

AVALIAÇÃO DA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NA EMPRESA LAB POWER ELETRÔNICOS DO BRASIL LTDA.

Renata Bastian¹
Odir Berlatto²
Catherine Chiappin Dutra³

1 INTRODUÇÃO

No Brasil, a maioria das empresas é classificada em micro e pequena empresa. Porém, esses empreendimentos muitas vezes não têm planejamento e acompanhamento de custos e despesas o que leva muitas vezes ao prejuízo e falência das mesmas. Por isso, a importância de todas as informações gerenciais, custos, despesas e lucro desejado, serem constantemente atualizados e de fácil acesso e compreensão pela área de gestão da empresa no momento da formação do preço de venda.

Em virtude da importância que a formação do preço de venda possui na empresa como um todo, surge o problema de pesquisa que conduz este estudo: Quais aspectos devem ser observados para avaliar a formação do preço de venda em uma indústria de eletrônicos de Caxias do Sul?

O objetivo geral dessa pesquisa é avaliar a formação de preço em uma indústria de eletrônicos de Caxias do Sul e os objetivos específicos são: conceituar custos; classificar mão de obra direta e indireta e material direto e indireto; descrever métodos de custeio e formação de preço de venda; verificar procedimentos de formação de preço de venda utilizados pela empresa.

O presente estudo se justifica pelo fato que, um dos principais fatores para a sobrevivência de uma empresa é o lucro. Sendo assim, torna-se fundamental que os gestores possuam o conhecimento de diversas informações para que seja feita de forma correta a formação de preço e que esta seja condizente com o mercado de atuação.

¹ Acadêmico do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha.

² Mestre em Ciências Sociais. Professor nos Cursos de Graduação e Pós-graduação na FSG. Endereço eletrônico: odir.berlatto@fsg.br.

³ Contadora, Especialista em Administração Estratégica de Serviços e Professora nos cursos de Graduação na FSG. Endereço eletrônico: Catherine.dutra@fsg.com.br.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A contabilidade de custos originalmente encontrada na contabilidade financeira trata-se de um método para controle e auxílio nas tomadas de decisões. Na tomada de decisões gera informações gerenciais, isso faz com que desempenhe um papel importante e destacado dentro das empresas (BORNIA, 2010).

Como relata Crepaldi (2009, p. 2), “a contabilidade de custos planeja, classifica, aloca, acumula, organiza, registra, analisa, interpreta e relata os custos dos produtos fabricados e vendidos”. Com isso precisa ser bem estruturada, sendo de suma importância em um mercado globalizado.

Custo é toda e qualquer aplicação de recursos, de diferentes formas para a produção e distribuição de mercadorias. Pode ser definido também como gasto, quando utilizado na produção de bens e serviços (STARK, 2007).

Na pesquisa, foram descritos alguns métodos de custeios, sendo eles: por absorção que é a apropriação dos custos de produção aos produtos do período, ou seja, cada produto recebe uma parcela dos custos diretos e indiretos. O método de custeio variável tem como principal característica ter somente os custos e despesas variáveis relacionados aos produtos. Os custos e despesas fixas não são considerados, pois não tem origem na produção. Para o cálculo do custeio padrão, é preciso fazê-lo antes da produção. Pois, sua finalidade é a avaliação da eficiência do processo produtivo. O custeio ABC é um método que parte do princípio que os produtos dependem das atividades e as atividades geram custos. Conforme afirma Stark (2007, p.186), “o ABC identifica um conjunto de objetos de custo, reconhecendo que cada um deles cria a necessidade de determinadas atividades, que por sua vez, criam a necessidade de recursos”.

O preço é o principal indicador do valor que a empresa entrega aos seus clientes, sendo esse expresso em valores monetários onde acreditasse que o produto ou serviço da empresa tragam benefícios aos clientes. No processo da formação do preço alguns objetivos principais devem ser considerados, como: em longo prazo, proporcionar o maior lucro possível; maximizar a lucratividade de mercado; aumentar a capacidade de produção, evitando ociosidade e desperdícios e tornar o negócio auto-sustentável perpetuando o capital empregado na empresa (CREPALDI, 2009).

As empresas precisam identificar os produtos que possuem uma maior contribuição de

lucro e, quais contribuem pouco ou geram prejuízos à organização. Deste modo, torna-se necessário o conhecimento da capacidade de cada produto em gerar receitas e os custos a eles relacionados.

3 METODOLOGIA

Tendo como objetivo do trabalho fazer uma análise de formação de preços para a empresa LAB na cidade de Caxias do Sul, utilizou-se a abordagem de pesquisa qualitativa, que segundo Silva (2000, p.20), é "uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números".

O método mais adequado para a pesquisa qualitativa é o estudo de caso, no qual “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”. (GIL, 2002, p. 54). Visto que será analisado se a formação de preço de venda está adequada e se estão sendo utilizados os parâmetros da contabilidade de custos.

Segundo Marconi e Lakatos (2002), a população é como a amostra, uma parcela convenientemente selecionada de um subconjunto do universo, que realmente será submetido a verificação. Desse modo, o presente estudo será realizado na empresa em alguns setores, uma vez que o problema de pesquisa abrange as áreas de compras, contabilidade e vendas. Sendo que, esses setores que estão envolvidos na formação de preço de venda.

No intuito de deixar evidente o objetivo da pesquisa as pessoas entrevistadas terão explicação clara das informações cedidas assim como a documentação repassada. A entrevista é um método de coleta de dados, em que o pesquisador, com metas previamente definidas acerca do objeto de sua pesquisa, entra em contato com aqueles que serão entrevistados para, através de um diálogo informal ou estruturado, adquirir os dados necessários à sua pesquisa.

A análise de documentos (relatórios, normas, memorandos, etc.), “é uma técnica na qual se explora a base do conhecimento fixado materialmente encontrado no universo de informações e que nos permite utilizá-lo para consulta, estudo e prova, utilizado no domínio do problema” (CERVO; BERVIAN, 1996, p.88). Os documentos e relatórios da empresa serão analisados, visando verificar se as informações estão sendo corretamente inseridas no

sistema para o cálculo dos custos e posterior preço de venda dos produtos.

A técnica de análise de dados que se empregará neste estudo, será a técnica de análise de conteúdo. Segundo Bardin (*apud* GOMES; MARINS, 2004), a técnica de “análise de conteúdo é um método muito empírico, que depende do tipo de ‘fala’ a que se dedica e do tipo de interpretação que se pretende como objetivo”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, o estudo não está finalizado, pois trata-se de um resumo do Estágio Supervisionado I, o qual servirá de base para a busca de dados e análise para a conclusão no Estágio Supervisionado II.

5 REFERÊNCIAS

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CERVO, Amado Luiz, BERVIAN Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: 1996.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARINS, Hiloko Ogihara; GOMES, Heloisa Toller. **A Ação Docente na Educação Profissional**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2004.

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

SILVA, Edna Lúcia da. **Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação**. Florianópolis: Laboratório de Ensino a distancia da Universidade Federal de Santa Catarina, 2000.

STARK, José Antônio. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
