

**FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E DE ADMINISTRAÇÃO DO VALE DO
JURUENA
BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

CRISTINA DE ANDRADE DEZEMBRO

**ANÁLISE DE CUSTOS E PREÇO DE VENDA EM UMA EMPRESA DE MÓVEIS
SOB MEDIDA DA CIDADE DE JUÍNA/MT**

Juína-MT

2017

**FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E DE ADMINISTRAÇÃO DO VALE DO
JURUENA**

CRISTINA DE ANDRADE DEZEMBRO

**ANÁLISE DE CUSTOS E PREÇO DE VENDA EM UMA EMPRESA DE MÓVEIS
SOB MEDIDA DA CIDADE DE JUÍNA/MT**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis, da Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Profa. Esp. Jaqueline da Silva Marques.

Juína-MT

2017

**FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E DE ADMINISTRAÇÃO DO VALE DO
JURUENA**

BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Linha de Pesquisa: Análise de Custos

DEZEMBRO, Cristina de Andrade. **Análise de Custos e Preço de Venda em uma Empresa de Móveis sob Medida da Cidade de Juína/MT**. Trabalho de Conclusão de Curso – Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena, Juína-MT, 2017.

Data da Defesa: 08/11/2017

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientadora: Profa Esp. Jaqueline da Silva Marques

ISE/AJES

Membro Titular: Prof. Me. Ricardo Zamperetti

ISE/AJES

Membro Titular: Prof. Me. Wilson Antunes de Amorim

ISE/AJES

Local: Associação Juinense de Ensino Superior

AJES – Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena

AJES – Unidade Sede, Juína-MT

DECLARAÇÃO DE AUTOR

Eu, Cristina de Andrade Dezebrom, portadora da Cédula de Identidade – RG nº 001564026, SEJUSP/MS, e inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas do Ministério da Fazenda – CPF sob nº 021.479.911-55, DECLARO e AUTORIZO, para fins de pesquisa acadêmica, didática ou técnico-científica, que este Trabalho de Conclusão de Curso, intitulado “Análise de Custos e Preço de Venda em uma Empresa de Móveis sob Medida da Cidade de Juína/MT”, pode ser parcialmente utilizado, desde que se faça referência à fonte e ao autor.

Autorizo, ainda, a sua publicação pela AJES, ou por quem dela receber a delegação, desde que também seja feita referência à fonte e ao autor.

Juína/MT, 25 de outubro de 2017.

Cristina de Andrade Dezebrom

Dedico este trabalho a Deus e à minha família. A Deus por ter me dado força e determinação e à minha família por estar sempre ao meu lado, me apoiando nos momentos de fraqueza e dificuldade.

AGRADECIMENTOS

A Deus por guiar meus passos, me dar ânimo, coragem e saúde para enfrentar os obstáculos encontrados durante este longo período e colocar ao meu lado pessoas maravilhosas e de grande coração que pude conhecer durante o curso.

Agradeço também aos meus pais, irmão, cunhada e sobrinho que, apesar de estarem distantes, estiveram sempre ao meu lado, acreditando e dando muito amor e apoio para que eu chegasse até o fim.

Agradeço de coração ao meu esposo Alexandre Fontes Teixeira, a pessoa que mais me motivou durante todo esse tempo. Quem esteve ao meu lado desde o princípio segurando minha mão e me guiando perante as dificuldades e sempre entendeu meus momentos difíceis.

À esta faculdade e toda coordenação do curso de Ciências Contábeis que deu oportunidade de obter todo o aprendizado e conhecimento para que pudesse me tornar uma profissional.

À minha orientadora, Jaqueline da Silva Marques, que ofereceu todo amparo para que eu conseguisse chegar ao resultado esperado deste trabalho.

Agradeço aos poucos amigos que permaneceram ao meu lado durante o período da faculdade, aceitando e entendendo meu afastamento por causa das aulas e do dia-a-dia corrido que se tornou nesse período, mas que mesmo assim se faziam presentes. Quero agradecer principalmente à Kassiana e Maria Marta, pessoas especiais que tive a grata oportunidade de conhecer na sala de aula da faculdade, e me deram apoio fazendo com que as aulas se tornassem divertidas e de certa forma prazerosas pelo simples fato de estarem ao meu lado. Por tudo isso digo-lhes que se tornaram minhas amigas do coração, da vida.

Por fim, agradeço de forma geral aos que indiretamente participaram da minha vida neste período e que contribuíram para que eu chegasse até aqui.

Muito obrigada!

*Quer você acredite que consiga fazer uma coisa ou não,
você está certo.*

Henry Ford

RESUMO

A análise dos custos e despesas e o preço de venda ideal é muito importante para o sucesso e lucratividade de uma empresa. Neste sentido, este trabalho tem por objetivo analisar os custos, despesas e o preço de venda de uma indústria de móveis sob medida da cidade de Juína/MT para observar se o preço praticado pela empresa é ideal para cobrir seus custos, despesas e ainda remunerar o empresário. Foi utilizada a metodologia qualitativa, em que é analisado mais detalhadamente o caso estudado, a bibliográfica e estudo de caso. Este estudo foi realizado entre os dias 01/08/2017 à 31/08/2017. Nesse período foram feitos levantamentos de dados e informações referente aos custos e despesas obtidas na fabricação dos móveis sob medida e analisados separadamente em relação a todos os produtos fabricados. Para que fosse possível chegar ao resultado esperado, foi utilizada uma base teórica envolvendo vários ramos da contabilidade. Assim o preço de venda, praticado pela empresa, tem uma diferença mínima entre o ideal, que foi calculado pelo método do mark-up, o que resulta em um preço que cobre os custos, despesas e gera lucro. Desta forma, o trabalho buscou a melhor maneira para a empresa se beneficiar, assim as análises durante o estudo, com base científica, podem auxiliar nas tomadas de decisões, em relação aos preços dos produtos.

Palavras-chave: Contabilidade; Custos; Despesas; Preço de Venda.

ABSTRACT

The analysis of the costs and expenses and the ideal retail price is very important for the success and profitability of a company. In this matter, this paperwork has for objective to analyze the costs and expenses and the retail price of a furniture industry located in the city of Juína/MT to be observed if the price the company uses is ideal to cover their cost and expenses and the payment of its owner. The method used was a qualitative one, where is analyzed in more depth the case studied. This study was held from 01/08/2017 to 31/08/2017. Within this period, data collection and information relating to costs and expenses obtained in the manufacture of the furniture were made and analyzed separately between all products manufactured. To reach the expected result, a theoretical basis which involves several branches of accounting was used. The result was that the retail price the company uses was a minimum difference between the ideal, which was calculated by the method of the mark-up, which results in a price that covers the costs and expenses of the company and generate profit. This study sought a way of how the company can profit from the analysis done during the study, assisting with a scientific basis in decision making on the price of their products.

Keywords: Accounting; Costs; Expenses; Retail Price.

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Receitas realizadas no mês 08/2017	34
Tabela 02 - Valor dos custos e despesas referente ao mês 08/2017	34
Tabela 03 - Custo Variável unitário dos produtos	35
Tabela 04 - Rateio dos custos e despesas	35
Tabela 05 - Custos e despesas totais.....	35
Tabela 06 - Cálculo da Margem de Contribuição.....	36
Tabela 07 - Cálculo do Ponto de Equilíbrio	36
Tabela 08 - Cálculo de preço de venda através do mark-up.....	37
Tabela 09 - Comparação de preços de venda	37
Tabela 10 - Demonstração de Resultado do mês 08/2017.....	38

LISTA DE SIGLAS

ABC	Custeio Baseado em Atividades
CF	Custo Fixo
CIF	Custo Indireto de Fabricação
CSLL	Contribuição Social sobre o Lucro Líquido
CU	Custo unitário
CV	Custo Variável
DF	Despesa Fixa
DRE	Demonstração de Resultado
DV	Despesa Variável
ICMS	Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação
IRPJ	Imposto sobre a Renda das Pessoas Jurídicas
M%	Margem
MC	Margem de Contribuição
ME	Microempresa
P\$	Preço
PE	Ponto de Equilíbrio
PV	Preço de Venda

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 A CONTABILIDADE	14
1.1. RAMOS DA CONTABILIDADE.....	15
1.1.1.Contabilidade Geral.....	16
1.1.2. Contabilidade Comercial	16
1.1.3. Contabilidade Gerencial	17
1.1.4. Contabilidade De Custos	18
1.2. CUSTOS.....	19
1.2.1. Custos Fixos	20
1.2.2 Custos Variáveis	21
1.2.3. Custos Diretos	21
1.2.4. Custos Indiretos	22
1.3 DESPESAS FIXAS	22
1.3.1 Despesas Variáveis	23
1.4 MÉTODOS DE CUSTEIO: CUSTEIO POR ABSORÇÃO.....	23
1.4.1 Método de Custeio: Variável.....	23
1.4.2 Método de Custeio: Abc	24
1.5 FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA	25
1.5.1 Markup	26
1.5.2 Margem de Contribuição.....	28
1.5.3 Ponto de Equilíbrio.....	29
1.5.4 Rateio.....	29
2 METODOLOGIA	31
2.1 QUANTO AOS FINS.....	31
2.2 QUANTO AOS MEIOS.....	31
3 ESTUDO DE CASO: A HISTÓRIA	33
3.1 VENDAS REALIZADAS NO MÊS.....	33
3.2 CUSTOS E DESPESAS.....	34
3.3 CÁLCULO DE CUSTO - VOLUME - LUCRO.....	36
3.4 CÁLCULO DE PREÇO DE VENDA.....	37
3.5 APURAÇÃO DE RESULTADO	37
3.6 DISCUSSÕES DE RESULTADO	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS	41

INTRODUÇÃO

O setor moveleiro está cada vez mais criativo e inovador dentro do mercado e a procura por móveis planejados está em evidência devido a sua qualidade e praticidade, trazendo ao consumidor maior funcionalidade, dispondo de soluções para qualquer tipo de ambiente.

Os móveis planejados são relativamente mais caros que os convencionais devido à qualidade de seu material e por ser feito sob medida e à gosto do cliente. Trabalhar com o setor de móveis sob medida exige um cuidado especial com a gestão de seus custos e preço de venda, pois é um serviço contínuo, por ter suas particularidades de acordo com a exigência do cliente, permite a estes produtos um preço de venda diferente.

Para que possa obter sucesso profissional e financeiro é de suma importância conhecer bem o produto e serviço, pois auxilia no planejamento e nas tomadas de decisões relacionadas ao produto. Neste sentido Crepaldi (2010) ressalta:

Num mercado cada vez mais globalizado, a concorrência passa a ter escala mundial e favorece a oferta de bens e serviços de alta qualidade e de baixos custos. Melhorar a eficiência e reestruturar a empresa, voltando-a para eficácia, tornaram-se metas comuns no atual ambiente de negócios e com isso as informações de custos passaram a ser cada vez mais relevantes. (CREPALDI, 2010, p. 321).

A empresa deve conhecer seu próprio negócio, conhecer os produtos e custos faz com que os gestores tenham visão de quanto foi investido e qual será o resultado final esperado. Crepaldi (2010, p. 358) afirma que “o fator determinante para a sobrevivência da atividade da empresa depende da identificação e do conhecimento que a formação de preço tem”. O custo e preço de venda são determinantes para que as empresas não sofram prejuízos decorrentes de baixos preços de seus produtos ou serviços.

O preço de venda praticado deve ser ideal para cobrir seus custos e despesas, remunerar o investimento e ainda competir com o mercado. Se, acaso, o preço não der retorno ou não estiver compatível ao mercado, o ideal é trabalhar de forma que possam baixar os custos de produção e verificar o preço de venda ideal para o produto?

Os custos servem de orientação para a empresa no mercado. A partir dele é que a empresa pode ter visão do possível retorno que o produto pode lhe proporcionar.

Tomando como base a afirmação de Marconi e Lakatos (2003, p.159) de que “problema é uma dificuldade, teórica ou prática, no conhecimento de alguma coisa de real importância, para a qual se deve encontrar uma solução”, este trabalho expõe a importância de analisar os custos de produção, mostrar o preço de venda ideal de cada produto e expor que este é um fator crítico para o sucesso de uma empresa. Desta forma questiona-se quais são os custos de produção dos móveis sob medida e qual é o preço de venda?

Para que se possa responder ao problema proposto, busca-se alcançar o objetivo de identificar quais são os custos de produção dos móveis sob medida e qual é o seu preço de venda ideal? Para alcançar um bom resultado, estipula-se alguns objetivos específicos, realizar um estudo bibliográfico sobre os custos e preço de vendas; apresentar um estudo de caso em uma empresa de móveis sob medida.

Desta forma este trabalho justifica-se pela importância em conhecer a formação do custo e o preço de venda ideal dos produtos e mostrar à empresa qual é a importância destas informações para conduzir o negócio e obter um bom desenvolvimento e lucratividade.

Para a empresa, este estudo trará grandes benefícios em relação a qualidade de seus produtos e preços, como se trata de produtos sob medida, não há um preço definido, ou seja, cada produto tem um custo e preço conforme sua particularidade.

Para a pesquisadora, este estudo traz o conhecimento prático, aliado ao conhecimento teórico, que foi visto no decorrer do curso de Ciências Contábeis, bem como desenvoltura profissional.

Este trabalho limita-se a realizar um estudo dos custos e preço de venda de uma empresa de móveis sob medida da cidade de Juína/MT, no período de 01/08/2017 à 31/08/2017.

1 A CONTABILIDADE

Uma ciência muito antiga, a contabilidade surgiu a partir da necessidade da população de organizar e registrar as propriedades, criações e heranças de cada pessoa, quando os mesmos eram em maior quantidade, de forma que não pudessem memorizá-los.

Alguns historiadores fazem remontar os primeiros sinais objetivos da existência de contas a aproximadamente 2.000 anos a.C. Entretanto, antes disto, o homem primitivo, ao inventariar o número de instrumentos de caça e pesca disponíveis, ao contar seus rebanhos, ao contar suas ânforas de bebidas, já estava praticando uma forma rudimentar de Contabilidade. (IUDÍCIBUS, 2006, p.34).

Desta forma cada um conseguia controlar todo o seu patrimônio. De acordo com Iudícibus (2006, p.35) “a contabilidade teve evolução relativamente lenta até o aparecimento da moeda”. E com a chegada do comércio, a prática de venda e troca, era registrada para que pudessem ter o controle de suas mercadorias. Desta forma pode-se dizer que a contabilidade molda-se para controlar e planejar as atividades de uma entidade.

A prática contábil é mais que apenas registrar os eventos contábeis que ocorrem dentro de uma organização. Ela tem papel principal na geração de informações para tomada de decisões, bem como suprir as obrigações cobradas pelo fisco. Sua origem é tão antiga que se confunde com a história da humanidade. Como qualquer outra ciência com o desenvolvimento lento, e ápice na idade média.

Segundo Sá (2005) o motivo do avanço da contabilidade na idade média, dentre outros fatores, é resultado do surgimento do método das partilhas dobradas. As partilhas dobradas foram um marco para a contabilidade e até hoje é indispensável para escrituração e registro dos fatos organizacionais. Marion (2006) contribui afirmando que os trabalhos elaborados pelo frei Luca Pacioli bem como o comércio com as índias, o renascimento e o mercantilismo foram fatores determinantes para o desenvolvimento da contabilidade.

Já no século XX, devido à crise de 1929, as pesquisas na área contábil foram extremamente importantes para sua evolução. Essas pesquisas foram necessárias para aprimorar as informações passadas para os usuários da contabilidade. Também foi determinante o aumento dos mercados de capitais na Europa e nos Estados Unidos.

A ciência contábil vem se aprimorando ao longo do tempo: no início era somente o comércio, seguido do surgimento das indústrias e o aprimoramento dos governos em cobrar

tributos. Temos uma contabilidade que se adaptava conforme a necessidade de cada área e sua divisão em ramos se tornou necessária. Assim surge a contabilidade de custos, a tributária, gerencial, atuária, comercial, dentre outras.

Tem grande papel para o sistema tributário na geração e entrega de arquivos e declarações solicitadas pelo fisco. Garante maior controle, tanto externo quanto interno, das atividades organizacionais e colabora para o desenvolvimento econômico e social da sociedade.

Com a evolução da tecnologia, atualmente é caracterizada pela automação de seus procedimentos e pela emissão dos mais variados relatórios, fonte de informações para a tomada de decisões mais acertadas.

A contabilidade muitas vezes é chamada de ciência exata, mas é um equívoco, já que é designada como ciência social. Segundo Iudícibus (2009) ela é uma ciência social porque quem modifica e gera o fenômeno patrimonial, o ser humano, mas ressalta-se que a mesma se utiliza de fatores quantitativos e qualitativos para tais registros. Na visão Sá (2005) é definida como ciência, pois possui requisitos para atender tal conceito: tem objetivo próprio, métodos específicos, finalidade, teorias, tradições e permite o levantamento de hipóteses.

Devido sua evolução com o passar do tempo e o surgimento de peculiaridades faz surgir um profissional contábil com habilidades em várias atividades, que saiba ter a visão da organização dentro do ambiente, seja empreendedor, tenha habilidades para solucionar conflito, entre outras características. A contabilidade já não tem mais somente a função de registrar, mas sim dar suporte à administração, fazer planejamentos visando realizar ações no presente almejando resultados positivos no futuro. É ferramenta de apuração de encargos, formação de preço, qualidade de informações. Torna-se, assim, uma ciência multidisciplinar.

A contabilidade é uma profissão que está em grande crescimento e vem auxiliando as empresas em seu desenvolvimento num todo.

1.1. RAMOS DA CONTABILIDADE

A contabilidade auxilia no desenvolvimento financeiro de qualquer tipo de comércio, e para facilitar a contabilidade se dividiu em Contabilidade Geral, que abrange as informações a serem fornecidas aos gestores; a Contabilidade Comercial, que envolve o patrimônio comercial da empresa como o conjunto de bens, direitos e obrigações; a Contabilidade

Gerencial, que fornece informações para as tomadas de decisões da empresa; e a Contabilidade de Custos, área que trata dos gastos relacionados à produção de bens e serviços, ou seja, o registro das operações de produção da empresa.

1.1.1. Contabilidade Geral

A Contabilidade abrange vários campos de atuação desempenhando diferentes papéis na sociedade. Como caracteriza Szuster et al. (2008, p. 17) “A contabilidade é o processo cujas metas são registrar, resumir, classificar e comunicar as informações financeiras”.

A capacidade informativa da Contabilidade e a estruturação do sistema contábil são viabilizadas por meio da elaboração de um “bom” Plano de Contas, que ordena todas as contas utilizadas pela empresa por natureza e que viabiliza a definição das áreas da empresa em que são incorridos os gastos. Além disso, um “bom” Plano de Contas deve, ainda, permitir seu aprimoramento e a criação de novas contas e detalhamentos (subcontas), sem prejuízo de toda a sua estrutura. (SZUSTER, et al. 2008, p. 17).

A contabilidade fornece informações para o planejamento e controle da empresa em relação a situação patrimonial, econômica e financeira, auxiliando suas tomadas de decisões e mostrando a saúde financeira da empresa.

1.1.2. Contabilidade Comercial

A Contabilidade Comercial é praticada por pessoas físicas ou jurídicas, serve de mediador entre compradores e vendedores para obter um lucro sobre o produto. De acordo com Franco (1990) o comércio coloca à disposição dos consumidores grandes variedades de bens e serviços, satisfazendo as necessidades humanas.

Podemos, pois, conceituar a Contabilidade Comercial da seguinte forma: É o ramo da Contabilidade aplicado ao estudo, controle e interpretação dos fatos ocorridos no patrimônio das empresas comerciais, mediante registro, demonstração expositiva e revelação desses fatos, com o fim de oferecer informações sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da atividade mercantil. (FRANCO, 1990, p. 13).

Para a sobrevivência de uma empresa é essencial que ela alcance seus objetivos e consequentemente seja lucrativa. E para isso, a atividade comercial em si é o ponto final para que isso aconteça.

A contabilidade comercial é um dos ramos mais antigos dessa ciência, tem sua origem relacionada com o aparecimento da moeda. No decorrer do tempo a humanidade começou a observar que o escambo não era mais uma maneira eficiente de fazer negócios entre si. Surge assim a moeda, uma revolução na história da humanidade. Com o advento da moeda começaram a surgir os primeiros comércios, verdadeiramente oriundos da compra e venda, no começo as transações eram simples e incluíam de animais domésticos, bem como alimentos.

Os procedimentos para fazer o controle ainda eram bastante rústicos. Com o passar dos anos, os comércios começaram a expandir pelos continentes e a mensuração começou a se tornar importante. Nos dias atuais já se vive a globalização. As fronteiras se tornaram curtas, surgem diversos produtos e a contabilidade já não é uma opção, mas uma obrigação.

A contabilidade comercial se mostra como ferramenta de gestão contribuindo para a formação de preço, apuração dos custos de mercadorias, estoques e apuração de tributos bem como a geração e entrega de declarações.

Ressalta-se a importância da apuração de impostos das empresas mercantis. Os governos atuais têm sistemas modernos de tributação, de forma que é necessário o controle da apuração dos tributos, como por exemplo, o livro de apuração de ICMS, onde são controlados os débitos e créditos do referido imposto. A formação de preço é outro ponto a ser observado: calcular os custos e formar um preço que cubra os custos e despesas e ainda tenha retorno é uma tarefa que deverá ser realizada pelas técnicas da contabilidade, visto que ao elaborar preço de venda sem analisar os custos é bem provável que o valor de venda seja prejudicado.

O comércio é, sem dúvida, uma atividade de grande importância para a sociedade, pois leva até os consumidores, pessoas físicas ou jurídicas, mercadorias que suprem suas mais diversas necessidades, movimentando a economia ao seu redor.

1.1.3. Contabilidade Gerencial

A Contabilidade Gerencial é uma ferramenta, ligada a todos os campos da entidade, que auxilia o profissional nas tomadas de decisões, gerando informações, beneficiando a empresa e obtendo estratégias para seu desenvolvimento, ganhando mais espaço no mercado.

Voltada para fins internos, procura suprir os gestores de um elenco maior de informações, exclusivamente para a tomada de decisões. Diferencia-se dos tipos de Contabilidades já abordadas, pois não se prende aos Princípios Fundamentais da Contabilidade. O profissional que exerce a Contabilidade Gerencial, também é conhecido como Controller. (IUDÍCIBUS et al., 2009, p. 25).

De acordo com Iudícibus (1998, p.21) “A contabilidade gerencial, num sentido mais profundo, está voltada única e exclusivamente para a administração da empresa, procurando suprir informações que se encaixem de maneira válida e efetiva no modelo decisório do administrador.”

Brizolla (2008, p. 14) afirma que “a Contabilidade Gerencial é utilizada para descrever essa atividade dentro de uma organização e a expressão Contabilidade Financeira quando essa organização presta informações a terceiros”. Nesse sentido, quando se fala em contabilidade gerencial, o receptor das informações deverá ser pessoas envolvidas internamente com a organização, como por exemplo os gestores, administradores e sócios. Essas informações são utilizadas para tomada de decisões mais precisas quanto as próximas ações a serem desenvolvidas, bem como analisar a atual situação nos mais variados ângulos.

Segundo Padoveze (1996) a contabilidade gerencial está dividida em vários subgrupos, dentre eles a contabilidade de custos, controle da folha de pagamento, controle dos estoques, sistema orçamentário, fluxo de caixa e análise financeira. As análises desses grupos geram informações que serão utilizadas para também aprimorar os processos internos.

Assim têm-se a contabilidade gerencial como ferramenta que auxilia a gestão da organização, alimentando-a com informações retiradas dos dados fornecidos pela contabilidade. É composta principalmente pela análise de diferentes setores organizacionais formando um sistema de informações gerenciais.

1.1.4. Contabilidade De Custos

A contabilidade e seus diversos setores trouxe às empresas uma forma de gestão e controle muito precisa e relevante, e a Contabilidade de Custos especificamente, é determinante para o crescimento e continuidade da atividade empresarial.

A Contabilidade de Custos para Iudícibus (2010) surgiu a partir da necessidade de obter controle sobre os valores atribuídos aos estoques de produtos e pela necessidade das tomadas de decisões sobre o que produzir e qual quantidade deve ser produzida.

De acordo com Martins (2003) até o início da revolução industrial no século XVIII a contabilidade desenvolvida na era mercantilista estava suprimindo muito bem as empresas comerciais, mas com a origem das indústrias, a função de contador ficou mais complexa. Era necessário apurar o resultado, levantar os custos. Nesse momento começou a dificuldade, por exemplo, para levantar os estoques de produtos acabados, em produção bem como os fatores de produção. A contabilidade usada pelo comércio não supria a necessidade das indústrias, começa aí a inserção de um novo sistema contábil.

É importante lembrar a intrínseca relação entre a contabilidade de custo e a contabilidade gerencial, essa por sua vez, é alimentada pelos dados que são extraídos dos sistemas de custos. Esses dados tornam-se informações que a contabilidade gerencia que são usados na gestão da organização.

Segundo Martins (2003, p. 41) “O esquema básico da Contabilidade de Custos consiste [...] em: a) separação de Custos e Despesas; b) apropriação dos Custos Diretos aos produtos; e c) apropriação mediante rateio dos Custos Indiretos aos produtos”. Segundo o autor, o rateio dos custos indiretos deve ser feito por vários critérios diferentes e na oportunidade o melhor método para que o mesmo seja alocado corretamente.

Conforme caracteriza Iudícibus, et al. (2009) a contabilidade de custos está voltada para o cálculo, interpretação e controle dos custos dos bens fabricados ou comercializados, ou dos serviços prestados pela empresa.

1.2. CUSTOS

Custos são todos os gastos ligados direta ou indiretamente na produção ou aquisição das mercadorias da empresa e são classificados em Custos Fixos, Variáveis, Diretos e Indiretos.

A contabilidade de Custos é uma técnica utilizada para identificar, medir e informar os custos dos produtos e/ou serviços. Ela tem a função de gerar informações precisas e rápidas para a administração, para a tomada de decisões. É voltada para a análise de gastos da entidade no decorrer de suas operações. (CREPALDI, 2010, p. 2).

A Contabilidade de Custos destina-se a levantar dados necessários para mensurar os gastos ocorridos na produção. O profissional da Contabilidade de Custos coleta dados para que se possa ter informações que ajude nas tomadas de decisões referentes à produção.

A Contabilidade de Custos auxilia na determinação dos custos dos fatores, dos custos dos fatores de produção, dos custos de determinado setor da empresa; no controle e observação dos desperdícios, horas ociosas de trabalho, equipamentos mal utilizados; na quantificação exata da matéria-prima utilizada, entre outros. (CREPALDI, 2010, p. 3).

Na terminologia da contabilidade de custo muito se confunde entre custos e despesas. Para Martins (2003, pag. 26) “os gastos relativos ao processo de produção são custos, e os relativos à administração, às vendas e aos financiamentos são despesas”. Na teoria é fácil, mas na prática é mais difícil pelo fato de não ser possível, em alguns casos, fazer a separação de forma clara. É necessário compreender essa diferença para que na apuração de resultado ou formação de preço os valores apurados não sejam prejudicados devido a alocação irregular dos gastos.

A determinação dos custos também auxilia a empresa em suas questões legais perante o governo, pois sua apuração reflete diretamente no resultado contábil e tributável. Neste sentido Chierigato *et al* (2009, pág. 138) afirma que: “ para atender a legislação do Imposto de Renda das pessoas jurídicas [...] o fisco passou a exigir, dentro de certas características, que as empresas mantenham um sistema de custos integrado e coordenado com o restante da escrituração”. Para efeito de pagamento do IRPJ e CSLL o sistema de custo aceitável é o custeio por absorção, esse sistema é válido para empresas comerciais e industriais. Chierigato *et al* (2009) afirma que a implantação de um bom sistema de custo moderno e eficiente visa o atendimento de três objetos principais: atender a contabilidade gerencial, atender a fiscalização da legislação societária e da legislação tributária. Essa é uma área tão importante para a área contábil que o próprio regulamento do Imposto de Renda em seu art. 294 define como é o sistema de custo integrado e coordenado com a contabilidade.

1.2.1. Custos Fixos

Dentre as classificações dos custos, a evidenciação dos custos fixos e variáveis são um dos fatores mais importantes dentro da contabilidade de custos.

Oliveira e Hernandez destaca a seguinte opinião sobre os Custos Fixos:

São aqueles custos que permanecem constantes dentro de determinada capacidade instalada, independente do volume de produção. Consequentemente, não são identificados como custos da produção do período, mas como custos de um período de produção. (OLIVEIRA; HERNANDEZ, 2012, p. 66).

Assim explica Martins (2009, pag.33) “o aluguel da fábrica em certo mês é de determinado valor, independentemente de aumentos ou diminuições naquele mês do volume elaborado de produtos. Por isso, o aluguel é um Custo Fixo”. Nessa questão deve-se analisar que a qualificação do custo em fixo está na sua relação com período e produção, e não na comparação entre períodos. Assim, segundo o autor, mesmo que o preço do aluguel seja alterado mensalmente devido a reajustes, ou que o sistema de depreciação de máquinas seja menor a cada mês, isso não os desqualifica de custos fixos.

1.2.2 Custos Variáveis

Os Custos Variáveis são aqueles em que, conforme o volume produzido irá variar o seu valor, ou seja, podem baixar ou aumentar de acordo com o total produzido, como por exemplo as matérias primas que são utilizadas de acordo com a quantidade de produto fabricado. Essa variação está relacionada à quantidade de produtos produzido por período, ou seja, ao volume de produção.

De acordo com Martins (2009) o material direto é um custo variável, pois dentro de uma unidade de tempo o valor do custo com tais materiais varia de acordo com o volume de produção.

Existem também os custos que são chamados de semivariáveis ou semifixos, por exemplo, a energia elétrica: tem uma parcela que é consumida de acordo com a capacidade instalada e a outra parte varia de acordo com a quantidade produzida.

1.2.3. Custos Diretos

De acordo com Crepaldi (2010, p. 8) Custos Diretos “São os que podem ser diretamente (sem rateio) apropriados aos produtos, bastando existir uma medida de consumo (quilos, horas de mão de obra ou de máquina, quantidade de força consumida etc.)”.

Os Custos Diretos são identificados de acordo com a fabricação do produto, como exemplos de Custos Diretos: materiais, mão de obra e serviços geralmente ligados diretamente à fabricação do produto.

1.2.4. Custos Indiretos

São aqueles que indiretamente estão ligados a produção, e Crepaldi (2010, p.8) cita que os Custos Indiretos “São os que, para serem incorporados aos produtos, necessitam da utilização de algum critério de rateio. Exemplos: aluguel, iluminação, depreciação, salário de supervisores etc”.

Na prática, a separação e custos em diretos e indiretos, além de sua natureza, leva em conta a relevância e o grau de dificuldade de medição. Por exemplo, o gasto de energia elétrica (força) é, por sua natureza, um custo direto, porém, devido às dificuldades de medição do consumo por produto e ao fato de que o valor obtido por meio de rateio, em geral, pouco difere daquele que seria obtido com uma medição rigorosa, quase sempre é considerado como custo indireto de fabricação. (CREPALDI, 2010, p. 8).

Para o setor de móveis planejados, a dificuldade de se detalhar todos os custos é alta, pois cada produto é feito sob medida e cada qual tem sua particularidade, seus custos. Para Fontoura (2013, p. 22) os custos indiretos não são fáceis de serem identificados aos produtos ou serviços, pois esses custos são disponíveis por algum critério de rateio.

1.3 DESPESAS FIXAS

As despesas fixas não dependem do que for produzido ou vendido, não sofrem alteração de valor com o aumento ou diminuição da produção. É tudo aquilo que a empresa deve pagar mensalmente, como por exemplo salário da administração, limpeza, aluguel, etc. Despesa: é o gasto que não está relacionado ao processo produtivo. São todos os demais fatores identificáveis na administração, financeiras e relativas as vendas, que reduzem a receita. A despesa afetará diretamente o resultado do exercício. (CREPALDI, 2010, p.7).

Do ponto de vista de Martins (2008, p. 25) a despesa se caracteriza pelo que é consumido direta ou indiretamente para obter uma receita.

1.3.1 Despesas Variáveis

De acordo com Dubois et al. (2009, p. 32) “As despesas serão consideradas variáveis quando ocorrerem em funções do volume de vendas”.

Do ponto de vista de Crepaldi (2010, p. 7) despesas “São os gastos relativos a bens ou serviços utilizados na produção de outros bens ou serviços. Ele também é um gasto, só que reconhecido como custo no momento da fabricação de um produto ou execução de um serviço”.

1.4 MÉTODOS DE CUSTEIO: CUSTEIO POR ABSORÇÃO

Este método de custeio foi o primeiro a ser concebido dentro da contabilidade de custos e, apesar de ser simples e na questão gerencial obter poucas informações, é o único aceito pela legislação.

MARTINS (2006) afirma que:

Custeio por Absorção é o método derivado da aplicação dos Princípios de Contabilidade Geralmente Aceitos, nascido da situação histórica mencionada. Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos ou serviços feitos. (MARTINS, 2006, p. 37).

Custeio por absorção é o método mais trabalhado, utilizado e simples de ser efetuado e colocado em prática dentro da contabilidade de custos. Sobre o método de Custeio por absorção, Santos, et al. (2015) afirma que este é um dos sistemas de custeio aceito legalmente em nosso país e que todos os custos, sendo eles diretos ou indiretos estarão alocados no produto.

1.4.1 Método de Custeio: Variável

Este método de custeio é totalmente gerencial pois não atende as especificações legais. Segundo afirma MARTINS (2006, p. 197) o Custeio Variável nasceu “Devido aos problemas vistos com relação à dificuldade trazida pela apropriação dos Custos Fixos aos produtos e em função da grande utilidade do conhecimento do Custo Variável e da Margem de Contribuição”.

Para MARTINS (2006) a falta de uso do custeio variável nos balanços se dá por alguns motivos.

Mas os Princípios Contábeis hoje aceitos não admitem o uso de Demonstração de Resultado e de Balanços avaliados não é reconhecido pelos Contadores, pelos auditores Independentes e tampouco pelo Fisco. Ele (o Custeio Variável) de fato fere os Princípios Contábeis, principalmente o regime de Competência e a Confrontação. Segundo estes, devemos apropriar as receitas e delas deduzir todos os sacrifícios envolvidos para sua obtenção. (MARTINS, 2006, p. 202).

O Método de Custeio Variável serve para informações internas, ou seja, para a empresa tomar decisões de acordo com o que ele precise. Neste método não são trabalhados os custos totais. Os custos fixos não são alocados nos produtos, apenas os gastos que são identificáveis para este produto, ou seja, são colocados nos produtos apenas os gastos que são completamente identificáveis.

Diferentemente do custeio por absorção, no método do custeio variável só são apropriados nos produtos os custos variáveis.

Martins (2009, p. 142) analisa que “só são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o Resultado; para os estoques só vão, como consequência, custos variáveis”. Esse modelo não legalmente aceito, pois leva para o resultado todos os custos fixos, diminuindo assim o resultado do período, mas diversas vezes é utilizado para fins gerenciais.

O custeio por absorção também fere os princípios da contabilidade no que tange ao confronto das receitas e das despesas. Martins (2009) contribui que no princípio da confrontação da receita, devemos apropriar as receitas e delas deduzir todos os sacrifícios envolvidos para sua obtenção.

1.4.2 Método de Custeio: Abc

O custeio ABC (Custeio Baseado em Atividades) é uma metodologia desenvolvida para facilitar a análise estratégica de custos relacionados com as atividades que mais impactam o consumo de recursos de uma empresa. NAKAGAWA nos diz que “O ABC é algo muito simples. Trata-se de uma metodologia desenvolvida para facilitar a análise estratégica de custos relacionados com as atividades que mais impactam o consumo de recursos de uma empresa.”. (NAKAGAWA, 1994, p.40).

Na utilização do custeio ABC você sai de uma visão departamental e passa para uma visão de processos, passando para uma parte mais gerencial. Em relação a isso, Souza (2009) explica que:

O ABC é um método de custeio que tem objetivo gerencial. Por isso, pode ser desnecessário atualizá-lo com frequência. Em geral, uma ou duas atualizações anuais dos custos e das atividades são suficientes para manter as informações razoavelmente adequadas para esse fim, é importante observar, no entanto, que as mudanças significativas na forma de execução dos processos podem afetar os valores de custos, ficando a mensuração obtida pelo ABC inexata e demandando atualização. (SOUZA, 2009, p. 167).

Nakagawa (1994) afirma que o objetivo do ABC é basicamente rastrear as atividades mais relevantes identificando quais estão sendo os caminhos de consumo dos recursos da empresa.

1.5 FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

A formação de preço de venda é essencial para o desenvolvimento da empresa, Souza (2009, p. 283) relata que “A formação de preços nas organizações é sempre uma tarefa difícil e complexa. Difícil porque envolve o convencimento de diversos gestores que são afetados pela mesma”. Neste mesmo sentido Souza (2009) explica que para compreender as políticas de preços deve-se fazer a análise de compradores e concorrentes.

Para administrar preços de vendas, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto; porém essa informação, por si só, embora seja necessária, não é suficiente. Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etc.; e tudo isso depende também do tipo de mercado em que a empresa atua. (MARTINS 2008, p. 218).

Souza (2009, p. 284) relata que “o valor a ser fixado para o preço é restringido por dois extremos: no limite superior, se tem os preços aceitáveis pelo mercado e no limite inferior os preços limitados pelo custo unitário do produto”. Para Santos (2005, p. 147) “A preocupação em formar preços está ligada às condições de mercado, às características da concorrência, aos custos, ao nível de atividade e a remuneração do capital investido”.

O preço de venda dos produtos é de fato um dos fatores mais significativos no processo de uma indústria ou comércio e serviços, pois se o preço não for feito com precisão corre o risco de perder mercado. Para chegar ao preço de venda normalmente se utiliza a soma dos seguintes fatores: Custos, Lucro e as despesas variáveis. Também são incluídos os impostos, se incididos na operação.

Quando o resultado é mais alto que o preço normalmente praticado no mercado atual deve-se analisar todo o processo pois tem algo que está onerando demais o produto. Trabalhar para reduzir os custos e as despesas são sempre uma saída para praticar preços mais acessíveis e se destacar dentre os concorrentes.

Na visão de Martins (2009):

Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa etc.; e tudo isso depende também do tipo de mercado em que a empresa atua, que vai desde o monopólio ou do monopólio até a concorrência perfeita, mercado de commodities etc. (MARTINS. 2009, p. 156).

Assim o preço sofre influência de diversos fatores determinantes para sua formação. Saber os custos é necessário, mas somente com as informações fornecidas pela contabilidade de custo não são suficientes para tal ato. O preço não pode ser o responsável pelo sucesso da organização, mas ele com certeza tem grande impacto no interesse dos consumidores.

Também se deve observar que o preço jamais pode ser elaborado com base somente no valor da concorrência sob pena de prejuízo, pois ele deve sempre cobrir os custos que incorreram para chegar à fase do produto final. Quando se quer realizar preços de venda mais precisos e científicos deve-se levar em conta alguns métodos de custeio mais abrangentes.

1.5.1 Markup

O MARKUP é um dos métodos mais comuns utilizados nas empresas, e em relação a isso Souza (2009, p. 293) ratifica que o MARKUP “consiste basicamente em adicionar uma margem de lucro pretendida sobre a venda aos custos unitários dos produtos.” Essa margem pode ser padrão – igual para todos os produtos –, diferente por linha de produtos ou específica para cada um.

O mark-up pode ser usado como divisor ou como multiplicador. Muitas vezes, ao se referir ao mark-up, pode se estar, de forma abreviada, referindo-se ao fatos mark-up, que é o valor pelo qual o custo unitário será dividido ou multiplicado. Para se obter o mark-up divisor a partir do mark-up multiplicador, basta inverter o valor. Por exemplo, se o mark-up divisor é 0,40, o mark-up multiplicador será 2,50 ($1/0,40 = 2,50$). (SOUZA 2009, p. 293).

Este é um método facilitador de calcular o preço dos produtos com todos os percentuais de impostos embutidos. Souza (2009) explica que o Mark-up para o comércio é uma atividade simples em relação ao processo operativo e que o mark-up para serviços é tanto quanto mais complexo pelo fato de não se ter mercadorias para cálculos e sim apenas a mão-de-obra direta.

Conforme ilustra Souza e Diehl (2009, p. 293) o cálculo do mark-up divisor e do mark-up multiplicados se dá na seguinte forma:

$$P\$ = \frac{CU}{(1 - M\% - CV\%)}$$

Cálculo do mark-up como divisor

$$P\$ = \frac{1}{(1 - M\% - CV\%)}$$

Cálculo do mark-up como multiplicador

Onde:

P\$: Preço

CU: custo unitário

M%: margem – retorno desejado sobre vendas

Mark-up divisor = $(1 - M\% - CV\%)$

Mark-up multiplicador = $[1/(1 - M\% - CV\%)]$

1.5.2 Margem de Contribuição

A margem de contribuição é um elemento útil e importante para as decisões. É um conceito que ilustra quanto dinheiro sobra cada vez que eu vendo um produto X tirado os custos que se teve com a fabricação de determinado produto ou serviço.

Dubois, et all. (2009) explica que:

A separação dos custos e despesas em seus componentes fixos e variáveis será útil para comparar as receitas com os custos e despesas variáveis. Os elementos variáveis são diretamente responsáveis pela produção, enquanto os custos e despesas fixos dizem respeito muito mais à capacidade de produzir do que a produção propriamente dita. A diferença entre o preço de venda (ou as receitas) e os custos e despesas variáveis é chamada de margem de contribuição. (DUBOIS, et al. 2009, p. 184).

Para Oliveira e Hernandez (2012) o entendimento da Margem de Contribuição é a diferença entre o preço de venda e a soma das despesas e custos variáveis de um produto ou serviço.

A margem de contribuição é, em outras palavras, a 'sobra financeira' de cada produto ou divisão de uma empresa para a recuperação – ou amortização – das despesas e dos custos fixos de uma entidade e para a obtenção do lucro esperado pelos empresários. (OLIVEIRA; HERNANDEZ, 2012, p. 252).

Desta forma podemos entender que a Margem de Contribuição pode ser entendida do quanto sobra das receitas para pagar os custos e despesas fixas e gerar o lucro, após deduzir todos os custos e despesas variáveis.

Silva e Lins (2014, p. 129) apresenta a definição e aplicação da margem de contribuição:

$$MC = PV - (CV + DV)$$

Onde:

MC = margem de contribuição;

PV = preço de venda;

CV = custo variável por unidade; e

DV = despesas variáveis por unidade.

1.5.3 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o ponto inicial para o lucro em termos da quantidade necessária de vendas, é o mínimo de receitas para não se ter prejuízos. Fontoura (2013, p. 69) explica que o ponto de equilíbrio “é a denominação dada ao estudo, nas empresas, principalmente na área da contabilidade, onde o total das receitas é igual ao total das despesas. Nesse ponto o resultado, ou lucro final, é igual a zero”.

A partir do momento em que a empresa conhecer a composição de todos os seus gastos e a formação dos preços dos seus produtos, ela poderá saber qual a quantidade que deverá ser vendida de cada um deles para começar a obter lucro. É notório que para uma empresa vender um ou mais produtos, ela deverá incorrer em gastos para produzi-los, antes de iniciar a sua comercialização e, conseqüentemente, obter a sua receita. Nestes momentos, a empresa apresentará gastos maiores que receitas e, portanto, ocorrerá prejuízos. Porém, a partir de determinado momento, haverá certa quantidade vendida que determinará um ponto neutro, isto é, o prejuízo será igual a zero e, a partir daí, a empresa irá começar a apresentar lucro (receitas maiores que os gastos). Este ponto neutro é denominado Ponto de Equilíbrio. Ele ocorre quando os gastos se igualam às receitas. (DUBOIS, et al. 2009, p.179).

Fontoura (2013, p. 69) ressalta que “A análise do ponto de equilíbrio é fundamental para a empresa no que se refere ao planejamento do lucro, permitindo manter ou até melhorar os resultados operacionais obtidos em um determinado período”.

Martins (2008, p. 258) apresenta a abordagem matemática do ponto de equilíbrio:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos + despesas Fixas}}{\text{Margem de Contribuição Unitária}}$$

1.5.4 Rateio

Os custos indiretos são quaisquer gastos que esteja envolvido com a produção ou serviço e que a empresa não tem como identificar precisamente o quanto será atribuído a cada produto. Para Dubois (2009, p. 75) “rateio é a distribuição dos valores de cada CIF aos diversos produtos”.

Segundo Dubois (2009):

O rateio não passa de um artifício pelo qual se consegue aplicar uma parte dos custos indiretos a cada um dos diversos produtos fabricados pela empresa. Para tanto, usa-se um critério de proporcionalidade: os custos indiretos serão distribuídos aos produtos de acordo com uma proporção, segundo a qual se acredita que seja adequada às exigências do bem quando pronto. Esta proporção se traduz em uma base de rateio. (DUBOIS, et al. 2009, p. 75).

Os CIF não são tão representativos nos produtos quanto os custos diretos, mas são utilizados, de certa forma, para que a produção possa ser concluída. Como explica Maher (2001, p. 231) “Rateio de custos representa a atribuição de um custo indireto a um objetivo do custo, segundo uma certa base. Um objetivo do custo, por sua vez, representa qualquer ‘fim’ ao qual um custo é atribuído”. Dubois (2009) ressalta também que:

O rateio deve sinalizar uma utilização presumida dos custos pelos diversos produtos, através de uma estrutura que poderá ser um índice ou percentual, refletindo como os CIF serão apropriados pelos diversos produtos, independentemente do estágio de produção em que eles se encontrem. (DUBOIS, 2009, p. 75).

2 METODOLOGIA

Como relata Gonsalves (2001, p. 26) a metodologia “significa o estudo dos caminhos a serem seguidos, incluindo-se os procedimentos escolhidos”.

Neste sentido, a metodologia é um estudo que auxilia no trajeto a ser percorrido para que se possa chegar aos objetivos desejados.

Assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimento válido e verdadeiro – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista. (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 66).

Para Richardson (1989, p. 29) em um sentido mais amplo, o “método em pesquisa significa a escolha de procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação dos fenômenos”.

2.1 QUANTO AOS FINS

Para se determinar quanto aos fins, é necessário conhecer o tema e buscar compreender o método proposto para que se possa ser facilmente entendido. O método utilizado é o qualitativo, que, segundo Lakatos (2011, p.269) mostra que este método “Fornece análises mais detalhadas sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento etc.”

Lakatos (2011) também nos diz que “A metodologia qualitativa se preocupa em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano”. Neste sentido o pesquisador passa a compreender todo o processo aplicado, analisando e interpretando as informações obtidas em seu estudo.

2.2 QUANTO AOS MEIOS

Para Gil (2002), a coleta de dados do estudo de caso pode ser feita mediante análise de documentos, entrevistas, depoimentos pessoais, observação espontânea, observação participante e análise de artefatos físico.

Assim, a elaboração deste trabalho compreende um estudo de caso em uma empresa de móveis sob medida feito em um determinado período de tempo, utilizando documentos e anotações feitas pelo proprietário para quais são os custos e seu preço de venda ideal. Este estudo foi aplicado entre os dias 01/08/2017 à 31/08/2017.

Este tipo de seguimento do setor moveleiro tem uma produção contínua e que exige muito cuidado em relação aos seus custos de produção, pois nem todos os produtos encomendados dentro do mês referido são finalizados exatamente neste mesmo mês, desta mesma forma, os pagamentos nem sempre são efetuados dentro do mês que foi efetuada a produção. Isto significa que nem todos os custos do mês atual são pagos com o valor recebido do produto encomendado, e isso requer uma gestão precisa para que todos os seus custos e despesas sejam suficientes, independente do prazo de entrega do produto.

3 ESTUDO DE CASO: A HISTÓRIA

A cidade de Juína sempre teve o ramo da madeira como principal fonte de renda e isso atraíam os empresários para o local. Com o passar dos anos a concorrência aumentou e as condições de serviços começaram a ficar mais difíceis. Em 1992 o proprietário da empresa chegou na cidade de Juína e já começou a trabalhar no ramo de marcenaria. A princípio trabalhava como funcionário e, em 1994 abriu seu próprio negócio, juntamente com um sócio.

No ano de 2008 ele saiu da sociedade e continuou com os negócios sozinho. Sua marcenaria sempre foi de pequeno porte, mas conseguiu atender todos seus clientes dentro dos prazos, pois até então era um dos poucos na cidade que trabalhava com fabricação de móveis planejados.

Hoje a empresa instalada em um prédio próprio com 240m², tem uma camionete para entrega e conta com 3 funcionários e o serviço do próprio empresário. O regime de tributação que se encaixa na empresa é o ME (Microempresa). A empresa não possui nenhum tipo de sistema implantado e não trabalha com cartões. As formas de pagamentos dos produtos são feitas à vista ou parcelados através de cheque, adota sempre como entrada, pelo menos, 50% do valor total do produto. Ressaltando que a empresa trabalha apenas com móveis planejados feitos por encomenda e serviços de mão de obra relacionados aos mesmos.

A seguir serão apresentados os produtos feitos durante o período de estudo, seus custos e respectivas despesas.

3.1 VENDAS REALIZADAS NO MÊS

Dentro do período estudado a empresa fabricou seis tipos de produtos diferentes e fez um serviço de mão de obra:

- Gôndola – 1 UN.
- Balcão – 1 UN.
- Cavalete para Igreja – 1 UN.
- Balcão e armário – 1 UN.
- Porta de Madeira – 1 UN.

A empresa não trabalha com estoque de matéria prima, ou seja, a compra da mesma é feita durante a fabricação do produto. Por conta disso, os custos são referentes apenas ao mês em estudo.

A seguir serão apresentados os valores das vendas realizadas dentro do mês em estudo. Todas os valores foram anotados pelo próprio empresário.

Tabela 01 - Receitas realizadas no mês 08/2017

ENTRADAS				
QTDE	PRODUTO	VALOR TOTAL	VALOR PAGO	VALOR A RECEBER
1	Gôndola	R\$ 4.700,00	R\$ 1.200,00	R\$ 3.500,00
1	Balcão	R\$ 3.550,00	R\$ 1.700,00	R\$ 1.850,00
1	Cavalete (igreja)	R\$ 250,00	R\$ 250,00	R\$ 0,00
1	Balcão e armário	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00	R\$ 0,00
1	Porta de madeira	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	R\$ 0,00
	TOTAL	R\$ 11.200,00	R\$ 5.850,00	R\$ 5.350,00

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

De acordo com a tabela 01 observa-se os valores de venda de cada produto, o valor recebido como entrada e o restante do valor parcelado a receber nos próximos períodos.

3.2 CUSTOS E DESPESAS

Os custos e despesas que a empresa obteve no mês 08/2017 serão apresentadas na tabela a seguir.

Tabela 02 - Valor dos custos e despesas referente ao mês 08/2017

CUSTOS E DESPESAS	
DESCRIÇÃO DOS CUSTOS	VALOR
Matéria Prima	R\$ 2.940,62
Material Indireto	R\$ 53,41
Salário	R\$ 4.246,07
Frete Matéria Prima	R\$ 382,60
Energia	R\$ 140,58
Despesa de entrega – Gasolina	R\$ 300,00
Despesa FGTS	R\$ 339,68
Despesa água	R\$ 24,41
Despesa telefone	R\$ 79,50
Despesa pró-labore	R\$ 937,00
Despesa ADM	R\$ 40,00
TOTAL	R\$ 9.483,87

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Na tabela 03 serão apresentados os custos variáveis unitários dos produtos e suas porcentagens, conseqüentemente.

Tabela 03 - Custo Variável unitário dos produtos

PRODUTO	CUSTO VARIÁVEL UNITÁRIO	%
Gôndola	R\$ 1.386,66	41,72 %
Balcão	R\$ 1.103,33	33,20 %
Cavalete (igreja)	R\$ 93,33	2,80 %
Balcão e Armário	R\$ 486,57	14,65 %
Porta de Madeira	R\$ 253,33	7,63 %
TOTAL	R\$ 3.323,22	100 %

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A tabela 04 apresenta os rateios dos custos fixos, despesas fixas e despesas variáveis. Para que o rateio pudesse ser feito, foi usado como base de cálculo as porcentagens do custo variável unitário (tabela 03), sendo que os custos e despesas totais foram rateados por produto.

Tabela 04 - Rateio dos custos e despesas

PRODUTO	%	CUSTO FIXO	DESPESAS FIXAS	DESPESAS VARIÁVEIS	TOTAL
Gôndola	41,72 %	R\$ 1.852,40	R\$ 592,67	R\$ 125,16	R\$ 2.570,23
Balcão	33,20 %	R\$ 1.474,10	R\$ 471,63	R\$ 99,60	R\$ 2.045,33
Cavalete (igreja)	2,80 %	R\$ 124,32	R\$ 39,78	R\$ 8,40	R\$ 172,50
Balcão e armário	14,65 %	R\$ 650,46	R\$ 208,11	R\$ 43,95	R\$ 902,52
Porta de Madeira	7,63 %	R\$ 338,78	R\$ 108,40	R\$ 22,89	R\$ 470,07
TOTAL	100%	R\$ 4.440,06	R\$ 1.420,59	R\$ 300,00	R\$ 6.160,65

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A tabela 05 apresenta a soma dos custos e despesas totais de cada produto.

Tabela 05 - Custos e despesas totais

PRODUTO	CUSTO VARIÁVEL	CUSTO FIXO E DESPESAS	CUSTOS E DESPESAS TOTAIS
Gôndola	R\$ 1.386,66	R\$ 2.570,23	R\$ 3.956,89
Balcão	R\$ 1.103,33	R\$ 2.045,33	R\$ 3.148,66
Cavalete (igreja)	R\$ 93,33	R\$ 172,50	R\$ 265,83
Balcão e armário	R\$ 486,57	R\$ 902,52	R\$ 1.389,09
Porta de madeira	R\$ 253,33	R\$ 470,07	R\$ 723,40
TOTAL	R\$ 3.323,22	R\$ 6.160,65	R\$ 9.483,87

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

3.3 CÁLCULO DE CUSTO - VOLUME - LUCRO

Na tabela a seguir constam os valores da margem de contribuição de cada produto, baseado no preço de venda que o empresário pratica. Este cálculo representa o quanto que o produto está contribuindo para pagar os custos fixos e remunerar o empresário.

Tabela 06 - Cálculo da Margem de Contribuição

PRODUTO	PREÇO DE VENDA UN.	CUSTO + DESPESA VARIÁVEL UN.	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UN.
Gôndola	R\$ 4.700,00	R\$ 1.511,82	R\$ 3.188,18
Balcão	R\$ 3.550,00	R\$ 1.202,93	R\$ 2.347,07
Cavalete (igreja)	R\$ 250,00	R\$ 101,73	R\$ 148,27
Balcão e armário	R\$ 1.700,00	R\$ 530,52	R\$ 1.169,48
Porta de madeira	R\$ 1.000,00	R\$ 276,22	R\$ 723,78
TOTAL	R\$ 11.200,00	R\$ 3.623,22	R\$ 7.576,78

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Na tabela 07 será apresentado o cálculo do ponto de equilíbrio, que resulta na quantidade que a empresa precisa vender para cobrir seus custos e despesas.

Tabela 07 - Cálculo do Ponto de Equilíbrio

PRODUTO	$PE = \frac{\text{CUSTOS + DESPESAS FIXAS}}{\text{MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO UNITÁRIA}}$	TOTAL
Gôndola	$PE = \frac{2.445,07}{3.188,18}$	$PE = 0,77$
Balcão	$PE = \frac{1.945,73}{2.347,07}$	$PE = 0,83$
Cavalete (igreja)	$PE = \frac{164,10}{148,27}$	$PE = 1,0$
Balcão e armário	$PE = \frac{858,57}{1.169,48}$	$PE = 0,73$
Porta de madeira	$PE = \frac{447,18}{723,78}$	$PE = 0,61$

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para fins de arredondamento, a empresa necessita produzir uma unidade de cada produto para cobrir seus custos e despesas.

3.4 CÁLCULO DE PREÇO DE VENDA

Para calcular o preço de venda foi utilizado o método do mark-up divisor e multiplicador. A porcentagem de margem de lucro usada foi de 20%, que é a margem que normalmente a empresa pratica. Os valores encontrados estão apresentados na tabela a seguir.

Tabela 08 - Cálculo de preço de venda através do mark-up

PRODUTO	MARKUP DIVISOR	MARKUP MULTIPLICADOR
Gôndola	R\$ 4.874,90	R\$ 4.874,90
Balcão	R\$ 3.864,63	R\$ 3.864,63
Cavalete (igreja)	R\$ 261,86	R\$ 261,86
Balcão e armário	R\$ 1.664,40	R\$ 1.664,40
Porta de madeira	R\$ 832,26	R\$ 832,26

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Nesta próxima tabela será apresentado uma comparação do preço de venda praticado pela empresa e o preço de venda calculado através do mark-up.

Tabela 09 - Comparação de preços de venda

QTDE	PRODUTO	PREÇO DE VENDA – EMPRESA	PREÇO DE VENDA - MARKUP
1	Gôndola	R\$ 4.700,00	R\$ 4.874,90
1	Balcão	R\$ 3.550,00	R\$ 3.864,63
1	Cavalete (igreja)	R\$ 250,00	R\$ 261,86
1	Balcão e armário	R\$ 1.700,00	R\$ 1.664,40
1	Porta de madeira	R\$ 1.000,00	R\$ 832,26
	TOTAL	R\$ 11.200,00	R\$ 11.498,05

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

3.5 APURAÇÃO DE RESULTADO

Por fim será apresentado a Demonstração de Resultado do período de 01/08/2017 à 31/08/2017, ressalta-se que todos os valores foram adquiridos a partir de documentos disponibilizados pelo empresário.

Tabela 10 - Demonstração de Resultado do mês 08/2017

DRE	
RECEITA	R\$ 11.200,00
(-) IMPOSTOS SOBRE VENDA	R\$ 356,63
(-) CUSTOS DE VENDAS	R\$ 7.763,28
= LUCRO BRUTO	R\$ 3.080,09
(-) DESPESA FGTS	R\$ 339,68
(-) DESPESA ÁGUA	R\$ 24,41
(-) DESPESA TELEFONE	R\$ 79,50
(-) DESPESA PROLABORE	R\$ 937,00
(-) DESPESA ADM	R\$ 40,00
(-) DESPESA DE ENTREGA - GASOLINA	R\$ 300,00
= RESULTADO DO PERÍODO	R\$ 1.359,50

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Assim a DRE é gerencial e está pautada no regime de competência.

3.6 DISCUSSÕES DE RESULTADO

Na empresa o próprio empresário controla todos os setores, não possui nenhum tipo de sistema para controle de entradas e saídas, financeiro, entre outros. Todas as tarefas da empresa são feitas através de um bloco de anotações, onde o proprietário faz os registros dos projetos, pedidos e recebimento dos valores dos produtos vendidos.

Esses tipos de anotações, manuais, de um modo geral dificultam o controle exato dos negócios da empresa. Alguns serviços pequenos, fáceis e rápidos de serem feitos, que utilizam apenas mão de obra, por exemplo, não são anotados pelo empresário por serem, em sua opinião, irrelevantes para o resultado final da empresa. A falta de controle em relação a custos, despesas e receitas dificultou a coleta de dados e informações, assim todos os cálculos foram feitos apenas com informações anotadas na empresa.

A forma que o empresário calcula o preço de venda é o custo total, multiplicado por três. Este cálculo praticado pela empresa não tem embasamento teórico. Ao fazer o cálculo baseado no mark-up a diferença de preço foi mínima, ou seja, teve pouca diferença do preço que ele já pratica. A forma correta de cálculo pode servir como uma ferramenta gerencial para a empresa.

Com toda a análise dos custos e despesas, observa-se que os produtos têm, de certa forma, um alto custo e algumas vezes são vendidos abaixo do preço ideal de venda.

Desta forma, notou-se também que o preço de venda praticado pelo empresário não foge do que seria o ideal, mas deve-se idealizar uma melhoria em relação aos custos e despesas, para que essas possam ser reduzidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Descobrir o preço justo de um produto não é uma tarefa tão fácil quanto parece. Analisar os custos e despesas de cada produto consiste em um estudo minucioso. A empresa de móveis sob medida é antiga e não se adapta facilmente a evolução do comércio. Muita concorrência surgiu no decorrer do tempo e fez com que a empresa se volte, completamente, para qualidade e preço de seu produto.

O problema de pesquisa foi respondido com o resultado obtido através do estudo de caso, mostrou que o preço praticado pela empresa tem pouca diferença do método científico usado neste trabalho. Haja visto o objetivo deste trabalho, identificar os custos e despesas e analisar se a empresa estava praticando o preço de venda ideal, pode-se afirmar que foi alcançado, mostrando que o preço de venda dos produtos está dentro do esperado pelo método mark-up, o que permite ao empresário cobrir seus custos e despesas e ainda obter lucro.

Portanto este trabalho, com o objetivo analisar os custos e preço de venda em uma empresa de móveis sob medida da cidade de Juína/MT, alcançou os resultados esperados e, de certa forma, mostrou ao empresário a importância de analisar os custos, despesas e preços de venda para o sucesso do negócio.

REFERÊNCIAS

- BORNIA, Antonio Cezar. **Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas**. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BRIZOLLA, Maria Margarete Baccin. **Contabilidade gerencial**. Ijuí: Unjuí, 2008.
- CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- CHIEREGATO, Renato et al. **Manual da Contabilidade Tributária: textos e testes com as respostas**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUBOIS, Alexy.; KULPA, Luciana.; SOUZA, Luiz Eurico de. **Gestão de custos e formação de preços: conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- FONTOURA, Fernando Batista Bandeira da. **Gestão de Custos: Uma Visão Integradora e Prática dos Métodos de Custeio**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- FRANCO, Hilário. **Contabilidade Comercial**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 1990.
- GONSALVES, Elisa Pereira. **Iniciação à Pesquisa Científica**. 2. ed. Campinas: Alínea, 2001.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de.; MARION, José Carlos. **Contabilidade Comercial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- _____. **Introdução à Teoria da Contabilidade Para o Nível de Graduação**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- IUDÍCIBUS, Sergio de et al. **Introdução a Teoria da Contabilidade**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MAHER, Michael. **Contabilidade de custos: criando valor para a administração**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: Planejamento e Execução de pesquisas; amostragens e técnicas; elaboração, análise e interpretação de dados**. 7. Ed. São Paulo: Atlas 2010.
- _____. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003. 312 p.
- MARION, Jose Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 12ª. São Paulo, 2006.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, Luís Martins de. HERNANDES PEREZ JUNIOR, José. **Contabilidade de Custos para não contadores**. 5. Ed. São Paulo: Atlas 2012.

PADOVEZE, Clóvis luís. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas1996.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Geral Fácil**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

SÁ, Antonio Lopes de. **Fundamentos da Contabilidade Geral**. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2007

SANTOS, Joel J. **Análise de Custos**: remodelado com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de casos. 4 ed. São Paulo, Atlas, 2005.

SILVA, Raimundo Nonato Souza. **Gestão de custos**: contabilidade, controle e análise. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

SOUZA, Antônio de. **Gestão de Custos**. São Paulo: Atlas, 2009.

SZUSTER, Natan; et al. **Contabilidade Geral**: Introdução à Contabilidade Societária. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.