

## ANÁLISE DE PRECIFICAÇÃO EM UMA LINHA DE VINHO EM UMA INDÚSTRIA VITIVINÍCOLA DE FARROUPILHA

Camila Pellenz<sup>1</sup>  
Gisele Carina Pistore<sup>2</sup>

**Resumo:** Com o crescimento econômico e financeiro do mercado, as empresas buscam oferecer qualidade e bom preço para seus clientes, para isso é necessário ter uma contabilidade de custos adequada ao produto oferecido. Os custos são a maneira com que as empresas irão calcular, analisar e aplicar um valor de venda aos seus produtos fabricados, sempre buscando obter lucro e a satisfação do cliente. Com base nessas premissas este trabalho aborda a análise de precificação em uma indústria vitivinícola de Farroupilha. Ainda, indaga-se qual o método de custeio mais eficaz deve ser aplicado para a análise de precificação, conceituando, definindo, classificando a contabilidade de custos. Neste contexto são abordadas fundamentações teóricas dos seguintes autores: Crepaldi (2009), Stark (2007), Bruni e Famá (2011), Bornia (2010), Megliorini (2001), Perez Jr.; Oliveira, Costa (2009). A metodologia de pesquisa desenvolvida é de forma exploratória, coletada a partir de documentos, delimitada no setor de custos da empresa e, aplicado questionários estruturados ao diretor e a três especialistas, seguindo uma análise de dados de conteúdo e documental. Assim, avaliando e analisando o método aplicado para a viabilidade do projeto. Ainda, considerando que de acordo com os dados verificados conclui-se que com todas as análises feitas foram de grande valia para tomada de decisão na análise da lucratividade.

**Palavras-Chave:** Custos. Precificação. Análise.

### 1 INTRODUÇÃO

A atual realidade do mercado preza pelo preço satisfatório ao bolso do consumidor. Com isso, as organizações estão modificando a forma de decisão ao aplicar os custos e, com as constantes modernizações de seus produtos, estão agregando valores a todos os seus processos de produção, para chegar a um custo final que beneficie tanto a empresa, quanto ao cliente.

Para que a organização esteja aplicando seus custos, mais especificamente seus preços, de forma a ter a lucratividade desejada, é preciso que a mesma tenha uma estratégia de custos bem definida e estudada, para que assim não tenha problemas futuros e prejuízos em suas vendas. Pretende-se por este indagar qual o método de custeio mais eficaz deve ser aplicado para a análise da precificação em uma vinícola de Farroupilha?

Diante do exposto, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar os métodos de custeio para a definição da precificação e mensuração a lucratividade em

---

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha.

<sup>2</sup> Mestre em Administração. Professora nos Cursos de Graduação e Pós-graduação na FSG. Endereço eletrônico: gisele.pistore@fsg.br.

uma empresa vitivinícola de Farroupilha. Por conta disto, são elencados os seguintes objetivos específicos: conceituar gestão de custos e suas terminologias, definir a classificação dos custos, descrever métodos de custeio, verificar métodos de precificação e mensuração da lucratividade, e por fim, propor um método de custeio para precificar o lucro.

A família Basso, vinda da Itália aportou no Brasil no final do século XIX. Instalando-se na localidade de Mato Perso, hoje município de Flores da Cunha e, iniciou a produção de vinhos que já era a prática da família cultivada pelos seus descendentes. Por volta de 1940, Hermindo Basso fundou a primeira vinícola da família, na época denominada como Cantina Rural, já, em 1974 foi constituída a Vinícola Irmãos Basso para fins comerciais. Atualmente, a empresa consta como sua razão social Basso Vinhos e Espumantes, sediada em Monte Bérico, 2º Distrito de Farroupilha.

Administrada por uma holding familiar tem como principal ramo de atividade a industrialização, comercialização, e exportação de vinhos e espumantes. Possuindo duas marcas de produtos, Del Grano e Monte Paschoal. Possui uma produção anual de aproximadamente 9 milhões de litros e, uma capacidade de armazenamento próprio de aproximadamente 10 milhões de litros, distribuídos em uma área total de 14.200 m<sup>2</sup> com 6.100 m<sup>2</sup> constituídos.

A empresa conta com 49 representantes comerciais distribuídos em todo o Brasil, e também, possui 46 colaboradores internos da empresa, divididos em três setores, sendo eles: financeiro e controladoria, comercial e produção. No período da safra da uva, entre janeiro a março, são contratados outros 15 funcionários temporários para auxiliar nos procedimentos de chegada da uva.

Com intuito de bem estar e permanência de seus colaboradores no ambiente de trabalho, a empresa oferece alguns benefícios para estimular seus funcionários. Disponibiliza, alimentação em refeitório próprio, transporte, plano de saúde, seguro de vida, desconto em compras no varejo, auxílio financeiro em cursos e treinamentos, além de incentivo mensal para aqueles que não faltarem no período. Ainda, possui plano de cargos e salários, realizando em determinados períodos uma avaliação de desempenho.

Os principais fornecedores de matéria-prima e insumos (uva, produtos enológicos, garrafas, rolhas, gabetas, rótulos, embalagens, entre outros), localizam-se nas cidades vizinhas da sede da empresa, além disso, algumas de suas matérias-primas

---

são compradas de outros estados, por conta de preço melhor e qualidade superior. Alguns de seus fornecedores, principalmente os de embalagens e rótulos, comparecem com frequência na empresa para ter um contato direto com o comprador.

Tendo em vista o crescimento deste mercado e, as novas linhas de produtos apresentadas, apresenta-se uma análise de precificação dos custos projetados em sua linha, para que desta forma possa-se avaliar e fornecer o verdadeiro custo do produto. Aumentando seu reconhecimento e competitividade no mercado brasileiro, de modo a acrescentar no gerenciamento de custos da empresa.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nos últimos anos, as empresas vêm buscando novos métodos de sistemas que lhes possam beneficiar nas tomadas de decisões, uma delas é a Contabilidade de Custos. Onde, a Contabilidade de Custos está deixando de ser somente uma auxiliadora nas avaliações de estoques e assumindo um patamar de importância nos controles de custos e nas tomadas de decisões (CREPALDI, 2009). Sendo assim, o ambiente competitivo das empresas está cada vez mais se modificando para que as mesmas não fiquem à beira de prejuízos inesperados, por conta da má gestão de custos.

Antes dos custos serem classificados, deve-se defini-los em que entendimento se dá às diversas terminologias dos custos (CREPALDI, 2009). Por conta disto, os custos são identificados pela alocação em que são utilizados os recursos para a fabricação de um produto (STARK, 2007). Ou seja, é necessário distinguir custo, despesa, gasto, desembolso, investimento e perda.

Os custos são todos os gastos aplicados a um produto, bem ou serviço que será utilizado para industrialização ou serviço de outro bem (CREPALDI 2009). As despesas são todos os gastos que se relacionam com os processos de produção da empresa. Ou seja, são serviços ou bens realizados para o ganho de receita, que não se integra à fabricação de um produto ou serviço (BRUNI, FAMÁ, 2011).

Os gastos são todos os desembolsos, que se referem tanto a pagamento, quanto a bem ou serviço a ser empregado pela empresa. É a promessa de entrega financeira em que a organização possa obter um produto ou serviço que assim necessitar normalmente discriminada em forma de dinheiro (CREPALDI, 2009). O desembolso é a forma de

---

pagamento pela compra ou pelo serviço prestado. Ainda, Bruni e Famá (2011) mencionam que os lançamentos contábeis que se referem aos gastos, devem ser apropriados no respectivo mês que foi realizado o serviço já, o desembolso deve ser registrado no mês que foi quitado o serviço ou bem.

O investimento se caracteriza pelo gasto a fim de objetivos futuros, onde, por sua vez, fica no ativo da entidade de forma que não se possa movimentar, sendo agrupado aos custos e despesas de forma gradual (BRUNI; FAMÁ, 2011). Como por exemplo, máquinas e equipamentos. A perda é um fator involuntário de gasto em que a empresa não pode ter controle, por ser de situações externas ou mesmo das atividades em que a mesma operacionaliza (STARK, 2007), exemplo: garrafas quebradas.

Os custos são classificados pela definição em que são utilizados. Portanto, a classificação de custos se dá pela forma de informações mais específicas para nortear o gestor na tomada de decisão. No entanto, para sua classificação há várias formas, para que assim sejam atendidas todas as questões as quais são necessitadas (MEGLIORINI, 2001). Assim, os custos, quanto a sua apropriação, são definidos em diretos e indiretos e, quanto a sua atividade em custos fixos, variáveis, semivariáveis ou semifixos.

Os custos diretos são todos aqueles produtos de fácil mensuração, visivelmente identificáveis. Como por exemplo, a uva como matéria-prima e, também, as horas utilizadas para o processo de envasamento como mão-de-obra. Tem por serem os custos que são apropriados a um produto de forma direta, que sofrem variação de acordo com a quantidade em que são produzidos (CREPALDI, 2009). Já, os custos indiretos, são todos os custos que não é de fácil visibilidade, não sendo diretamente ligado ao produto e com necessidade de rateios. Neste sentido, custo indireto é todo o custo que está vinculado ao processo produtivo e não diretamente ao produto utilizado (CREPALDI, 2009). Como por exemplo (CREPALDI, 2009) menciona o aluguel da área fabril, a mão de obra indireta, a depreciação de máquinas e equipamentos, entre outros custos fabris.

Os custos fixos, são todos aqueles que independente do valor, não variam ao volume de produção (CREPALDI, 2009). Como por exemplo, o aluguel do prédio fabril, que em determinado período não varia, independente da produção, irá permanecer o mesmo. Já, os custos variáveis são aqueles que variam conforme sua produção. Neste conceito, os custos em que se pode definir como variáveis é a matéria-

---

prima, a mão de obra direta, a energia elétrica fabril, entre outros, pois se relacionam diretamente ao volume de produção da empresa (STARK, 2007).

O material direto é todo e qualquer custo de um material identificável diretamente com o produto ao qual se tornará parte integrante do mesmo (CREPALDI, 2009). Desta forma, os materiais diretos, ao serem requisitados para ser utilizado, podem ser identificados previamente para qual será a sua utilização. O material indireto são todos os materiais que não se relacionam diretamente ao produto, sendo utilizado nas atividades auxiliares para a produção do mesmo. Como por exemplo: lubrificantes.

A mão de obra direta corresponde ao trabalho do funcionário relacionado na produção e comercialização de um serviço ou bem. Sendo diretamente referido ao pessoal que trabalha na elaboração direta do produto, onde, não havendo a necessidade de se fazer apropriações indiretas ou por forma de rateio (BRUNI; FAMÁ, 2011). Por exemplo: salários e encargos. Já, a mão de obra indireta, é todo o trabalho realizado em que não se envolva diretamente ao produto, ou seja, são os gastos ou serviços prestados em departamentos auxiliares que não envolvam a execução do produto. Um exemplo de mão de obra indireta é o gasto com salários e encargos de instrutores de treinamento (PEREZ JR., OLIVEIRA, COSTA, 2009).

Os métodos de custeio são as formas usadas para a apropriação dos custos. São métodos nos quais possa ser feita apurações de custos, maneiras de procedimentos para a verificação, adequação e análise dos custos (CREPALDI, 2009). Existem diversos métodos de custeio, onde os mais utilizados são o Custeio por Absorção, o Custeio Variável, o Custeio ABC e o Custeio por Departamentalização. Estes métodos se destacam por serem mais conhecidos e aplicados. Ainda, cabe ressaltar que as empresas devem estudar a melhor opção de método de custeio, pois este será o que lhes guiará para a tomada de decisão e benefícios futuros resultantes pelo método escolhido.

O custeio por absorção, para fins de legalidade, este método de custeio é o único método aceito tanto no Brasil, quanto em outros países, pois é utilizado para a avaliação de estoque na finalidade de elaboração de balanços patrimoniais e demonstrações de resultado (STARK, 2007). Este método tem por vantagem, ser válido para fins contábeis (balanços, demonstrações de resultado, imposto de renda). Também, traz informações de fácil entendimento à gerência, tendo grande visão dos preços e recuperação de custos, como relata Stark (2007). Mas também possui desvantagens,

---

como sendo o método de alocação dos custos indiretos fixos, onde, não expressando a relação da causa e efeito, nem sua proporcionalidade, não esclarece os custos indiretos da proporção alocada, sendo assim, uma alocação arbitrária (STARK, 2007).

O custeio variável, não é aceito legalmente no Brasil, pois é um método mais gerencial, auxiliando na tomada de decisão. É um método que compreende os custos variáveis de produção de um determinado período, desconsiderando os custos fixos deste mesmo período (CREPALDI, 2009). Tem como vantagem, ser um método mais simples e direto, onde apresenta uma abrangente visão de custos, podendo assim determinar com maior facilidade os pontos fortes e fracos na área de custos. Por outro lado, é mais difícil a separação e classificação dos custos fixos e variáveis e, não relaciona os custos variáveis à produção, distorcendo a margem de contribuição, sendo assim, não definindo com exatidão os preços de venda (STARK, 2007).

O sistema de custeio ABC (*Activity Based Costing*) ou custeio baseado em atividades é um método que como o próprio nome já diz se baseia nas atividades dos processos de produção. O ABC também tem a capacidade de identificar os objetos de custo, onde, cria a necessidade de recursos a partir do reconhecimento de determinadas atividades (STARK, 2007). Contudo, uma de suas desvantagens, é ser um sistema complexo que provoca uma falta de tempo e recursos, dificultando a obtenção e esclarecimento do custo-benefício real estimado, ainda, este método mistura os custos fixos e variáveis, onde, para a tomada de decisão esta separação é essencial, pois os custos variáveis sendo relevantes variam com a decisão específica (STARK, 2007).

O sistema de custeio por departamentalização é utilizado pela gestão de custos para determinar o controle das operações e o lucro. De um modo geral, o sistema de custeio por departamentalização é a separação da empresa em departamentos, áreas diferentes, de acordo com cada atividade desenvolvida em cada departamento (PEREZ JR.; OLIVEIRA; COSTA, 2009). É um método que melhora os departamentos com seu controle interno de custos para cada setor, aumentando e diminuindo seus gastos sobre os resultados de cada departamento conforme sua gestão. Porém, possui problemas de alocação de custos indiretos aos produtos fabricados, podendo ter distorções nos resultados quanto ao critério de rateio utilizado (BRUNI; FAMÁ, 2011) (PEREZ JR.; OLIVEIRA; COSTA, 2009).

---

Tendo em vista o mercado atual e a concorrência constante entre as organizações, cabe a cada administrador buscar a melhor técnica para formação do preço de venda de seus produtos. Portanto, para que as organizações possam definir os custos de seus produtos e serviços, tem-se que definir um método de cálculo para que não ocorram falhas futuras.

A formação do preço de venda baseada no custo incorre todos os custos envolvidos até o seu processo final. Para Bruni e Famá (2011), para que a empresa chegue com um valor que maximize seus lucros, com o cálculo do preço de venda, deve assim satisfazer as pretensões do mercado referente ao preço que foi denominado e, aproveitar os níveis de produção mantendo sua qualidade produtiva. Ainda, CrepalDI (2009) menciona que para fixar o preço de venda para o cliente, deve-se mensurar os custos de produção de um determinado produto se baseando nas estratégias que a empresa analisou.

Para que se possa chegar ao preço que se deseja, pode ser usada a aplicação do *mark-up*, onde para a obtenção do preço de venda pode ser aplicada sobre os gastos de um bem ou serviço (BRUNI; FAMÁ, 2011). O *mark-up* pode ser determinado quantas vezes a empresa achar necessário e, pode ter um *mark-up* para cada produto que fabrica. Embora o *mark-up* e o lucro se tratem de conceitos diferentes, muitas vezes são confundidos onde, na verdade o lucro é que integra o *mark-up* (MEGLIORINI, 2011).

A diferença entre o custo por unidade e o preço de venda é denominado como margem de lucro. Ela demonstra a receita adicional dos custos gerada pela empresa para demonstrar as necessidades de cobrir despesas, distribuir resultados e capitalizar (CREPALDI, 2009). Ainda, Megliorini (2011) descreve que a diferença entre o montante de custos e despesas e a receita líquida, se alcança o lucro desejado. Já, a margem de contribuição, inserido no sistema de custos diretos é o fundamental identificador de desempenho onde, proporciona confrontação com os custos fixos quando estão relacionados com o volume físico, resultando em positivos, negativos e nulos (CREPALDI, 1998).

O método de formação do preço de venda baseado no mercado consiste em ser um critério que avalia as práticas da concorrência voltadas ao mercado, avaliando o preço da concorrência. Baseia-se, no fato da empresa se sentir ameaçada, nos movimentos em que a concorrência poderá efetuar (CREPALDI, 2009). Para Perez Jr.,

---

Oliveira e Costa (2009), a concorrência entre as empresas é destacada pelo preço que aplicam em seus produtos onde, com maiores quantidades de um mesmo tipo de produto, o preço tenderá a ser menor.

O método de formação do preço de venda baseado no investimento consiste em ter o retorno almejado sobre o capital que foi investido. Bruni e Famá (2011, p. 277), ainda mencionam que ao aplicar este método é possível estimar o preço, baseado em uma taxa de lucro de capital investido que for predeterminada.

Para a implantação de um sistema de custos, (PEREZ JR.; OLIVEIRA; COSTA, 2009) mencionam que há a necessidade de o pessoal envolvido estar preparado e treinado, assim como o sistema a ser adquirido, desenvolvido e utilizado, necessitará de ajustes, onde somente quem estiver apto saberá identificar os ajustes necessários para a utilização. Santos (2013) menciona que a empresa deve dividir-se em centros de custos, para facilitar a classificação e distribuição custos e gastos produtivos para o rateio dos bens fabricados. Dessa forma, para que a empresa obtenha o lucro e que gere os valores estimados, deve ela manter um alinhamento com a estratégia, os objetivos da empresa e o método de custeio, para assim, a estrutura de custos adotada cumpra com o seu objetivo (CRUZ, 2012).

### **3 METODOLOGIA**

O presente estudo deu-se por métodos e técnicas de pesquisa que auxiliaram na elaboração do desenvolvimento e na análise do projeto, sendo assim, parte do pesquisador adquirir o conhecimento necessário para tal estudo. Cervo, Brevian e Silva (2007) citam que para se alcançar o resultado desejado de um processo, devem-se impor ordens ao método, onde, método entende-se por ser um conjugado de procedimentos utilizados na verificação e nas demonstrações dos resultados estudados.

O estudo desenvolvido aconteceu por meio de pesquisa qualitativa, fundamentada a partir de um estudo de caso. Mascarenhas (2012) complementa que a pesquisa qualitativa tem como característica ser um estudo de forma descritiva, seus dados são levantados e analisados ao mesmo tempo em que é feito o estudo e, é considerada fundamental a influência do pesquisador. Neste mesmo conjunto, a pesquisa desenvolvida foi caracterizada de forma exploratória, pois levantou os custos

---



aplicados e envolvidos no processo produtivo do produto escolhido para tal análise. Ainda, o estudo deu-se a partir do levantamento de documentos e informações utilizadas na precificação do produto.

Para a pesquisa documental é de grande valia primeiramente explorar o grande número de fontes documentais (GIL, 2012). A pesquisa desenvolvida foi com a delimitação da população com base no setor de custos da empresa. Foi aplicado um questionário para o diretor da empresa e, para mais três especialistas em custos. A escolha para a retirada dessas informações se constituiu pelo fato do diretor se tratar de uma pessoa diretamente relacionada ao assunto e, por obter informações de grande valia no processo de custos, já, a escolha dos especialistas, foi por trazerem informações no âmbito extra empresarial, ou seja, um olhar de fora da empresa.

A entrevista foi de forma indireta, a fim de obter as informações necessárias relacionadas à área de custos e ao produto, verificando desta forma a lucratividade com base no preço de venda. Neste contexto, Mascarenhas (2012), relaciona o questionário como sendo um método de coleta de informações ideal para poder-se adquirir uma maior precisão nas informações e, por ser uma forma econômica de tempo e dinheiro, sem precisar se deslocar para efetuar a entrevista pessoalmente. Seguindo as premissas da entrevista de forma estruturada, onde são elaboradas perguntas, seguindo um roteiro, não podendo modificá-las ou mexer em sua ordem (MASCARENHAS, 2012).

A coleta de dados foi realizada por meio de documentos, em que Beuren (2009), descreve que a pesquisa documental é organizada de fontes primárias, pois é uma forma limitada de coleta de documentos podendo ser escritos ou não e, que as fontes para as coletas são diversificadamente maiores, onde o próprio estudante reúne os dados coletados. As informações foram retiradas das notas fiscais de compra de matéria-prima e insumos utilizados no vinho para assim obter seus valores, também foram utilizadas as horas do processo produtivo, a mão-de-obra utilizada, inclusive, o próprio sistema de custos que a empresa possui, entre outros documentos.

#### **4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS**

Com base no objetivo geral de estudo do trabalho, sendo a análise dos métodos de custeio para a definição da precificação e mensuração da lucratividade, o estudo

---

conceituou a gestão de custos e suas terminologias, definiu a classificação dos custos, descreveram-se os métodos de custeio mais utilizados, verificou-se os métodos de precificação e mensuração da lucratividade. Ainda, com o objetivo de analisar a precificação do produto vinho, fabricado pela empresa, fez-se a construção deste por coleta de dados documentais obtidos da empresa, com uma elaboração de pesquisa qualitativa, fundamentada por um questionário de forma estruturado aplicado ao diretor da organização que se relaciona diretamente ao setor de custos e, a três especialistas na área de custos de fora da empresa.

Na questão referente à identificação e cálculo dos custos nas empresas, os especialistas apontaram que a empresa deve conhecer e identificar seus custos, separando-os devidamente e apropriando conforme sua importância, e lançando-os em sistemas ou planilhas. Já a pergunta feita à empresa de que como ela identifica e calcula seus custos, é através de um sistema de custos próprio implantado na mesma. Para o levantamento da matéria-prima utilizado no processo fabril, dois dos especialistas obtiveram o mesmo tipo de resposta, sendo a identificação do produto a ser fabricado, e a demanda, quantidade de matéria-prima a ser necessária, porém um dos especialistas considerou os créditos tributários para considerar a matéria-prima e eventuais perdas e, também, elaboração de estrutura dos produtos fabricados. Já, a empresa faz seu levantamento da matéria-prima com base em uma engenharia dos produtos.

Em relação à identificação dos gastos com mão de obra, a empresa faz-se através de informações contábeis, já para os especialistas esta identificação deve ser verificada e aplicada na composição do produto, ou seja, analisando se está diretamente ligada ao produto, considerando também os encargos sociais e tributações. No que diz respeito à quantificação do tempo de fabricação de cada produto, a empresa estudada não faz este tipo de verificação, porém os especialistas relatam que este tipo de quantificação pode ser feita por meio de cronometragem, ou estudo de tempo, deste o início até o final do processo de fabricação, ou por etapas que o produto passa.

Sobre o sistema de custos que a empresa possui, a organização não soube descrever qual é o método de custeio aplicado em seus produtos, com isso, os especialistas descrevem que o método de custeio ideal para uma empresa aplicar seus custos depende muito do tipo de empresa e para qual finalidade pretende aplicar seus custos. Neste mesmo sentido, ainda, mencionam que mesmo depois de aplicado um

---

método, é quando poderá ser analisado se o mesmo é o adequado para a empresa. Sobre a implantação do sistema de custos e suas necessidades, a empresa implantou o sistema de custos para identificar a lucratividade de cada produto e da empresa, atendendo atualmente as necessidades dos custos. Para os especialistas, essa implantação serve para apurar, calcular e analisar os custos para formação de preço de venda, rentabilidade, lucro ou prejuízo de produtos, entre outros.

No que diz respeito às vantagens e desvantagens de um sistema de custos, e se suas necessidades são atendidas, os especialistas delineiam que suas vantagens são os conhecimentos dos custos, e acompanhamento dos processos, para assim auxiliar na tomada de decisão dos preços e atividades. Por sua vez, suas desvantagens, é a má alimentação do sistema, escolha errada do sistema, imprecisão de informações, custo de avaliação. Para a empresa, pode-se analisar uma visão clara nas contribuições de cada item na margem final do negócio, porém não soube relatar suas desvantagens.

Com relação aos métodos utilizados para a formação do preço de venda, a empresa se baseia no custo da matéria-prima, mais a despesa total, mais o *mark-up*, totalizando assim seu preço de venda. Para os especialistas, os métodos que devem ser utilizados para essa formação, foram distintos entre eles, podendo ser utilizados o *mark-up*, com base na concorrência, o método de absorção, formação com base nos custos, no mercado e retorno sobre o investimento. Já quanto às dificuldades na aplicação dos preços aos produtos, a empresa descreve como sendo a concorrência sua maior dificuldade. Já para os especialistas, as dificuldades são com base no mercado, pois depende de como a empresa aplica seus preços ao produto, sem deixa-lo competitivo e adotando critérios cabíveis aos seus rateios.

No que concerne à maneira de como uma empresa pode analisar a lucratividade de cada produto, os especialistas mencionam que pode ser feita pela margem de contribuição de cada produto, definida pelos gestores, ou verificando o retorno e viabilidade com base na representatividade do produto. Seguindo esta mesma linha, a empresa analisa a lucratividade pelo sistema via margem de contribuição. Já, no que refere como a concorrência influencia na formação do preço de venda, a empresa descreve que não há esta influencia, sendo contraditória quando menciona que a concorrência dificulta na aplicação dos preços aos produtos. Para os especialistas essa influência se dá com base no preço e qualidade para se tornar competitivo, podendo ser

---

negativo se somente seguir o mercado a que atua e não verificando sua estrutura e viabilidade, ou com produtos inovadores e diferenciados dos demais.

Os resultados da pesquisa revelaram alguns pontos positivos, mas também obtiveram alguns negativos. Com base nesses resultados foi verificado que a empresa mesmo possuindo um sistema específico para calcular seus custos, encontra algumas falhas, sendo as mais significantes a não quantificação do tempo de fabricação dos produtos e, a concorrência sendo um ponto de divergências nos resultados analisados. Por fim, para os especialistas a boa adequação dos custos e despesas e, a verificação dos mesmos faz com que se possa ter uma boa gestão de custos em uma organização.

Com o intuito de analisar os métodos de custeio para a definição da precificação e mensuração da lucratividade, este estudo se desenvolveu conceituando a gestão de custos e suas terminologias definiu-se a classificação dos custos, foram descritos os métodos de custeio e, verificaram-se os métodos de precificação e mensuração da lucratividade. Com base nestes termos a proposta de intervenção se dará a partir da proposta de um método de custeio mais adequado para se obter a precificação da lucratividade desejada.

No que diz respeito aos pontos a melhorar da empresa, cabe ressaltar que devem ter uma melhor organização dos seus custos, atualizações mais frequentes dos custos de insumos e matéria-prima, verificação e atualização das estruturas de fabricação dos produtos e, também, calcular o tempo de fabricação de cada produto aplicando a eles valores. Diante destes pontos, foram levantados todos os dados necessários, estes buscados a partir de documentos e do sistema de custos, posteriormente analisados os dados referente ao produto escolhido colocando-os em sua estrutura de fabricação,

O produto a ser escolhido para proposta do referido estudo, foi o vinho tinto Cabernet Sauvignon Virtus de 750 ml da marca Monte Paschoal, conforme figura 1.



Figura 1: Vinho Cabernet Sauvignon Virtus  
Fonte: Basso Vinhos e Espumantes, 2014

Este produto foi escolhido pelo fato de já possuir uma boa atuação no mercado em que lhe é apresentado e, também por ser um tipo de vinho mais conhecido para o paladar dos clientes. Ainda, este produto escolhido possui uma representatividade considerável para toda a unidade nacional em que atua.

Os materiais diretos são todos aqueles produtos que possuem uma facilidade de identificação, que são utilizados para o processo de produção de um produto (PEREZ JR.; OLIVEIRA; COSTA, 2009), como por exemplo, para a fabricação do vinho seria a uva. Para o processo de fabricação da garrafa de vinho do produto a ser estudado, pode-se verificar sua estrutura desde seus processos iniciais até a garrafa pronta, sendo facilmente visualizados todos os materiais diretos utilizados, conforme tabela 1.

Tabela 1 - Estrutura da garrafa de vinho Cabernet Sauvignon

ESTRUTURA ITEM	QUANTIDADE	R\$ UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
<i>Garrafa Vinho Virtus Cabernet Sauvignon 750 ml Monte Paschoal</i>	<i>1 l</i>		
Garrafa Cabernet Cilíndrica 750ml	1 uni	R\$ 0,850	R\$ 0,8500
Rolha Star - Virtus	1 uni	R\$ 0,260	R\$ 0,2600
Capsula Preto Fosco - Virtus	1 uni	R\$ 0,056	R\$ 0,0560
Rotulo Cabernet Sauvignon 750ml Virtus Monte Paschoal	1 uni	R\$ 0,012	R\$ 0,0120
Selo Fiscal	1 uni	R\$ 0,040	R\$ 0,0400
<i>Vinho Cabernet Sauvignon Elaborado</i>	<i>0,75 ml</i>		
Terra Fina	0,001 kg	R\$ 2,490	R\$ 0,0025
Terra Grossa	0,0014 kg	R\$ 2,490	R\$ 0,0035
Estabilizante	0,001 kg	R\$ 27,790	R\$ 0,0389
Terra Média	0,0014 kg	R\$ 2,490	R\$ 0,0001
Bissulfito de Amônia	0,00009 kg	R\$ 2,320	R\$ 0,0002
<i>Cabernet Sauvignon Estocagem</i>	<i>0,75 ml</i>		
Bissulfito de Amônia	0,00008 kg	R\$ 2,320	R\$ 0,0002
<i>Cabernet Sauvignon Fermentação</i>	<i>1 l</i>		
Uva Cabernet Sauvignon	1,4 kg	R\$ 1,367	R\$ 1,9138
Bissulfito de Amônia	0,00021 kg	R\$ 2,320	R\$ 0,0005
Enzima Tinto Fino	0,000028 kg	R\$ 421,225	R\$ 0,0118
Levedura Tinto Fino	0,000028 kg	R\$ 120,212	R\$ 0,0337
Ativante Fermentação	0,0002 kg	R\$ 3,790	R\$ 0,0013
Chips de Carvalho	0,001 kg	R\$ 23,220	R\$ 0,0650
Açúcar	0,035 kg	R\$ 0,840	R\$ 0,0294
Nutriente Fermentação Vinho Fino	0,0005 kg	R\$ 12,330	R\$ 0,0062
<i>Tinto Fino Estocagem</i>	<i>0,25 ml</i>		
Bissulfito de Amônia	0,00008 kg	R\$ 2,320	R\$ 0,0002
Terra Média	0,0014 kg	R\$ 2,490	R\$ 0,0035
<i>Tinto Fino Fermentação</i>	<i>1 l</i>		
Uva Alicante Bouschet	0,700005 kg	R\$ 0,983	R\$ 0,6880
Uva Anceleta	0,700005 kg	R\$ 1,430	R\$ 1,0010
Bissulfito de Amônia	0,00021 kg	R\$ 2,320	R\$ 0,0005
Enzima Tinto Fino	0,000028 kg	R\$ 421,225	R\$ 0,0118
Levedura Tinto Fino	0,00028 kg	R\$ 120,212	R\$ 0,0337
Ativante Fermentação	0,0002 kg	R\$ 3,790	R\$ 0,0015
Chips de Carvalho	0,001 kg	R\$ 23,220	R\$ 0,0650
Açúcar	0,035 kg	R\$ 0,840	R\$ 0,0294
Nutriente Fermentação Vinho Fino	0,0005 kg	R\$ 12,330	R\$ 0,0062
<b>Total =</b>			<b>R\$ 5,1657</b>

Fonte: Desenvolvida pela autora com base em informações do responsável de custos da empresa (Agosto, 2014)

Como se pode perceber, para a fabricação da garrafa de vinho, utilizam-se fases, onde a cada fase são atribuídos os insumos e matérias-primas necessários. Estas fases são denominadas como fermentação, estocagem e elaborado, sendo que, na fermentação seriam as primeiras fases de fabricação do vinho com suas matérias-primas principais, a estocagem é a fase seguinte, onde o vinho já está com suas matérias-primas principais, porém ainda com alguns insumos acrescidos e, na fase elaborado seria quando o produto já está quase pronto para o seu engarrafamento, mas também com alguns insumos inseridos para chegar ao ponto desejado.

A mão de obra direta é todo trabalho que é diretamente aplicada ao produto, ou seja, são todos os componentes ou serviços ligados aos produtos que não temos uma

direta visualização, como por exemplo: salários e encargos (PEREZ JR.; OLIVEIRA; COSTA, 2009). Quanto à questão do referido produto, a mão de obra direta se identificou como sendo o tempo do processo de vinificação e engarrafamento, juntamente com os salários e encargos deste mesmo setor, identificados na tabela 2. Nela, se encontram os encargos, divididos em 20% de INSS, 8% de FGTS e, 8,8% de SAT, composto ainda por 4 funcionários da vinificação e 7 funcionários do engarrafamento.

Tabela 2 - Folha de pagamento e encargos

SETORES	SALÁRIO NOMINAL	PROVISÃO 13º	PROVISÃO FÉRIAS	ENCARGOS	TOTAL
Vinificação	R\$ 6.353,75	R\$ 529,48	R\$ 706,01	R\$ 7.135,98	<b>R\$ 14.725,22</b>
Engarrafamento	R\$ 13.811,07	R\$ 1.150,92	R\$ 1.534,64	R\$ 15.511,39	<b>R\$ 32.008,03</b>

Fonte: Desenvolvida pela autora com base em informações do responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

Ainda, a empresa oferece alguns benefícios a seus funcionários, como sendo, refeição e transporte (descontados do funcionário R\$2,00 e R\$ 1,00 para 22 dias trabalhados), porém, a empresa paga R\$8,00 por funcionário e R\$180,00 por viagem. O plano de saúde tem um desconto de 50% de acordo com a faixa etária, e o seguro de vida é sem desconto em folha, a empresa paga R\$5,49 por funcionário, e também, o prêmio assiduidade é sem desconto em folha, sendo em torno de R\$80,00 de crédito. Todos estes benefícios estão identificados na tabela 3.

Tabela 3 - Benefícios oferecidos pela empresa

BENEFÍCIOS	VALORES POR FUNCIONÁRIO	TOTAL R\$ DE 22 DIAS TRABALHADOS	TOTAL
Alimentação	R\$ 8,00 p/funcionário	R\$ 176,00	R\$ 1.408,00
Transporte	R\$ 180,00 pagos por viagem	R\$3.960,00	R\$ 3.960,00
Plano de saúde	Por faixa etária - 50% do valor	-	R\$ 528,00
Seguro de vida	Não é descontado, é pago R\$5,49 por funcionário/mês	R\$ 60,39	R\$ 60,39
Prêmio assiduidade	Não é descontado, é pago R\$80,00 por funcionário/mês	R\$ 880,00	R\$ 880,00
<b>TOTAL = R\$ 6.836,39</b>			

Fonte: Desenvolvida pela autora com base em informações do responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

O custo hora para cada setor é representado pela tabela 4. Nela, estão informados os salários de cada setor, juntamente com seus benefícios. Ainda, há o cálculo para se chegar ao custo hora, ao lado calculada das horas trabalhadas.

Tabela 4 - Resumo custo hora

SETORES	SALÁRIOS/ ENCARGOS	BENEFÍCIOS	TOTAL	HORAS TRABALHADAS	CUSTO HORA
Vinificação	R\$ 14.725,22	R\$ 2.485,96	<b>R\$ 17.211,18</b>	176 x 4 = 704	<b>R\$ 24,45</b>
Engarrafamento	R\$ 32.008,03	R\$ 4.350,43	<b>R\$ 36.358,46</b>	176 x 7 = 1.232	<b>R\$ 29,51</b>

Fonte: Desenvolvida pela autora com base em informações do responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

O tempo de fabricação do produto, desde sua vinificação até o seu engarrafamento, é representado pela tabela 5. O vinho fica em elaboração em torno de 1 ano, sendo que após estar pronto para o consumo é engarrafado com o tempo médio de 5 minutos. Na tabela 5 podem-se verificar os setores envolvidos, diretamente com seu custo hora, destacando o total da mão de obra direta. Para o setor da vinificação, cada funcionário trabalha por mês 176 horas, sendo que o setor possui 4 funcionários e, durante o período de um ano, este setor finaliza com 8.448 horas, produzindo ao total 250.000 litros de vinho. Para o item escolhido para este estudo de caso, que possui 750ml, pode-se afirmar que utiliza 0,0253 horas para ser produzido.

Tabela 5 - Tempo de Vinificação e Engarrafamento

SETORES	TEMPO (horas)	CUSTO HORA	TOTAL MÃO-DE-OBRA DIRETA
Vinificação	0,0253	R\$ 24,45	<b>R\$ 0,6186</b>
Engarrafamento	0,0833	R\$ 29,51	<b>R\$ 2,4582</b>

Fonte: Desenvolvida pela autora com base em informações do responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

A empresa, além disso, possui algumas despesas, sendo elas as mais significativas, pois envolvem também outros setores. Conforme a tabela 6 pode-se visualizar todas as suas despesas referentes ao mês de setembro de 2014.

Tabela 6 - Gastos e Despesas

GASTOS/DESPESAS	VALOR
Energia elétrica	R\$ 10.887,36
Manutenção de máquinas e equipamentos	R\$ 4.769,66
Manutenção de prédios	R\$ 144,45
Manutenção de instalações industriais	R\$ 35,57
Depreciações	R\$ 28.154,57
Seguros	R\$ 23.042,34



Prestação de serviços de terceiros	R\$ 21.168,02
Despesas com laboratório	R\$ 305,00
Material de expediente	R\$ 806,67
Material de consumo	R\$ 444,89
Aluguéis	R\$ 307,75
Comunicação	R\$ 2.280,77
Material de segurança	R\$ 117,80
Combustíveis	R\$ 940,00
Alimentação	R\$ 7.768,63
Viagens e estadias	R\$ 56.643,37
Propaganda e publicidade	R\$ 35.024,73
Fretes sobre vendas	R\$ 26.804,88
Despesas com pedágios	R\$ 1.860,80
Manutenção de veículos	R\$ 12.513,61
Despesa com frota	R\$ 9.907,13
Honorários de terceiros	R\$ 15.258,00
Despesas com sistema	R\$ 9.637,78
Material de higiene e limpeza	R\$ 2.001,51
<b>TOTAL =</b>	<b>R\$ 270.825,29</b>

Fonte: Desenvolvida pela responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

O faturamento mensal da empresa, juntamente com a divisão de seus gastos, informa a porcentagem dos gastos sobre o faturamento no período analisado, utilizado no cálculo do produto. Estes valores se encontram na tabela 7.

Tabela 7 - Representatividade dos gastos sobre o faturamento

GASTO	FATURAMENTO	%
R\$ 270.825,29	R\$ 3.385.728,56	8%

Fonte: Desenvolvida pela responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

O método de custeio escolhido para o desenvolvimento do mesmo se deu pelo método absorção, por ser o único aceito legalmente no Brasil e pelas leis da contabilidade. Cabe lembrar, que o custeio por absorção pondera os elementos ligados à produção, sendo eles diretamente ou indiretamente relacionados ao produto (STARK, 2007). O cálculo do método de custeio por absorção está representado na tabela 8, onde, encontra-se o custo total por garrafa.

Tabela 8 - Método de Custeio Absorção

DESCRIÇÃO	VALORES R\$
Matéria Prima	R\$ 5,1657
Mão de Obra Direta	R\$ 3,0768
<b>CUSTO TOTAL DE PRODUÇÃO POR GARRAFA</b>	<b>R\$ 8,2425</b>

Fonte: Desenvolvida pela responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

Para se chegar à porcentagem de *Mark-up*, foi considerada uma base de 100%, juntamente com os gastos de 8%. Ainda, foi aplicado um percentual de lucro desejado de 10%, com 21,65% de impostos (PIS 0,65%, COFINS 3%, CSLL 1,0%, ICMS 17%), inclusive, considerando 6% de comissões. Representado na tabela 9, encontra-se o total de *Mark-up*.

Tabela 9 - Porcentagem do Mark-up

<b>MARK-UP</b>	<b>%</b>
Base	100%
Gastos	8%
Lucro Desejado	10%
Impostos sobre faturamento	21,65%
Comissões	6%
<b>TOTAL =</b>	<b>54,35%</b>

Fonte: Desenvolvida pela responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

Pode-se verificar, que ao se chegar com a porcentagem de *Mark-up* de 54,35%, e calcular o preço, chega-se com um preço de venda de R\$15,17. Este, representado na tabela 10.

Tabela 10 - Preço de Venda

<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>R\$</b>
Mark-up Divisor	0,5435
Mark-up Multiplicador	$1/0,5435 = 1,84$
Custo (MD + MOD)	8,2425
<b>PV Proposto</b>	<b>R\$ 15,17</b>

Fonte: Desenvolvida pela responsável de custos da empresa (Setembro, 2014)

Com o preço de venda calculado, ainda, pode-se verificar que a empresa ao vender seu produto com o valor atual de varejo de R\$12,50 representa um prejuízo mensal de R\$ 0,19. Isso significa que com este valor atual a empresa não está tendo um retorno significativo de lucro, tendo que, suprir este prejuízo. Representado na tabela 11, se encontra o cálculo do preço de venda atual.

Tabela 11 - Representatividade do preço atual

<b>PREÇO ATUAL</b>	<b>%</b>	<b>R\$ 12,50</b>
Impostos	-21,65%	-R\$ 2,70
Gastos	-8%	-R\$ 1,00
Comissões	-6%	-R\$ 0,75
Custo		-R\$ 8,24

<b>Lucro / Prejuízo</b>		<b>-R\$ 0,19</b>
-------------------------	--	------------------

Fonte: Desenvolvida pela responsável de custos da empresa (Outubro, 2014)

Tendo em vista os cálculos apresentados, pode-se perceber que a empresa está aplicando seus custos de forma a não conseguir almejar o resultado desejado. Onde, os fatores para tal decisão devem ser revistos e analisados. Assim, pode avaliar a necessidade de aumentar seu valor de venda do produto, podendo alcançar um lucro que cubra seus gastos e um retorno considerável mensalmente.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como já visto, a contabilidade de custos é um procedimento para auxiliar o gestor no gerenciamento dos custos e na tomada de decisão de preço sobre um produto. Ainda, ela auxilia informando, identificando e mensurando os custos aplicados a um produto ou serviço (CREPALDI, 2009). Neste contexto, para se chegar a uma tomada de decisão, os dados e as informações retiradas da contabilidade de custos, atende objetivos distintos a que se cumprir, sendo assim, o custo é necessário para se chegar um resultado significativo (STARK, 2007).

Com base nestas premissas, o trabalho de pesquisa elaborado, deu-se com sua delimitação buscando qual o método de custeio mais eficaz deve ser aplicado para a análise da precificação em uma vinícola de Farroupilha. Ainda, de forma geral, analisando os métodos de custeio para a definição da precificação e mensuração a lucratividade. Com base nisso, o estudo analisou a precificação adotada pela empresa Basso Vinhos e Espumantes Ltda na venda de sua linha de vinho, mensurando a lucratividade do mesmo e ainda, conceituou a gestão de custos e suas terminologias, foram definidas as classificações de custos, descritos os métodos de custeio, verificados os métodos de mensuração da lucratividade perante o preço e, proposto um método de custeio para se chegar à lucratividade desejada. Sendo assim, foram atendidos todos os requisitos apresentados em sua delimitação.

Neste contexto, verificou-se que a empresa possui muitos pontos a melhorar, sendo elas: organizar melhor e ter um controle maior de seus custos e despesas, atualizar suas estruturas de vinhos e espumantes com maior frequência, analisar seus preços para obter maior lucratividade. Contudo, possui pontos positivos, como analisar

---

o mercado a que atua, possuir um sistema de custos para auxiliar na tomada de decisão, abranger suas vendas a outros países.

Seguindo a proposta de intervenção sugerida que foi indagar qual o método de custeio mais eficaz deve ser aplicado para a análise da precificação em uma vinícola de Farroupilha, propôs ao referente produto utilizar o método de custeio por absorção. A proposta apresentada foi de grande valia para identificar e mensurar a lucratividade do produto, pois, com ela, pode-se perceber o quanto de lucro pode-se aplicar ao produto para que o mesmo tenha o retorno desejado.

Contudo, perante a elaboração do trabalho, as principais dificuldades para desenvolvê-lo, foram à demora nas respostas das entrevistas, em alguns casos a falta de material para um específico ponto do referencial teórico, o impedimento de apresentar alguns dados referentes à empresa tendo que assim fazer uma média dos mesmos e, também a dificuldade de obter dados que antes não eram utilizados pela empresa. Por conta destes aspectos, pode a empresa por meio de este trabalho buscar formas de melhorar os seus centros de custos, buscando elevar sua lucratividade analisando com maior rigor os gastos de seus produtos. Ainda, a mesma pode diferenciar a maneira com que aplica seus custos, buscando novas formas para se chegar ao custo ideal de seus produtos, inclusive orçamentando com novos fornecedores as matérias-primas mais utilizadas. Assim, mediante todos os dados analisados e apresentados a empresa pode buscar ter um retorno maior com o produto que está sendo entregue no mercado.

## 6 REFERÊNCIAS

BEUREN, Ilse Maria. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. 3. ed. – 4. reimp. – São Paulo: Atlas, 2009.

BRUNI, Adriano Leal, FAMA, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços:** com aplicações na calculadora HP12C e Excel. (Série Finanças na Prática). 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 1998.

---

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

CRUZ, June Alisson Westarb. *Gestão de custos: perspectivas e funcionalidade* [livro eletrônico]/June Alisson Westarb Cruz. – 1. ed. – Curitiba: InterSaberes, 2012 – (Série Gestão Financeira).

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: Makron Books, 2001.

MEGLIORINI, Evandir. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PEREZ JR., José Hernandez; DE OLIVEIRA, Luíz Martins; COSTA, Rogério Guedes. **Gestão Estratégica de Custos**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTOS, Luiz Fernando Barcellos dos. **Gestão de custos: ferramentas para a tomada de decisões** [livro eletrônico]/Luiz Fernando Barcellos dos Santos. – Curitiba: InterSaberes, 2013. – (Série Gestão em Foco). 2 Mb; PDF.

STARK, José Antonio. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

VINHOS E ESPUMANTES, Basso. Disponível em:  
<<http://www.vinicolabasso.com.br/>> Acesso em: 04 mar. 2014.