

CONTABILIDADE DE CUSTOS COM FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA PARA EMPRESA COMERCIAL DE PEQUENO PORTE

Kélica Padoan Cardoso¹
Odir Berlatto²

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa apresenta como tema central o estudo da contabilidade de custos com formação do preço de venda em empresa comercial de pequeno porte e tem como objetivo geral analisar as vantagens da utilização da contabilidade de custos como auxílio para tomada de decisão, resultando em informações exatas de custos, melhor controle de gerenciamento e por fim, a maximização dos resultados e superação da competitividade.

Atualmente, devido à modernização das empresas, a contabilidade de custos tornou-se uma ferramenta de vital importância para gerar informações rápidas e precisas para a administração. Além de “identificar, mensurar e informar os custos dos produtos ou serviços” (CREPALDI, 2009, p. 2), tornou-se uma eficiente forma de auxílio no desempenho das organizações, facilitando para determinação do lucro, controle das operações e tomada de decisões. Diante disso, o problema de pesquisa proposto é analisar as contribuições que a contabilidade de custos oferece para auxiliar a tomada de decisão para formação do preço de venda em empresa comercial de pequeno porte.

Justifica-se a proposta uma vez que, com parâmetros estabelecidos através do desenvolvimento deste trabalho, espera-se definir a estratégia de custos para vencer mercados competitivos e promover fortalecimento diante de barreiras e novos entrantes, fornecendo uma vantagem sobre as empresas cujos sistemas de custos estão em desequilíbrio. Através de tal posicionamento, o desempenho da organização pode possibilitar constante crescimento e rentabilidade conquistando diferenciação no seu negócio e liderança de mercado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A proposta está fundamentada principalmente a partir dos conceitos de Martins, Leone, Crepaldi e o Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo. Nesse sentido, a discussão teórica aborda a importância da contabilidade de custos como centro

¹ Aluna do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha (FSG).

² Professor Orientador do Projeto.

processador de informações, que de acordo com Leone (2009), recebe (ou obtém) dados, acumula-os de forma organizada, analisa, interpreta e produz informações de custos para os diversos níveis gerenciais. Dessa forma, Crepaldi (2009) destaca que uma organização necessita ter uma contabilidade de custos bem estruturada para acompanhar e atingir seus objetivos em um mercado dinâmico e organizado. Para que o gestor identifique a melhor maneira de apropriar os custos da sua empresa é necessário analisar os métodos existentes, e diante das diversas formas de custeio, as principais são: variável, absorção e custeio baseado em atividades.

O custeio variável, conhecido como custeio direto, considera como custo de produção do período apenas os custos variáveis incorridos, desprezando os custos fixos. Fundamenta-se na separação dos gastos em gastos variáveis e gastos fixos, ou seja, gastos que variam proporcional ao volume da venda e gastos que se mantêm estáveis perante volumes de venda (CREPALDI, 2009). No que diz respeito ao método de custeio por absorção, Crepaldi (2009) verifica que está de acordo com os princípios fundamentais de contabilidade, a partir da utilização do regime de competência e a confrontação de receitas e despesas, e é, no Brasil, adotado pela legislação comercial e pela legislação fiscal. Válido para a apresentação de demonstrações financeiras e para o pagamento do imposto de renda, porém, destaca o autor, não é muito utilizado para tomada de decisões. O custeio baseado em atividades, conhecido como ABC (Activity Based Costing), é definido por Martins (2008) como uma metodologia de custeio que procura reduzir as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos, podendo ser aplicado também aos custos diretos.

O custo no comércio possui como principal objetivo compor o valor ideal para venda dos produtos, ou ainda, apresentar o custo do produto para sua comercialização e, com isso, fornecer informações importantes para a tomada de decisão. Sobretudo, de acordo com o Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (2000), é necessária a inclusão de todos os gastos incorridos, sejam eles direta ou indiretamente ligados ao produto. Os custos variáveis no comércio estão ligados diretamente à mercadoria, variando de acordo com a quantidade de mercadoria adquirida e vendida, destaca-se assim o valor do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) e o valor do frete. No que diz respeito à formação de preços, a formação de preços com base na concorrência e com base no *mark-up* serão destaques de estudo. O primeiro, para Crepaldi (2009), tem seu foco voltado para as práticas da concorrência, com as decisões condicionadas aos movimentos da concorrência caso se sinta ameaçada e quanto ao *mark-up*,

Martins destaca a importância de inicialmente apurar o custo segundo os critérios de custeio por absorção ou custeio variável. De acordo com o autor, “sobre esse custo agrega-se uma margem, denominada *mark-up*, que deve ser estimada para cobrir os gastos não incluídos no custo, os tributos e comissões incidentes sobre o preço e o lucro desejado pelos administradores.” (MARTINS, 2008, p. 218).

3 METODOLOGIA

Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa exploratória, uma vez que existe a necessidade de busca por esclarecimentos de alguns conceitos e aprimoramento de ideias que de acordo com Gil (2007), proporciona maior familiaridade tornando o problema mais explícito. Em relação à abordagem da pesquisa, será utilizado um instrumento qualitativo, através de um roteiro de entrevista com questões abertas, análise do conteúdo de documentos e interpretação do significado, identificando as contribuições da contabilidade para a adoção do método de custeio na empresa em questão. O tema será desenvolvido a partir do método de estudo de caso, a partir da utilização de um estudo detalhado para esclarecimento da pesquisa e apresentação de propostas baseado em hipóteses.

O propósito da amostragem, segundo Roesch (2007), é construir um subconjunto da população representando as principais áreas de interesse da pesquisa. Diante disso, a pesquisa será apresentada mediante um estudo aprofundado de documentos disponibilizados pela empresa, através do qual envolverá a organização como um todo a fim de serem conhecidas as principais informações necessárias para o levantamento de dados e obtenção de resultados. Com o intuito de obter informações a partir de outros olhares, será realizada uma entrevista com especialista em gestão de custos para que este contribua também com melhorias no segmento da organização. O estudo será estabelecido a partir da coleta de informações relevantes disponibilizadas pela empresa para verificação da autenticidade e compreensão de dados extraídos no âmbito contábil, seja financeiros ou fiscais. Tendo presente os instrumentos utilizados na coleta dos dados, será necessária a análise de conteúdo caracterizada por dados qualitativos. Neste sentido, para analisar os dados será realizada uma verificação crítica a fim de detectar falhas ou erros, evitando informações confusas, distorcidas e incompletas que podem prejudicar o resultado da pesquisa. Os dados serão disponibilizados através de quadros para demonstração da análise dos dados e maior facilidade na verificação das relações entre eles.

4 REFERÊNCIAS UTILIZADAS

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO ESTADO DE SÃO PAULO. **Custos: ferramentas de gestão**. São Paulo: Atlas, 2000.

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

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEONE, George. **Custos: planejamento, implantação e controle**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

Palavras-chave: Custos. Preço de venda. Metodologia de pesquisa.