

ANALISE INTERNA DE CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA EM UMA LOJA DE INFORMÁTICA

Juliane Luiza Klein Schneider¹
Anderson Pinceta²

RESUMO

Para a gestão de uma organização é fundamental que as empresas adaptem-se nas mudanças de mercado, ter um efetivo controle de seus gastos é uma vantagem dentro de um meio tão competitivo. A gestão dos gastos de uma empresa é fundamental para que se possa chegar a precificação correta dos produtos a serem vendidos, isso passa a ser um diferencial de mercado. Desta forma parte-se para o tema do trabalho desta pesquisa a análise interna de custos e formação de preço de venda em uma loja de informática localizada na cidade de santa rosa RS, onde o objetivo geral deste trabalho é evidenciar a margem de retorno que a empresa tem frente aos seus negócios apresentando a formação do preço de venda o qual ira garantir a esperada margem de lucro desejada pela empresa, e para chegar ao resultado foi utilizada como base a aplicação do método de custeio por absorção que engloba todos os gastos incorridos mais a margem de lucro desejada para chegar a precificação final dos produtos, com o intuito de auxiliar no entendimento da temática, buscou-se abordar os seguintes conteúdos a terminologias aplicadas a contabilidade de custo, custeio por absorção e análise da lucratividade e rentabilidade da empresa. Estudo ficou evidenciou que a apresenta não esta almejando o lucro desejado, porém o estudo destaca que através da adoção do método de custeio por absorção que contribui para a correta alocação das despesas geradas pela empresa o gestor terá maior facilidade em atingir seus objetivos.

Palavras Chave: Gestão. Lucro. Precificação. Custeio por absorção.

ABSTRACT

For the management of an organization, it is essential that companies adapt to changes in the market, having an effective control of their spending is an advantage within such a competitive environment. The management of the expenses of a company is fundamental so that the correct pricing of the products to be sold can be reached, this becomes a market differential. In this way the internal cost analysis and sale price formation in a computer store located in the city of santa rosa RS, where the general objective of this work is to highlight the margin of return that the The company is faced with its business presenting the formation of the sale price which will guarantee the expected profit margin desired by the company, and to reach the

¹ Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis – 8º semestre - Faculdades Integradas Machado de Assis. Juklein_@hotmail.com.

² Mestre em gestão estratégica de organizações Orientador. Professor do curso de Ciências Contábeis. Faculdades Integradas Machado de Assis. apinceta@fema.com.br.

result will be used as a basis the application of the absorption cost method that includes all the expenses incurred more The desired profit margin to arrive at the final pricing of the products, with the purpose of helping to understand the thematic, we tried to approach the following contents to terminologies applied to cost accounting, costing by absorption and analysis of profitability and profitability of the company. In conclusion of this study it was evident that the present one is not aiming at the desired profit, but the study emphasizes that through the adoption of the absorption cost method that contributes to the correct allocation of the expenses generated by the company, the manager will have a greater facility in reaching its objectives .

Keywords: Management. Profit. Pricing. Absorption costing.

INTRODUÇÃO

Uma organização precisa estar preparada para enfrentar as oscilações frequentes do mercado, a competitividade é um fator condicionante que reflete diretamente na lucratividade das empresas, frente a este contexto é preciso ter um controle efetivo da organização buscando o máximo de recursos para garantir a sobrevivência da empresa.

Portanto para que se possa proceder esta pesquisa foi feita uma análise interna de custos e formação de preço de venda em uma loja de informática localizada na cidade de Santa Rosa RS, através desta análise foi possível verificar a situação econômica desta empresa.

O objetivo deste estudo é buscar evidenciar a margem de retorno que a empresa tem frente aos seus negócios para isso foi analisado dois setores da empresa, venda e serviço onde foi feito um comparativo entre os preços utilizados pela empresa atualmente e o preço alcançado após a aplicação do custeio por absorção que foi utilizado para a precificação dos novos preços dos produtos desta empresa.

Para auxiliar neste processo foram realizadas pesquisas bibliográficas o qual objetiva-se trazer a resposta a questão deste estudo os principais autores são Bruni; Fama(2008) Bertó; Beulke (2005) Souza(2011). A metodologia utilizada desta análise é através de entrevista com o gerente da empresa, dados retirados do software da empresa, notas fiscais de entrada e saída além de livros e artigos publicados. Seguindo com relação aos procedimentos técnicos classifica-se esta pesquisa como aplicada, apresenta-se como um estudo de caso e para auxiliar a condução desta pesquisa foi utilizado métodos históricos, estatísticos e comparativos para comparar

as semelhanças e divergência que possam haver na prática de precificação dos preços utilizados pela empresa.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesse capítulo se abordará o referencial teórico que serve como base para os elementos que a compõe, custos fixos e variáveis, diretos e indiretos, foi trabalhados o custeio por absorção, custeio variável, custeio ABC, foi feita uma abordagem quanto a contabilidade gerencial e a importância que ela tem, mark-up divisor e a relação entre custo volume e lucro e a aplicação do conhecimento da rentabilidade e lucratividade.

1.1 CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade tem como principal função produzir informações que auxiliem os diversos níveis gerenciais de uma empresa, contribuindo para seu planejamento, ou seja, é para esta finalidade que ela surgiu. De maneira abrangente Bornia afirma que:

Com o crescimento das empresas e conseqüentemente aumento na complexidade do sistema produtivo, constatou-se que as informações fornecidas pela contabilidade de custos eram potencialmente úteis ao auxílio gerencial, extrapolando a mera determinação contábil do resultado do período. (BORNIA 2010, p.12)

A terminologia aplicada a contabilidade de custos é de grande relevância, que incorporam e determinam o desempenho de uma empresa possibilitando uma análise mais criteriosa e a destinação correta quanto a alocação de seus preços aos produtos, ou seja de uma forma mais técnica, pode-se defini-la como o registro contábil das operações de produção na empresa. Alguns dos principais termos técnicos são: Gastos, Despesas, Custos, Investimentos, Perdas, Desperdícios e Desembolsos. (BRUNI; FAMÁ, 2004).

Gastos ou dispêndio são sacrifícios financeiros que a empresa arca ao adquirir um produto ou serviço, a partir desta operação estes gastos são desdobrados seus setores. (BRUNI; FAMA, 2008, p.23).

Despesas são “Bens ou serviços consumidos direta ou indiretamente para a obtenção da receita, não estando associadas a produção de um produto ou serviço” (BRUNI; FAMA, 2008, p.23).

Custos são associados a produção, como explica Wernke “Custos são os gastos efetuados para fabricar produtos ou prestar serviços” (WERNKE, 2005, p.4), ou seja a soma dos gastos incorridos e necessários para obter um produto.

Investimento são os gastos feitos na aquisição de um bem que ficar registrado no ativo da empresa “Investimento representa gastos ativos em função de sua vida útil ou benefícios atribuídos a futuros períodos”. (WERNKE, 2005, p.4).

As perdas são consideradas como produtos incorridos de forma anormal “Perdas são ocorrências ocasionadas, indesejadas ou involuntárias no ambiente das operações de uma empresa”. (BRUNI; FAMA, 2008, p.23), ou seja, são consideradas perdas pois não são previstas no funcionamento de um empresa.

Estas terminologias permite ao administrador controlar melhor as finanças da empresa, isso faz com que haja um permanente aprimoramento nos procedimento utilizado, ou seja, tais vertentes interferem diretamente no preço do produto vendido bem como na tomada de decisões.

A apropriação dos custos podem se diversificar, isso porque cada empreendimento tem sua finalidade, possibilitando ao administrador usa-la da forma em que melhor se adaptar ao seu cenário, estes custos se apresentam de várias maneiras, como explica Bruni e Famá “Custos podem ser definidos como medidas monetárias dos sacrifícios com os quais uma organização tem que arcar a fim de atingir seus objetivos.” (BRUNI; FAMÁ, 2012, p.1), ou seja, tais vertentes interferem diretamente no preço do produto vendido bem como na tomada de decisões assim dependendo do interesse da empresa, diferente será a aplicação destas fontes que podem ser fixos ou variáveis, direto ou indireto relacionado ao produto estes influenciam na receita da entidade alterando o valor dos produtos vendidos.

Bornia interpreta estas ferramentas como “Fixos são aqueles que não variam conforme as vendas, variáveis oscilam conforme a alteração das vendas, direto são aqueles atribuídos ao produto, indireto não estão ligados a fabricação do produto.” (BORNIA, 2010,p 10)

Na mesma linha Wernke interpreta os custos fixos e variáveis

No caso dos custos fixos, o valor total permanece igual independentemente do número de unidades fabricadas no período. Ao contrário dos custos variáveis, quanto maior for a quantidade de unidades produzidas por mês, maior será o valor total despendido com este tipo de custo. (WERNKE,2005, p.9)

O comportamento dos custos de uma organização ganha uma relevância maior a medida que possibilitam a empresa e seus administradores obter um melhor desempenho, assim a empresa estará preparada para encarar as oscilações do mercado visando um melhor entendimento da gestão de custos.

1.2 CUSTEIO POR ABSORÇÃO

Custeio por absorção este método engloba todo o processo desde a fabricação até o produto final, a este respeito Wernke tem a seguinte colocação “O custeio por absorção designa o conjunto de procedimentos realizados para atribuir todos os custos fabris, quer fixos ou variáveis, diretos ou indiretos, aos produtos fabricados em um período”. (WERNKE, 2005, p.19). Este método consiste em apropriar todos os recursos incorridos que a empresa necessita para a produção de seus bens. Logo a atribuição de todos os custos absorvidos será conhecida no momento da venda deste produto, pois a alocação de todos os gastos deve estar inclusos antes do preço final. Como explica Wernke:

- Os valores gastos com matérias-primas e quaisquer outros bens ou serviços aplicados ou consumidos na produção;
- Os valores despendidos com mão-de-obra utilizada na produção, até mesmo de supervisão direta, manutenção e proteção das instalações fabris.
- O montante relativo aos custos de locação, manutenção e reparo, bem como os encargos de depreciação dos bens aplicados na produção, como prédios, máquinas, ferramentas etc.;
- O valor dos encargos de amortização diretamente relacionados com a produção, além dos encargos de exaustão dos recursos naturais empregados para produzir bens ou serviços (WERNKE, 2005, p.19).

Sua principal vantagem é determinar o custo dos produtos vendidos que será registrado na DRE esse método possibilita ter um correto controle dos custos facilitando a alocação aos preços e deixando a empresa mais eficiente e produtiva. Bruni e Famá enfatizam que a forma de melhorar a análise envolve comparação entre as receitas, custos dos produtos vendidos e despesas incorridas. (BRUNI; FAMÁ 2008). Um bom contexto pode trazer um resultado mais satisfatório ao gestor,

pois, a correta alocação dos preços aos produtos reflete diretamente no desempenho da empresa.

O custeio por absorção tem como principal função extrair o valor de venda. “A consequência do custeio por absorção é que neste sistema se obtém um custo total do produto/mercadoria ou serviço, que se acrescido de um resultado desejado, aponta o preço de venda” (BERTÓ; BEULKE, 2005, p.32). Estes são considerados alguns dos critérios favoráveis ao uso do sistema por absorção que possibilita a correta alocação dos custos podendo assim eliminar ou reduzir atividades que não agregam valores.

1.3 CUSTEIO VARIÁVEL

Custeio variável, neste contexto apenas os custos e as despesas variáveis são efetivados ao produto. Assim ressalta Viceconti, Neves “Neste método, a margem de lucro é calculada sobre a soma dos custos com as despesas variáveis e não sobre a soma do total de custos com o total das despesas, como ocorre no custo por absorção”. (VICECONTI; NEVES, 2013, p.170). Desta forma os produtos contarão apenas os custos variáveis, as principais vantagens e desvantagens segundo Viceconti, Neves são:

- Impede que aumentos de produção que não correspondam a aumento de vendas distorçam o resultado
- É uma ferramenta melhor para a tomada de decisões dos administradores. O uso do custeio por absorção pode induzir a decisões errôneas sobre a produção.
- No caso de custos mistos nem sempre é possível separar objetivamente a parcela fixa da parcela variável.
- O custeio variável não é aceito pela auditoria externa das empresas que tem capital aberto e nem pela legislação do imposto de renda, bem como por uma parcela significativa de contadores. (VICECONTI; NEVES, 2013, p.170)

Porem deve-se ter um cuidado maior com o custeio variável na medida em que esse sistema exige sem dúvidas maior visão, organização, controle e acompanhamento global intenso da evolução dos negócios, estagio esse que não existe em muitas empresas ou mesmo pelo fator de desconhecer o uso destas ferramentas, pois constitui um fator restrito ao seu uso. (BERTÓ; BEULKE, 2005)

1.4 CUSTEIOS ABC

Método de custeio baseado em atividades, ABC é um sistema de custos diferenciado, pois seu método aplica os custos indiretos dentro das organizações tendo como principal característica segundo Viceconti, Neves, “Rastrear quais as atividades da empresa que estão consumido de forma mais significativa seus recursos” (VICECONTI; NEVES, 2013, p.117). Ou seja, este fator surgiu com a intenção de direcionar cada recurso produzido de forma mais eficiente alocando os custos corretos a cada departamento.

Na visão de Martins o ABC “É uma ferramenta de análise dos fluxos e custos e, quanto mais processos interdepartamentais houver na empresa, tanto maiores serão os benefícios do ABC”. (MARTINS, 2010, p.290). Ou seja, esse trabalho proporciona uma ampla gama de informações que subsidia o controle gerencial.

Para Martins um projeto de implementação voltado ao ABC pode proporcionar:

- Custeio de produtos, linhas ou famílias de produtos;
- Inclusão ou mão de gastos com venda e administração no custo dos produtos, linhas ou famílias;
- Custeio de processos;
- Custeio de canais de distribuição;
- Custeio de clientes, mercado e segmentos de mercado;
- Análise de lucratividade desses abjetos custeados;
- Utilização de custo histórico ou predeterminado;
- Se será também sistema de acumulação ou apenas de análise de custos;
- Se o sistema será recorrente ou de uso apenas periódico etc;
- Se o sistema vai alocar aos produtos só o custos primários das atividades ou total, incluindo os custos transferidos entre atividades. (MARTINS, 2010, p.289).

Como se pode observar o sistema ABC proporciona uma ampla gama de informações por conta de seu detalhamento no processo produtivo, que passam a ser muito importante para o processo gerencial da empresa, na visão de Bertó, Beulke o ABC deseja “Eliminar ou reduzir atividades que não agregam valor, reduzindo com isso custos sem diminuir o valor, o que em outras palavras representar maior capacidade competitiva”. (BERTÓ; BEULKE, 2005, p.38).

1.5 CONTABILIDADE GERENCIAL

A competitividade no mercado hoje obriga as empresas a intensificar sua gestão, a contabilidade gerencial é uma ferramenta que pode alavancar uma empresa satisfazendo as expectativas de seus gestores, pois dá suporte para a tomada de decisões e conseqüentemente auxiliando o empreendedor a potencializar seus resultados. Para Hong:

As informações da contabilidade gerencial são voltadas exclusivamente ao uso do público interno da organização, porque a contabilidade gerencial é desenvolvida para atender as necessidades de planejamento, controle e avaliação de desempenho. (HONG, 2006, p.5)

Nesta mesma ótica Viceconti Neves define contabilidade gerencial como uma forma de extrair informações para os administradores da empresa que lhes permitam gerenciar o desempenho da mesma e prestar auxílio para tomadas de decisão. (VICECONTI; NEVES, 2013)

Hoje o mercado vem remodelando sua estrutura, se acompanhar a retrospectiva a falta de gestão, acompanhamento e pouca busca fazia-se com que muitas empresas fechassem as portas, esta nova era o mercado vem fortalecido sofrendo profundas transformações o que intensificam ainda mais o controle onde a forma de ganhar espaço fez com que deixasse de lado a antiga hierarquia que lhes causavam limitações e passaram a buscar uma gama maior de alternativas fortalecendo seus negócios.

Um potencial altamente forte para uma empresa conquistar mercado é estabelecer um preço aos seus produtos ou serviços acima da expectativa de sua clientela, pois quando a questão é adquirir certo bem ou serviço o consumidor tende a suprir suas necessidades buscando o menor preço de venda. Diante disto é necessário que o administrador analise vários fatores em seu gerenciamento como afirma (MARTINS, 2003).

Para administrar o preço de venda, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto. Para Bertó, Belke o preço dos produtos envolvem vários fatores na sua composição “A estrutura de custos, a demanda (mercado), a ação da concorrência, o governo, os objetivos pretendidos (mercado-alvo e posicionamento)”. (BERTÓ; BELKE 2005, p.264).

Diante de todas as situações cabe a empresa posicionar-se de maneira competitiva buscando se sobressair da concorrência, o ponto fundamental é o uso da contabilidade gerencial pois, suas informações são amplas e fundamentais.

1.6 MARK-UP DIVISOR

Outra abordagem importante para atingir o preço de venda é o mark-up divisor uma técnica de precificação muito importante para analisar adequadamente o valor de um produto ou serviço.

Dentro dessa mesma ótica também é importante salientar que a atividade de uma empresa deve estar diretamente relacionada entre custo volume e lucro, pois é baseado neste conjunto que a empresa poderá tomar uma melhor decisão mediante as variáveis mencionadas. A esse respeito Bornia tem a seguinte colocação, “Um conjunto de procedimentos, denominados análise de custo-volume-lucro, determina a influencia no lucro provocado por alterações nas quantidades vendidas e nos custos”. (BORNIA,2010, p.55). Tal reflexão indica que o lucro é apenas uma variável, ou seja, este depende de outras variáveis como o custo, despesas, volume entre outras que podem afetar o custo volume e lucro “CLV”.

A relação da CLV com a lucratividade em curto prazo, geralmente comporta-se conforme o previsto, já em longo prazo, não poderia ser analisada, pois todas as variáveis relacionadas à CLV podem não se comportar como o esperado, a principal fonte de incerteza está no volume de vendas, se este variar os demais passariam a comportar-se de forma imprevista (SOUZA, 2011)

Como mencionado acima o custo-volume-lucro serve para subsidiar os processos decisórios dentro de uma empresa sendo assim um subsidio para diferentes níveis de produção e venda.

1.7 ANÁLISE DE LUCRATIVIDADE E RENTABILIDADE

A lucratividade de uma empresa é conhecida através do lucro antes do imposto de renda e juros, ou seja, o lucro que sobra em relação as vendas ela nos demonstra se comporta para a empresa manter suas operações ou não. Segundo sebrae “A lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sobre forma

de valor percentual e que indica qual é o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve” (SEBRAE, 2016.).

Para que esse importante indicador possa ajudar na precificação do preço é importante que a empresa saiba os custos totais para assim poder chegar a margem de lucro ideal para os produtos. Hong explica que “Tais índices relacionam o lucro bruto, lucro operacional, lucro líquido e o ebitda com as vendas líquidas”. (HONG, 2010, p. 121).

A margem bruta ira demonstrar qual o lucro que a empresa teve em relação as suas vendas. A operacional irá mostrar quanto a empresa teve de lucro em relação a suas vendas, após deduzir suas despesas operacionais. Já a margem líquida mostra o resultado da empresa em relação as suas vendas após diminuir o lucro operacional o resultado não operacional e a provisão de pagamento do imposto de renda e contribuição social. (HONG 2010).

Outro indicador importante é o índice de rentabilidade objetiva mensurar o retorno que a empresa tem nos seus negócios através de seu capital investido. Sabe-se que o lucro é o principal estímulo da empresa pesquisada, e tal análise indicará o êxito do investimento feito. Seguindo a ideia de, Wernke (2008), afirma:

Os quocientes da “rentabilidade” objetivam demonstrar o retorno proporcionado pelos investimentos realizados na empresa. Ao avaliar a rentabilidade os investidores terão condições de decidir se vale a pena manter o empreendimento, se é interessante economicamente aplicar mais capital no negócio ou se a companhia está proporcionando retorno inferior a outras oportunidades de investimento disponíveis. (WERNKE 2008 APUD CARMILLE EAT)

Para expressar a rentabilidade de uma empresa deve se embasar em um levantamento de lucros como explica Iudicibus “Devemos relacionar um lucro de um empreendimento com algum valor que expresse a dimensão relativa do mesmo”, completa dizendo que “O melhor conceito de dimensão poderá ser ora volume de vendas, ora valor do ativo total, ora valor do patrimônio líquido ou valor do ativo operacional” (IUDICIBUS, 2012, p.105)

2 METODOLOGIA

A metodologia é um estudo do trabalho o qual se explica detalhadamente todos os métodos que serão utilizados e adotados, para alcançar com êxito e determinação a conclusão deste trabalho.

2.1 CATEGORIZAÇÃO DA PESQUISA

O presente trabalho para atingir seus objetivos buscou categorizar a pesquisa onde as ideias e informações foram organizadas, Logo a presente pesquisa caracteriza-se quanto a sua natureza como sendo aplicada, pois, objetiva gerar conhecimento e a aplicação da pratica utilizada. Quanto à maneira de abordagem do problema, classifica-se em quantitativa, visto que método estatístico foi utilizado para avaliar e comparar a lucratividade da empresa.

Quanto ao objetivo está pesquisa é descritiva onde apresentou fatos e suas particularidades através da utilização de técnicas de coletas de dados para que se possa estabelecer a relação entre o objetivo e o estudo em questão.

Seguindo com relação aos procedimentos técnicos, classifica-se a presente pesquisa como um estudo de caso, pois, procura-se conhecer com profundidade um único aspecto, pesquisa bibliográfica nesse sentido foi utilizado matérias já publicado como livros, documental onde através das fontes documentais arquivados pela empresa como as notas de entradas, registros de controles de estoque, entre outros documentos, os quais foram necessários durante a pesquisa, para a aplicação das análises e informações para os gestores.

2.2 GERAÇÃO DE DADOS

A geração de dados é a etapa em que é possível buscar técnicas e informações dadas anteriormente às quais foram responsáveis de fundamentar a elaboração deste trabalho.

Os elementos para a coleta de dos são direto, onde foi feita uma entrevista com o gestor da empresa para que se possa entender melhor o processo gerencial onde foi decidido quais os principais produtos de cada linha, e os produtos mais vendidos a partir destes foi feito a formação de preço de venda. E indireta onde foi

obtido dados de notas fiscais de entrada e saída para a partir destes valor formar o preço de venda e dados das despesas gerais da empresa.

2.3 ANÁLISE DA INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Após decidir de como foi feita a coleta de dados, passa então para a fase de transformar estes dados em informações, Para auxiliar na condução da pesquisa, foi utilizados os métodos comparativo, empírico e estatístico como métodos de procedimento. No método comparativo podemos perceber a diferença deo que a empresa utiliza atualmente em seus produtos e o preço formado após este trabalho, método empírico onde se apresenta a formação do preço de venda para a empresa com o proposito de gerar informações necessárias para o empresário, e método estatístico onde foram apurados os custos da empresa para poder alocar no preço de venda e comparar com os preços atuais.

3 ANALISE DOS RESULTADOS

Conforme o objetivo desde trabalho buscou-se evidenciar o retorno que a empresa tem frente aos seus negócios e se os setores de venda e serviços estão apresentando um resultado satisfatório, para isso foi feito um levantamento dos custos e despesas da empresa.

3.1 CUSTOS DA EMPRESA

Com intuito de auxiliar na obtenção dos resultados foi realizada uma entrevista com o gestor da empresa de informática, esta entrevista nos permite chegar a informações que não são documentadas, onde o responsável nos informou que os custos da empresa são diretos e indiretos, os custos diretos estão salários e encargos sociais, a empresa não trabalha com comissão o salário dos colaboradores é fixo independente da produção, os valores referentes serão alocados diretamente no setor de serviços.

Nos custos indiretos está a maior parte das despesas como aluguel, luz, agua, telefone, escritório contábil, internet, limpeza, seguro, vigilância e demais

despesas diárias e com banco, estes valores serão rateados e lançados nos departamentos.

Os dados a seguir foram extraídos da empresa estudada e refere-se ao primeiro trimestre de 2017. Os gastos reconhecidos encontram-se expostos na ilustração 1, a precificação das receitas da empresa serão calculadas sobre a venda total dos estoques.

CUSTOS INDIRETOS	TOTAL
ALUGUEL	R\$ 16.500,00
LUZ	R\$ 1.500,00
TELEFONE	R\$ 600,00
ESCRITORIO	R\$ 1.350,00
INTERNET	R\$ 450,00
LIMPEZA	R\$ 720,00
SEGURO	R\$ 330,00
VIGILANCIA	R\$ 360,00
IPTU	R\$ 450,00
SALARIO DOS SOCIOS	R\$ 18.000,00
DESPESAS BANCARIAS E OUTRAS	R\$ 3.000,00
COMBUSTIVEL	R\$ 600,00
IPVA	R\$ 130,00
CORREIOS TRANSPORTADORA	R\$ 600,00
MANUTENÇÃO DO VEICULO	R\$ 450,00
TOTAL	R\$ 45.040,00
CUSTOS DIRETOS DO SERVIÇO	
SALRIOS	R\$ 15.300,00
ENCARGOS SOCIAIS FGTS/INSS	R\$ 750,00
FÉRIAS 1/3	R\$ 424,90
13º SALARIO	R\$ 1.275,00
TOTAL	R\$ 17.749,90

Ilustração 1: Representa os custos indiretos e diretos na empresa no primeiro trimestre de 2017

Fonte: produção da pesquisadora.

Pode-se observar que os custos reconhecidos são classificados como diretos e indiretos, os diretos alocados diretamente ao seu setor e indiretos que foram rateados e lançados proporcionalmente aos seus setores.

Para poder alocar os custos aos respectivos setores foi utilizado um rateio dos custos proporcional a quantidade vendida de cada setor, os custos foram lançados da seguinte forma, setor de vendas será dividido em duas nomenclaturas:

eletrônicos e periféricos, nos eletrônicos estão: notebooks, celulares, microcomputadores e projetores esses produtos corresponde a 61% do faturamento da empresa, ou seja, no total dos gastos indiretos do setor de vendas que correspondem a R\$: 27.474,40 foram divididos aos produtos.

O setor de periféricos onde estão: mouse, teclado, fone de ouvido, pen drive, caixa de som, modem, roteador, placa de rede, switch representam 30% do faturamento apesar de ser o grupo que concentra o maior número de itens tem um menor valor refletido no faturamento, ou seja, no total dos gastos indiretos do setor de vendas que corresponde a R\$: 13.512,00 serão alocados a estes produtos.

No setor de serviços estão concentrados 9% do faturamento, ou seja, no total dos gastos indiretos e diretos do setor de serviços foi alocado ao valor de R\$: 21.803,50 que representa os 9% do faturamento mais salários de funcionários encargos sociais, férias e 13º salário.

Na próxima ilustração, demonstra o quanto de despesas foi incorrido em cada produto. O setor de eletrônicos representam 61% das vendas porem dentro deste setor estão notebook, celular, microcomputador e projetor. O total de despesa é R\$: 45.040,00 deste valor 61% que são R\$; 27.474,40 foi dividido entre os produtos deste setor assim é possível achar o total dos custos de cada produto no primeiro trimestre de 2017.

Ilustração 2 do setor de eletrônicos incorpora um total de despesas de R\$: 27.474,40.este valor foi dividido conforme o percentual que cada produto representa nas vendas, assim tem-se o valor dos custos por produto.

Eletronicos	Porcentagem sob venda	Custo
notebook	40%	R\$ 10.989,76
celular	31%	R\$ 8.517,06
microcomputador	21%	R\$ 5.769,62
projetor	8%	R\$ 2.197,95

Ilustração 2: Alocação dos 61% das vendas

Fonte: produção da pesquisadora.

Dentro do setor de eletrônicos o notebook é quem representa a maior porcentagem de venda com 40%, os celulares representam 31%, os microcomputadores 21% e projetores 8% e dentro destas porcentagens foram alocados o percentual de custos aos produtos.

A ilustração 3 que representa o setor de periféricos incorpora um percentual de despesas totais de 30% que representa R\$: 13.515,00 em reais, este valor foi dividido conforme o percentual de venda de cada produto para obter-se os custos

Periféricos	Porcentagem sob venda	Custo	
mouse	35%	R\$	4.730,25
teclado	19%	R\$	2.567,85
modem	8%	R\$	1.081,20
roteador	20%	R\$	2.703,00
placa de rede	9%	R\$	1.216,35
switch	9%	R\$	1.216,35

Ilustração 3: Alocação de 30% do faturamento

Fonte: produção da pesquisadora.

Dentro do setor de periféricos o mouse representa o maior volume de venda com 35% em seguida roteador 20%, teclado 19%, placa de rede e switch com 9% e modem 8%.

A ilustração 4 representa o custo unitário dos produtos, a quantidade comprada no primeiro trimestre de 2017 o valor total da compra em seguida a alocação dos custos em cada produto o que nos permitiu chegar ao valor final unitário de cada produto.

Eletronicos	Custo	Tota compra	Valor total	Alocação dos custos	Valor final unit.
notebook	R\$ 1.900,00	48	R\$ 91.200,00	R\$ 10.989,76	R\$ 2.128,95
celular	R\$ 220,00	70	R\$ 15.400,00	R\$ 8.517,06	R\$ 341,67
microcomputador	R\$ 600,00	42	R\$ 25.200,00	R\$ 5.769,62	R\$ 737,37
projektor	R\$ 1.400,00	14	R\$ 19.600,00	R\$ 2.197,95	R\$ 1.557,00
	R\$ 4.120,00		R\$ 151.400,00	R\$ 27.474,40	R\$ 4.764,99

Ilustração 4: Custo unitário setor eletrônico

Fonte: produção da pesquisadora.

Após a alocação dos custos incorridos na empresa os valores do custo final dos produtos aumentaram e este serão a base para achar o valor de venda de cada produto.

A ilustração 5 do setor de periféricos apresenta o custo unitário dos produtos, o total das compras, e após a alocação dos custos tem-se o valor final unitário que posteriormente servira com base para encontrar o preço de venda.

Periféricos	Custo	total compra	Valor compra	Alocação dos custos	Valor final unit.
mouse	R\$ 6,00	180	R\$ 1.080,00	R\$ 4.730,25	R\$ 32,28
teclado	R\$ 16,00	90	R\$ 1.440,00	R\$ 2.567,85	R\$ 44,53
modem	R\$ 40,00	20	R\$ 800,00	R\$ 1.081,20	R\$ 94,06
roteador	R\$ 40,00	56	R\$ 2.240,00	R\$ 2.703,00	R\$ 88,27
placa de rede	R\$ 20,00	30	R\$ 600,00	R\$ 1.216,35	R\$ 60,55
switch	R\$ 32,00	22	R\$ 704,00	R\$ 1.216,35	R\$ 87,29

Ilustração 5: Custo unitário setor periféricos

Fonte: produção da pesquisadora.

Após a alocação dos custos deste setor tem-se o valor base para a formação do preço de venda que será apresentado posteriormente.

Subsequente buscou-se apropriar os custos diretos do setor de serviços da empresa. Para este cálculo primeiro foram utilizados os custos diretos e a apropriação dos custos indiretos que somaram R\$: 21.803,50.

A ilustração 6 apresenta o total dos custos do setor de serviços onde foi dividido por três que são a quantidade de técnicos que trabalham na empresa posteriormente a carga horária de trabalho onde efetivamente cada técnico trabalha são 44 horas semanais que no trimestre somaram 530 horas por técnico, estas horas foram divididas pelos custos para determinar o valor total da hora de cada assistente técnico.

Setor serviços	Custos	Horas trabalhadas	Valor da hora
assistencia	R\$ 21.803,50	1590	R\$ 13,71
assistente 1	R\$ 7.267,83	530	R\$ 13,71
assistente 2	R\$ 7.267,83	530	R\$ 13,71
assistente 3	R\$ 7.267,83	530	R\$ 13,71

Ilustração 6: Alocação dos custos nas horas trabalhadas.

Fonte: produção da pesquisadora.

Após encontrar os custos e dividi-los pelas horas trabalhadas temos o valor unitário da hora técnica de R\$:13,71 reais, ou seja este é o custo da hora técnica de cada assistente.

3.2 FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

Com base nos custos e despesas devidamente mapeados foram formulados os preços de venda dos produtos incluindo encargos tributários e lucro desejado pela empresa. A ilustração 7 apresenta o valor do custo dos produtos o qual teve por base o custeio por absorção para apropriação dos custos e para a formação do preço de venda utilizou-se o método do mark-up divisor para formar o preço do setor de eletrônicos foi incluso o lucro que a empresa deseja ganhar 30% mais encargo tributário de 8,36% referente ao simples nacional.

Eletronicos	Custo	Formação de preço	Preço de venda
notebook	R\$ 2.128,95	$2.128,95/(1-(0,0836+0,3))$	R\$ 3.453,85
celular	R\$ 341,67	$341,67/(1-(0,0836+0,4))$	R\$ 554,30
microcomputador	R\$ 737,37	$737,37/(1-(0,0836+0,4))$	R\$ 1.196,26
projektor	R\$ 1.557,00	$1.557,00/(1-(0,0836+0,4))$	R\$ 2.525,95

Ilustração 7: Preço de venda dos eletrônicos.

Fonte: produção da pesquisadora.

Após encontrar os custos dos produtos foi possível formar o preço de venda, para isso foi usado o critério do mark-up divisor onde foi acrescentado o custo total dos produtos mais impostos sobre a venda que representa uma alíquota de 8,36% referente ao faturamento anual que está na média de R\$: 1.080.000,01 a 1.260.000,00, mais o lucro desejado pela empresa.

A ilustração 8 apresenta o custo total dos produtos, nestes foram acrescentado a alíquota do simples nacional mais o lucro desejado pela empresa e com essas informações fundamentais foi possível visualizar o preço de venda de cada produto.

Perifericos	Custo	Formação de preço	Preço de venda
mouse	R\$ 32,28	$32,28/(1-(0,0863+0,5\%))$	R\$ 77,52
teclado	R\$ 44,53	$44,53/(1-(0,0863+0,5\%))$	R\$ 106,94
modem	R\$ 50,00	$50,00/(1-(0,0863+0,5\%))$	R\$ 120,08
roteador	R\$ 88,27	$88,27/(1-(0,0863+0,5\%))$	R\$ 211,98
placa de rede	R\$ 60,55	$60,55/(1-(0,0863+0,5\%))$	R\$ 145,40
switch	R\$ 87,29	$87,29/(1-(0,0863+0,5\%))$	R\$ 209,63

Ilustração 8: Preço de venda dos periféricos

Fonte: produção da pesquisadora.

O setor de periféricos engloba um maior número de produtos, conseqüentemente é neste setor que a empresa deseja ganhar uma margem de lucro maior.

A ilustração 9 que representa o setor de serviços, nela encontramos o valor do custo da hora técnica e para a formação do preço de venda foi incluso o percentual de lucro desejado pela empresa 50% mais o percentual de 8,36% que representa a alíquota do simples nacional para achar o preço final da hora técnica.

Setor serviços	Valor total da hora	Formação de preço	Preço da hora
assistente 1	R\$ 13,71	$13,71 / (1 - (0,0836 + 0,5\%))$	32,93
assistente 2	R\$ 13,71	$13,71 / (1 - (0,0836 + 0,5\%))$	32,93
assistente 3	R\$ 13,71	$13,71 / (1 - (0,0836 + 0,5\%))$	32,93

Ilustração 9: preço do setor de serviços

Fonte: produção da pesquisadora.

Para achar o valor da hora de cada assistente técnico foram utilizadas as cargas horárias trabalhadas como apresentado anteriormente e chegamos ao custo da hora de R\$: 13,71 reais, após a formação do preço de venda resultou-se no valor total da hora técnica.

3.3 RESULTADO ENTRE OS SETORES.

Na ilustração 10 está o preço que a empresa utiliza em seus produtos, atualmente que é baseado na média de preço de mercado, o preço formado através desta análise e a diferença entre os valores.

Eletronicos	Custo	Preço atual	Preço formado	Diferença
notebook	R\$ 2.128,95	R\$ 3.300,00	R\$ 3.453,85	R\$ 153,85
celular	R\$ 341,67	R\$ 499,00	R\$ 554,30	R\$ 55,30
microcomputador	R\$ 737,37	R\$ 1.490,00	R\$ 1.196,26	-R\$ 293,74
projektor	R\$ 1.557,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.525,95	R\$ 125,95

Ilustração 10: Ressalta a diferença de preços dos produtos.

Fonte: produção da pesquisadora.

No setor de eletrônicos pode-se comparar que o valor atual usado pela empresa de informática é inferior ao valor formado após o sistema por absorção, o notebook que é vendido a R\$: 3,300 após o valor calculado passou para R\$: 3.453,85 uma diferença de R\$: 153,00 reais no produto vendido, como o cálculo foi

baseado na venda total de estoques que são 48 nos remete a uma diferença de R\$: 7.384,82 no total desses produtos vendidos, nos celulares fica uma diferença de R\$: 3.871,21 reais, já nos microcomputadores a empresa vende com um preço acima do valor calculado ganhando com uma diferença de R\$: 12.337,26 no total dos produtos vendidos, nos projetores a diferença fica de R\$: 1.763,32, somando estes valores a empresa está com um pequeno déficit de R\$: 682,08 reais no setor de eletrônicos no primeiro trimestre de 2017.

A ilustração 11 do setor de periféricos encontrou o custo dos produtos o preço atual utilizado pela empresa, o preço formado através desta análise e a diferença entre os valores.

Periféricos	Custo	Preço atual	Preço formado	Diferença
mouse	R\$ 32,28	R\$ 50,00	R\$ 77,52	R\$ 27,52
teclado	R\$ 44,53	R\$ 70,00	R\$ 106,94	R\$ 36,94
modem	R\$ 94,06	R\$ 100,00	R\$ 120,08	R\$ 20,08
roteador	R\$ 88,27	R\$ 180,00	R\$ 211,98	R\$ 31,98
placa de rede	R\$ 60,55	R\$ 100,00	R\$ 145,40	R\$ 45,40
switch	R\$ 87,29	R\$ 140,00	R\$ 209,63	R\$ 69,63

Ilustração 11: Ressalta diferença entre os preços.

Fonte: produção da pesquisadora.

O setor de periféricos a diferença fica maior, pois o preço de mercado utilizado pela empresa está bem abaixo do valor encontrado após a formação do preço de venda. No total dos produtos vendidos a empresa está com um déficit de R\$: 13.364,69 reais no setor de periféricos no primeiro trimestre de 2017.

A ilustração 12 referente ao setor de serviços apresenta o preço atual utilizado, o preço formado após esta análise e a diferença entre estes valores.

Setor serviços	Preço atual	Preço formado	Diferença
assistente 1	R\$ 26,00	32,93	R\$ 6,93
assistente 2	R\$ 26,00	32,93	R\$ 6,93
assistente 3	R\$ 26,00	32,93	R\$ 6,93

Ilustração 12: Ressalta diferença entre preços da assistência.

Fonte: produção da pesquisadora.

No setor de serviços a formação do preço de venda apurou um resultado de R\$: 32,93 por hora técnica, já o valor utilizado pela empresa até o momento e de R\$: 26,00 reais a hora. Após a análise encontrou-se um total de R\$: 13.336,65 reais por

técnico, no entanto a hora cobrada pela empresa no total do trimestre é de R\$: 10.530,00 reais por técnico, o que nos remete a um déficit de R\$: 2.806,65.

Conforme já exposto o resultado do exercício do trimestre analisado, verificou-se uma diferença no setor de eletrônicos de R\$: 682,08 no setor de periféricos o valor for de R\$: 13.364,69 e no setor de serviços a diferença foi de R\$: 2.806,65 o que soma um total de R\$: 16.853,42.

O resultado do exercício no primeiro trimestre de 2017 passou de R\$: 333.500,00 para R\$: 350.353,42, como mostra a ilustração 13.

Resultado	Faturamento atual	faturamento formado
Serviços	R\$ 10.530,00	R\$ 13.336,65
Perifericos	R\$ 33.460,00	R\$ 46.824,69
Eletronicos	R\$ 289.510,00	R\$ 290.192,08
Total	R\$ 333.500,00	R\$ 350.353,42

Ilustração 13: Diferença no primeiro trimestre se 2017.

Fonte: produção da pesquisadora.

Verifica-se que o resultado encontrado foi um pequeno déficit de R\$ 16.853,42 reais no trimestre, ou seja, este valor corresponde a uma diferença de 5% do total do faturamento o que significa que a empresa não está ganhando a porcentagem desejada pelo gestor.

CONCLUSÃO

Trabalhar na formação de preço não é nada complexo, porém algumas empresas acabam utilizando métodos mais simples para o lançamento de seus produtos, com isso o gestor da empresa não consegue ter um efetivo controle das despesas que seu empreendimento gera. Elaborar corretamente a alocação sobre o preço de venda garante a identificação dos gastos podendo assim trabalhar em cima deles com um propósito de redução, tem-se o relativo preço de venda podendo assim lançar a margem de lucro desejada pela empresa, aperfeiçoa seus resultados fazendo com que a empresa consiga manter-se competitiva no mercado.

O presente trabalho buscou comparar o valor atual que a empresa utiliza em seus produtos com o valor aplicado com base no método de custeio por absorção, a empresa pesquisada não utiliza nenhum sistema de custeio para formar os preços

sua forma para precificar é a concepção preço de mercado, para melhorar o desempenho da empresa optou-se pelo método de custeio por absorção por apropriar todos os custos da empresa mais a margem de lucro desejada no preço de venda.

O objetivo principal desta pesquisa é evidenciar o retorno que a empresa tem frente aos seus negócios, em relação a este objetivo utilizamos o custeio por absorção para chegar ao valor final dos produtos, quanto ao departamento de vendas verificou-se que a empresa está com um pequeno déficit de 5% no trimestre analisado levando em conta que o gestor gostaria de ganhar uma margem de 30% em seus produtos e que este cálculo foi baseado na venda total de seus estoques,

Já no departamento de serviços onde o gestor deseja ganhar uma margem de lucro de 50%, após a utilização do método de custeio por absorção verificou-se um déficit maior por hora trabalhada pois neste setor foram alocados custos diretos de salários e encargos dos funcionários contribuindo para o aumento dos custos deste setor, isto contribuiu para que o custo da hora aumentasse mais de 100% do valor utilizado atualmente.

Este trabalho serviu como uma proposta para auxiliar o gestor e seus colaboradores no processo da tomada de decisões, pois como neste trabalho a empresa foi separada em departamentos fica mais fácil atribuir os custos para cada setor deixando mais fácil utilizar o custeio por absorção na precificação de seus produtos, assim o gestor poderá verificar qual produto está dando maior rentabilidade podendo assim utilizar-se deste conhecimento para ganhar mercado.

REFERÊNCIAS

ASSAF Neto, Alexandre, **Estrutura E Análise De Balanços , Um Enfoque Econômico-Financeiro** 10 edição São Paulo: Atlas 2012.

BERTÓ José, Dalvio, Beulke, Ronaldo. **Gestão De Custos**, São Paulo: Saraiva 2006.

BORNIA ,Antônio Cezar, **Análise Gerencial de Custos** 3^o edição, São Paulo: Atlas, 2010.

BRUNI Fama, Adriano leal Rubens, **Gestão De Custos E Formação De Preços** 6^a edição, São Paulo: Atlas, 2012.

CASTRO, Silvio César, **Contabilidade Gerencial**, Maringá-Paraná: Atlas 2012.

EURICO de Souza, Luiz, **Fundamentos Da Contabilidade Gerencial- Um Instrumento Para Agregar Valor** ,1º edição, Curitiba Juruá: 2011.

FREITAS, Henrique, Kelton Marllon. **Governança Corporativa: Estudo de caso sobre a influência na implantação no banco Santander S.A, Campina Grande – PB: 2014.**

GIL Carlos, Antônio, **Como Elaborar Projetos de Pesquisa 5ª edição, São Paulo: Atlas 2010.**

HONG Yuh Ching, Fernando Marques, Lucilene Prado, **Contabilidade e Finanças, Para Não Especialista, 3º Edição São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2010.**

HONG, You Ching, **Contabilidade Gerencial, Novas Práticas Contábeis Para A Gestão De Negócios**, São Paulo: ABDR 2006.

IUDÍCIBUS SERGIO DE, **Análise De Balanços**,10º edição, São Paulo: Atlas 2013.

MARCONI, LAKATOS, MARINA DE ANDRADE, EVA MARIA **Fundamentos De Metodologia Científica**, 7º edição São Paulo: Atlas 2010.

MARTINS, Eliseu, **Contabilidade De Custos**, 9ª edição, São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS Eliseu, **Contabilidade De Custos**. São Paulo: Atlas, 2010

VIANNA, Ilca Oliveira de Almeida. **Metodologia do Trabalho Científico: Um enfoque didático da produção científica**. São Paulo: E.P.U, 2001.

VICECONTI, Paulo, Neves Silvério. **Contabilidade De Custos: um enfoque direto e objetivo**,11º edição, São Paulo: Saraiva 2013.