de caso realizado, tendo em vista que foi possível adotar um método de custeio ideal, assim como um método para formação de preço eficiente, desta maneira a empresa conseguiu mensurar e controlar adequadamente os seus custos e despesas, bem como formular os preços de vendas dos seus produtos de forma a conseguir atrair mais clientes e manter uma margem de segurança satisfatória , ou seja conseguiu uma receita de venda que supra os seus gastos totais e no final resulte em um bom percentual de lucro .Sendo assim a empresa alavanca seu resultado econômico e financeiro ao mesmo tempo que satisfaz aos seus consumidores.

Portanto é plausível as empresas investirem em conhecer bem o comportamento de seus custos, ou seja, a forma correta para agregarem aos preços de venda os seus custos de fabricação, de forma apreciar o verdadeiro sacrifício financeiro, uma vez que tal prática resulta na possibilidade de apuração do ganho efetivo e da obtenção de um controle melhor de vendas, que levantará o caixa da organização.

Sendo pertinente ainda sugerir como possíveis temas de pesquisas, os seguintes assuntos: Margem de contribuição como ferramenta de análise gerencial e importância da gestão de custo para elevar os lucros organizacionais.

REFERÊNCIAS

ALVES, Aline. **Análise de Custo**. São Paulo: SAGAH EDUCAÇÃO S.A. 2018.

Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595024427/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

BERNARDI, Luiz Antonio. **Formação de preço: estratégias, custos e resultados**. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011531/>>. Acesso em: 13 ago. 2021.

CARVALHO, Adson Lino de Souza. **A importância do mark-up na formação do preço das organizações**. 2019. Disponível em: <<http://repositorio.anhanguera.edu.br:8080/jspui/bitstream/123456789/219/1/Adson.pdf>> Acesso em: 20 de out. 2021.

CREPALDI, CREPALDI, Silvio Aparecido, Guilherme Simões. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014181/>>. Acesso em: 16 set. 2021.

DE SOUZA, Katth Kalry Nascimento; MOREIRA, Heber Lavor. **Formação do preço de venda—mark up**. Disponível em: <<http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/04/Katth-Kalry-Nascimento-de-Souza-Forma%C3%A7%C3%A3o-do-Pre%C3%A7o-de-Venda-Mark-Up.pdf>> acesso em: 20 out. 2021.

DUBOIS, Alexy. **Gestão de Custos e Formação de Preços - Conceitos, Modelos e Ferramentas**. [Digite o Local da Editora]: Grupo GEN, 2019. 9788597022803. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022803/>>. Acesso em: 16 nov. 2021.

FONTOURA, Fernando Batista Bandeira. **Gestão de custos: uma visão integradora e prática dos métodos de custeio**. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522483723/>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

IURES, Wagmarke, ES registra mais de 11 mil novas empresas em 2020; delivery é aposta em meio à pandemia. Espírito Santo: Folha Vitória, 2020. Disponível em: <<https://www.folhavitoria.com.br/economia/noticia/12/2020/es-registra-mais-de-11-mil-novas-empresas-em-2020-delivery-e-aposta-em-meio-a-pandemia>>. Acesso em 28 de ago. 2021.

LAKATOS, MARCONI, Eva Maria, Marina Andrade. **Metodologia Científica**, 7ª edição. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011845/>>. Acesso em: 10 set. 2021.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de contabilidade de custo**. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522488704/>>. Acesso em: 10 set. 2021.

MARCONI, MARINA DE ANDRADE, Técnicas de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2021. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026610/epubcfi/6/10%5B%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml4%5D!/4/40/1:4%5B275%2Ct.%5D>>. Acesso em: 27 de set. 2021.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de metodologia da pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em:

<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008821/>. Acesso em: 10 ago. 2021.

MEDEIROS, Gentil Luédson dos Santos. A aplicação do markup como método na formação do preço de venda em uma empresa do ramo sorveteiro localizada em Mossoró/RN. 2021. Disponível em:

<https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/6531/1/GentilLSM_ART.pdf> Acesso em: 10 de nov. 2021.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Contabilidade de custos: teoria, prática, Integração com sistemas de Informações (ERP)**. São Paulo: Cengage Learning, 2013. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113835/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. 2. ed. Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013. Disponível em:

<<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2021.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Saraiva, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788547228392/>>. Acesso em: 16 set. 2021.

ROCHA, MARTINS, Welington e Eliseu. **Métodos de custeio comparados: custos e margens analisadas sob diferentes perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2015.

Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522498314/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

SANTOS, Joel José. **Manual de contabilidade e análise de custos**. São Paulo: Atlas, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010831/>>. Acesso em: 10 set. 2021.

SARDINHA, José Carlos. **Formação de preço: uma abordagem prática por meio da análise custo/volume/lucro**. São Paulo: Atlas, 2013. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/>>. Acesso em 06 ago. 2021.

SILVA, Moacyr de Lima. **Custo - Contabilidade descomplicada**. São Paulo: Érica, 2010. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536520568/>>. Acesso em: 10 ago. 2021.

STOFFEL, Júlia Graciele. A importância do controle de custos nas pequenas empresas: um estudo aplicado a pequenas e fábricas de confecções. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, XIV, 2007, João Pessoa. Anais do Congresso Brasileiro de Custos, Rondonópolis, 2007. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/1435/1435>>. Acesso em: 15 set. 2021.

STOPATTO, Mauro. **Contabilidade de custos simplificada e interativa: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Atlas, 2020. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024739/>>. Acesso em: 15 ago. 2021.

VICECONTI, Paulo. **Contabilidade de Custo: um enfoque direto e objetivo**. São Paulo: Saraiva Educação, 2018. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553131297/pageid/3>>

Acesso em 05 nov. 2021.

YANASE, João. **Custos e formação de preços:** importante ferramenta para tomada de decisão. São Paulo: Trevisan Editora, 2018. Disponível em:<<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595450257/>>. Acesso em: 17 set. 2021.