

**FUNDAÇÃO EDUCACIONAL MACHADO DE ASSIS
FACULDADES INTEGRADAS MACHADO DE ASSIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

VANESSA BOHN WIZNIEWSKI

**ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO
SETOR FUNERÁRIO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Santa Rosa
2016

VANESSA BOHN WIZNIEWSKI

**ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO
SETOR FUNERÁRIO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Relatório de Estágio Supervisionado
apresentado às Faculdades Integradas
Machado de Assis, como requisito parcial
para obtenção do Título de Bacharel no
Curso de Ciências Contábeis.

Orientador: Me. Augusto Rieger Lucchese

Santa Rosa
2016

VANESSA BOHN WIZNIEWSKI

**ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO
SETOR FUNERÁRIO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Relatório de Estágio Supervisionado
apresentado às Faculdades Integradas
Machado de Assis, como requisito parcial
para obtenção do Título de Bacharel no
Curso de Ciências Contábeis.

Banca Examinadora

Prof. Me. Augusto Rieger Lucchese - Orientador

Prof. Me. Anderson Pinceta

Prof. Me. Marcos Volnei dos Santos

Santa Rosa, 08 de dezembro de 2016.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pela sua benevolência e por me conceder a oportunidade de concluir a graduação em Ciências Contábeis.

Da mesma forma, a minha família, por todo o apoio e incentivo, ao meu namorado pelo auxílio e compreensão e a todos os colegas e professores que estiveram comigo durante esta etapa.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por mostrar-se sempre presente, principalmente nos momentos de desânimo e preocupação.

Aos meus pais, Dionísio e Marisa, e a minha irmã Stéfani pelas palavras e atitudes de ânimo e apoio e pela presença incessável. Da mesma forma, ao meu namorado, Guilherme, pelo incentivo e compreensão.

Ao professor Augusto, pela sempre eficiente orientação e incansável disponibilidade, demonstrando comprometimento para com a realização deste estudo.

Aos colegas de graduação, que ao longo do tempo mostraram-se como verdadeiros amigos, sempre disponíveis e preocupados com o auxílio mútuo.

A todos os professores da FEMA, que ao longo da graduação dispuseram-se sempre a ofertar-nos toda a sua sabedoria e dedicação.

A empresa, pela boa receptividade e disponibilidade na concessão das informações, bem como pela aceitação dos resultados obtidos com o presente estudo.

“A tarefa não é tanto ver aquilo que ninguém viu, mas pensar o que ninguém ainda pensou sobre aquilo que todo mundo vê.”

Arthur Schopenhauer

RESUMO

Formulado a partir do tema análise custo volume lucro e formação do preço de venda no setor funerário, o presente estudo delimita-se em torno da análise custo volume lucro e gestão de custos para a formação do preço de venda de coroas e urnas fúnebres de uma empresa do setor funerário da cidade de Cândido Godói, RS, balizando-se pelos dados auferidos por esta no ano de 2015. O problema percebido na entidade é a dificuldade na formulação dos preços de venda, em razão da não aplicabilidade de técnicas contábeis, bem como a inexistência da gestão de custos. Como objetivo, o presente estudo visa apontar de que forma o método *mark-up* e a análise custo/volume/lucro podem auxiliar a empresa a formular um preço de venda que traga resultados condizentes com os esperados para os proprietários. Balizado por diversificada pesquisa bibliográfica, este estudo fundamenta-se em temáticas relacionadas à contabilidade de custos, desde aspectos relacionados à origem desta, seguindo pela explicitação de conceitos pertinentes, classificação dos custos, bem como os diferentes sistemas de custeio. Sob o aspecto do tratamento dos custos, foram utilizadas bibliografias relativas à gestão destes, subsequentemente elucidando técnicas de formulação do preço de venda, especificamente *mark up*, culminando com teorias acerca da análise custo volume lucro. Em relação à sua natureza, a metodologia empregada no desenvolvimento deste estudo é a aplicada, devido ao seu teor prático. Sob o aspecto do tratamento de dados, o mesmo encontra-se estruturado de forma tanto qualitativa como quantitativa. Em relação aos objetivos, apresenta-se como pesquisa descritiva. A coleta de dados ocorreu de forma bibliográfica e documental, dividindo-se em direta, quando da realização de entrevistas e observação de documentos disponibilizados, e indireta sob a ótica da aplicação de pesquisa teórica em livros. Devido ao fato da pesquisadora inserir-se no ambiente organizacional, este estudo tipifica-se como estudo de caso. Em relação à análise e interpretação de dados, o presente trabalho utiliza-se do método dedutivo, subdividido em método experimental e comparativo e ainda do método estatístico. Para executar a formação do preço de venda, a empresa vinha aplicando uma margem padrão sobre os custos de aquisição. Após a aplicação do método *mark-up*, para a formação do preço de venda pode-se observar que a maioria dos produtos analisados vinha sendo comercializada a valores inferiores aos obtidos com o preço sugestivo, o que prejudica seu desempenho na análise custo volume lucro e interfere negativamente na lucratividade auferida, cenário que se deve ao fato da inexistência da gestão de custos na entidade.

Palavras-chave: gestão de custos – preço de venda – análise custo volume lucro.

ABSTRACT

Formulated from the topics cost/volume/profit analysis and formation of the sale price in a funeral sector, the present study is bounded around the cost volume profit and management costs analysis for the price formation of crown sale and funeral urns from a funeral company department of Cândido Godói's city, RS, banalizing by the data earned for that in the year 2015. The problem perceived on the entity is the difficulty in the formulation of the sale prices, in reason of the non-applicability to the accounting technique as well as the non-existence to the management cost. How objective, the present study aims to show how the method *mark-up* and the cost/volume/price/profit analysis can help the company to formulate a selling price that brings consistent results expected for the owners. Articulated by a variety of bibliographic researches, this study is based on topics related of the costs accounting, since the characters related to the origins of this, followed the explanation of the pertinent concepts, the classification of the costs as well as the different systems of costing. Under the feature of costs treatment, were utilized bibliographies about the management of this, and after that, displaying techniques to the formulation of sale price, specifically *mark up*, culminating in theories about cost/profit analysis. In relation to this nature, the methodology used in the development of this study is applied, due to its practical purport. About the characters of data conduct, the same is structured by the qualitatively and quantitatively form. Regarding the objectives, the research is descriptive. The data collection took place in a bibliographical and documentary form, being divided in a direct way, when are conducting by interviews and by observation of available documents, and in an indirect way, from the outlook to the application of theoretical research in books. Due to the fact that the researcher insertions herself into the organizational environment, this study is typified how a case study. In relation to the analysis and data to the data interpretation, the present work procedures with the deductive method, subdivided in experimental and comparative method and as well as the statistical method. To implement the formation of the sale price, the company had been applying a standard margin beyond the acquisition costs. Subsequently the application of the *mark-up* method, for the formation of the sale price, it can be observed that the most of the products analyzed were sold at a lower prices than those obtained with a suggestive price, which damages their performance in the cost/volume/profit analysis and Interferes negatively in the profitability attained, a scenario that happens due to the fact of the inexistence of a cost management in the entity.

Key-words: management costs - sale price - cost/volume/profit analysis.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1: Classificação Dos Gastos	29
Ilustração 2: Sistemas de Custeio	39
Ilustração 3: Fórmulas de <i>Mark-up</i> Divisor e Multiplicador	45
Ilustração 4: Fórmulas da Análise Custo Volume Lucro	49
Ilustração 5: Comparativo Entre Preço Sugestivo e Preço Praticado – Urnas	58
Ilustração 6: Comparativo Entre Preço Sugestivo e Preço Praticado – Coroas	61
Ilustração 7: Comparativo entre MC do Preço Atual e MC do Preço Sugestivo - Urnas	64
Ilustração 8: Comparativo entre MC do Preço Atual e MC do Preço Sugestivo – Coroas	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Relação de Custos - Urnas Fúnebres	53
Tabela 2 - Relação de Custos - Coroas	54
Tabela 3 - Despesas Fixas e Variáveis	55
Tabela 4 - Faturamento	56
Tabela 5 - Formação do Preço de Venda – Urnas Fúnebres	58
Tabela 6 - Formação do Preço de Venda – Coroas	59
Tabela 7 - Valores Relativos a Cada Percentual que Forma o PV - Urnas	60
Tabela 8 - Valores Relativos a Cada Percentual que Forma o PV - Coroas	61
Tabela 9 - Margem de Contribuição - Urnas - Preço Sugestivo	63
Tabela 10 - Margem de Contribuição - Coroas– Preço Atual	64
Tabela 11 - Ponto de Equilíbrio em Valor – Urnas	65
Tabela 12 - Ponto de Equilíbrio em Valor – Urnas	66
Tabela 13 - Ponto de Equilíbrio Coroas - Preço Atual	67
Tabela 14 - Margem de Segurança – Urnas – Preço Atual	67
Tabela 15 - Margem de Segurança – Coroas – Preço Atual	68

LISTA DE ABREVIações, SIGLAS E SÍMBOLOS.

ABC - *Activity Based Costing*

CV – Custo Variável

CVL – Custo/Volume/Lucro

DF – Despesas Fixas

DV – Despesas Variáveis

ed. - Edição

FEMA – Fundação Educacional Machado de Assis

FIPE – Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas

Km – quilômetro

MC – margem de Contribuição

MDP - *Medium Density Particleboard*

MS – Margem de Segurança

Nº - número

p. – página

PV – preço de venda

RS - Rio Grande do Sul

R\$ - Real, moeda brasileira

\$ - Cifrão (marcador de moeda)

SC – Santa Catarina

TCC - Trabalho de Conclusão de Curso

1ª – Primeira

2ª – Segunda

3ª – Terceira

4ª – Quarta

% - Porcentagem

= - Igualdade

(+) – Soma

(-) - Subtração

[...] – Supressão da parte da citação

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TRABALHO	15
1.1 TEMA	15
1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA	15
1.3 PROBLEMA	15
1.4 OBJETIVOS	16
1.4.1 Objetivo Geral	16
1.4.2 Objetivos Específicos	16
1.5 JUSTIFICATIVA	17
1.6 METODOLOGIA	18
1.6.1 Categorização Da Pesquisa	18
1.6.2 Dados Gerados	23
1.6.3 Análise e Interpretação De Dados	24
1.6.4 Apresentação Da Organização	25
2 REFERENCIAL TEÓRICO	26
2.1 CONTABILIDADE DE CUSTOS	26
2.1.1 Terminologias Relativas à Contabilidade de Custos	27
2.1.2 Diferenciação de Custos e Despesas	30
2.1.3 Sistemas De Custeio	34
2.2 GESTÃO DE CUSTOS	40
2.3 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	42
2.3.1 Taxas de Marcação – <i>Mark-ups</i>	44
2.4 ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO	46
3 DIAGNÓSTICO E ANÁLISE	51
3.1 URNAS FÚNEBRES: APRESENTAÇÃO DAS MERCADORIAS E CUSTOS	52
3.2 COROAS: APRESENTAÇÃO DAS MERCADORIAS E CUSTOS	53
3.3 DEMONSTRATIVO DAS DESPESAS E RECEITAS APURADAS	54
3.4 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	57
3.5 APLICAÇÃO DA ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO	62
4 RECOMENDAÇÕES	70
CONCLUSÃO	72
REFERÊNCIAS	75
APÊNDICES	79
APÊNDICE A – Questionário para Entrevista ao Proprietário	80

INTRODUÇÃO

O levantamento e a gestão dos custos relativos à operação de entidades é um fator de extrema relevância no âmbito gerencial das organizações. Contemplando variadas teorias de diferenciados estudiosos, a contabilidade de custos apresenta amplo espectro passível de aplicação e análise nas empresas, figurando como importante diferencial, em face do atual cenário mercadológico competitivo.

Ao tratar do tema análise custo volume lucro e formação do preço de venda no setor funerário, o presente estudo aborda aspectos relativos à correta e eficiente gestão de custos e preços de venda em uma empresa do ramo funerário, situada na cidade de Cândido Godói, aplicando análises aos dados relativos ao ano de 2015. Neste sentido, este trabalho procura expor de que forma a utilização de taxas de marcação e da análise custo volume lucro contribui para a formação do preço de venda mais adequado, capaz de proporcionar o resultado esperado pelos gestores.

Por tratar-se de uma ferramenta de elevada importância na gestão das entidades, a contabilidade de custos possui ampla abordagem no meio acadêmico, tanto em trabalhos de conclusão de curso como em artigos e cursos de extensão. Dentre a ampla gama de estudiosos do tema, cabe ressaltar a relevância da utilização das obras de autores como Bruni, Famá, Martins, Gil, Bórnica, Crepaldi, Bertó, Beulke entre outros, na realização deste trabalho, contribuindo com teorias, dados bibliográficos, fórmulas e análises fundamentais para a aplicação do presente estudo no âmbito organizacional.

No que tange ao referencial relativo à contabilidade de custos, é evidenciada a sua estrutura histórica e evolução ao longo do tempo, bem como os processos de modernização aos quais a mesma vem sendo submetida, afim de proporcionar maior credibilidade aos dados gerados e elucidar pareceres cada vez mais proveitosos aos gestores. Tais fatores são apontados e comprovados pela apresentação das teorias de Viceconti e Neves, Ludícibus; De Mello, Ribeiro, entre outros pensadores, através de suas obras mencionadas no presente estudo.

Por abranger um vasto domínio de assuntos, ao estudar a contabilidade de custos é necessária a clara evidenciação dos vocábulos relativos a este assunto.

Neste sentido, o presente trabalho expõe um capítulo no qual são expostos os significados de termos como gastos, investimentos, perdas, desperdícios, entre outros, contando com dados bibliográficos de autores como Wernke, Pinto et al., auxiliando desta forma a eficiente compreensão dos mesmos, fator necessário para a aplicação da gestão de custos.

Ainda em relação ao que tange às terminologias relativas à contabilidade de custos, surgem os conceitos de custos e despesas, os quais figuram como os principais pontos abordados por este assunto. Dessa forma, o presente estudo conta com um capítulo especialmente formulado para evidenciar as diferenças entre a execução destes dispêndios, bem como elucidar a classificação dos custos entre fixos, variáveis, diretos e indiretos, utilizando, para isso, as obras de estudiosos como Damasceno, Avalca, Ribeiro, Guimarães Neto, entre outros.

Ao abordar-se a gestão de custos, faz-se necessária a aplicação de sistemas de custeio nas entidades. Evidenciando a existência de quatro sistemas de custeio (custeio por absorção, custeio ABC, custeio variável e custeio RKW), o presente trabalho expõe as diferenças e semelhanças existentes entre estes, apontando as características que implicam à opção por determinado sistema, bem como a sua metodologia de aplicação. Para tanto, utilizou-se das referências bibliográficas de autores como Viceconti, Neves, Crepaldi, Bórnica, Costa, Ferreira, Saraiva Jr entre outros.

Para a eficiente destinação dos custos e despesas ao valor venal do produto, é necessária a utilização de metodologias de formação do preço de venda. Ao apontar a teoria de pensadores como Garrison, Noreen, Brewer, Leão, Padoveze, Bertó, Beulke, o presente estudo elucidada a importância da correta formação dos preços a serem praticados pela entidade, apontando dessa forma a necessidade da utilização das taxas de marcação (*mark-ups*), responsável por indicar a margem necessária a ser aplicada para garantir que os valores de venda sejam capazes de cobrir os dispêndios aos quais foram submetidos.

Finalizando, o referencial teórico aborda a técnica de análise custo volume lucro (CVL), que é responsável por apontar o nível no qual a entidade deverá operar a fim de ser capaz de sanar os custos e despesas, bem como o montante de venda necessário para que os sócios obtenham o lucro almejado. Para tanto, foram utilizadas obras de Crepaldi, Marques, Cardoso Neto, Carmo, Yasumura, Iudicibus; Mello, entre outros.

Após à apresentação do referencial teórico, encontra-se a fase do diagnóstico e análise, tópico em que são apontados os produtos que foram submetidos à gestão de custos, indicando da ocorrência das despesas e receitas relativas à operação da entidade. Posteriormente, ocorre a apresentação do custo dos produtos vendidos, com concomitante formulação do preço adequado a ser praticado, evidenciando um quadro comparativo entre os valores obtidos e os que vêm sendo aplicados pela entidade, traçando a partir dessas informação a análise custo volume lucro.

A fase de conclusão do estudo assinala os resultados obtidos, bem como indica recomendações à empresa em análise. Tais recomendações são responsáveis por apontar a melhor forma de aplicação e desenvolvimento dos índices encontrados, evidenciando as técnicas a serem adotadas no sentido de aprimorar os patamares de lucratividade da organização, comprovando dessa forma a necessidade da realização do trabalho.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente capítulo será responsável por demonstrar o cenário ante ao qual foi desenvolvido o estudo, fazendo uso de informações fornecidas pela organização. Neste sentido, é elucidado o tema que norteou a pesquisa, bem como sua delimitação. É apontado ainda o problema que comprova a aplicabilidade e a necessidade do desenvolvimento do trabalho para atender aos objetivos propostos, justificando-se dessa forma a sua aplicação. São apontadas, de igual maneira, as teorias metodológicas que balizaram a obtenção e o tratamento dos dados em análise, culminando com a apresentação da organização.

1.1 TEMA

Para o desenvolvimento do presente estudo, obtém-se o tema: análise custo volume lucro e formação do preço de venda no setor funerário.

1.2 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Como delimitação do tema do trabalho em questão, tem-se a análise custo volume lucro e a formação do preço de venda no setor funerário, tendo como objeto de análise a metodologia utilizada para a formação dos preços de coroas e urnas fúnebres, com enfoque administrativo, avaliando os preços praticados no ano de 2015, na Funerária Mallmann, em Cândido Godói/RS.

1.3 PROBLEMA

A definição do problema a ser abordado no estudo é muito importante no sentido de revelar uma carência que possa estar prejudicando a entidade e deve ser analisada e resolvida. A empresa estudada possui tradição e reconhecimento no mercado, porém notou-se que a mesma nunca realizou um estudo para indicar a formação ideal para os preços utilizados, podendo, dessa forma, estar repassando equivocadamente os custos relativos ao processo aos seus clientes. Neste sentido, a formação do preço correto de venda pode ser feita através da aplicação de um sistema de análise e mensuração de custos.

O referido sistema tem capacidade de atuar como um diferencial competitivo para a empresa, pois através dele serão efetuados cálculos capazes de indicar se os preços atualmente praticados satisfazem a perspectiva de lucratividade da organização. No caso do ramo funerário, onde a maioria das empresas possui administração familiar, sem atuação de gestores graduados, muitas vezes os preços de venda são calculados somente baseando-se no custo de compra das mercadorias, aplicando-se uma margem considerada favorável. Dessa forma, muitas vezes os custos e despesas que são ignorados pela empresa acabam prejudicando o lucro final da entidade.

Este trabalho busca uma resposta para o seguinte problema: como o método *mark-up* e a análise custo volume lucro podem auxiliar a empresa a formular um preço de venda que traga resultados condizentes com os esperados para os proprietários?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo Geral

O objetivo geral do presente estudo é analisar de que maneira a utilização do método de *mark-up* e da análise custo volume lucro pode beneficiar a formulação do preços na empresa, para que os mesmos sejam capazes de fornecer a lucratividade almejada pelos gestores.

1.4.2 Objetivos Específicos

- a) Apurar os custos e despesas relativos à operação, desde o processo de compra.
- b) Averiguar o preço que foi praticado na venda de urnas fúnebres e coroas no ano de 2015, bem como os respectivos custos de aquisição de cada produto.
- c) Realizar a aplicação das taxas de marcação (*mark-ups*).
- d) Formular o preço adequado de venda dos produtos.
- e) Aplicar a ferramenta de análise de custo/volume/lucro.

1.5 JUSTIFICATIVA

Após a demonstração de tema aplicado no estudo, o aluno deve avaliar o que o levou a esta escolha, bem como mencionar porque ela se fundamenta. Esses aspectos são a justificativa, a qual expõe a importância e a relevância da realização do estudo em diferentes aspectos a serem considerados, como o ambiente em que a empresa insere-se e os problemas que a mesma vêm enfrentando em sua rotina, por exemplo.

O atual cenário econômico vem passando por intensas mudanças, as quais exigem das entidades uma gestão dinâmica e estratégica. Dessa forma, o presente trabalho justifica-se para a empresa como um diferencial competitivo, no sentido de expor as atitudes que devem ser tomadas para que os preços praticados pela organização mantenham-se em patamares capazes de preservar sua posição mercadológica.

Para a acadêmica, o desenvolvimento do trabalho tem sua relevância no sentido de tornar-se importante ferramenta para o desenvolvimento prático das teorias abordadas no decorrer da faculdade. Contribui ainda para o desenvolvimento de uma correlação interdisciplinar, através da composição de análises e abordagens com temas que traçam um paralelo entre as mais diversas disciplinas, aprofundando conhecimentos anteriormente adquiridos.

À Fundação Educacional Machado de Assis - FEMA, o trabalho justifica-se por tratar de um setor nunca antes abordado em estudos da instituição, enriquecendo dessa forma o seu acervo. O presente trabalho ainda amplia o rol de empresas parceiras da instituição, abrindo caminho para outros estudos no ramo funerário, que possui um amplo horizonte a ser explorado, possibilitando o desenvolvimento prático dos temas acadêmicos.

O desenvolvimento de trabalhos de conclusão figura como imprescindível fator para a eficiente formação intelectual dos acadêmicos, pois através deles são demonstrados os conhecimentos adquiridos na empresa em que foi desenvolvido o estágio. Após finalizado e publicado, o presente estudo terá ainda a finalidade de servir como base para a produção de novos estudos no setor, uma vez que o ramo funerário tem muitos aspectos ainda a serem analisados e aprofundados.

1.6 METODOLOGIA

A metodologia utilizada no desenvolvimento do estudo é responsável por elucidar a forma através da qual o pesquisador portou-se durante a aplicação de seu trabalho. É através da metodologia que são evidenciados os mecanismos e processos empregados na busca pela obtenção dos objetivos preestabelecidos.

A metodologia tem sua função fundamentada no sentido de ser capaz de conduzir as abordagens necessárias ao pesquisador visando a aplicação efetiva de seu estudo. Na metodologia deste estudo foram evidenciados aspectos relativos à categorização da pesquisa, à forma através da qual foram obtidos os dados necessários, sistemática de análise e interpretação dos mesmos, complementados por uma breve apresentação da entidade onde ocorreu o estágio.

1.6.1 Categorização Da Pesquisa

A categorização da pesquisa é a responsável por elucidar a categoria na qual o estudo em questão se encaixa. É por meio da mesma que serão expostos os preceitos utilizados na organização das ações adotadas por parte do pesquisador, demonstrando a natureza da análise desenvolvida. Dessa forma, Fachin elucida que “o método é um plano de ação, formado por um conjunto de etapas ordenadamente dispostas, destinadas a realizar e a antecipar uma atividade na busca de uma realidade [...]” (FACHIN, 2006, p.31).

Em relação a sua natureza, a metodologia pode ser básica ou aplicada. O presente estudo trata-se de pesquisa aplicada, uma vez que destina-se a obter informações relevantes para a solução do problema em análise. Nesse sentido, o estudo conceitual realizado inicialmente pela acadêmica é responsável por fornecer uma base teórica a partir da qual foi implementada a gestão de custos e a análise custo volume lucro na entidade, visando a resolução do problema elucidado. Com isso, a pesquisa aplicada serviu de preceito na busca pelos resultados almejados, aspirando o cumprimento dos objetivos propostos pela autora no decorrer do estudo.

Sob este aspecto, Barros e Lehfeld apontam que a pesquisa aplicada é aquela na qual o pesquisador busca a resolução concreta dos problemas abordados no estudo, apresentando-se como agente efetivo de obtenção dos resultados (BARROS; LEHFELD, 2007). Sob esta ótica, Vergara evidencia que a pesquisa aplicada é

impulsionada por sua aplicabilidade prática, no anseio da solução de problemas existentes (VERGARA, 2015).

Em relação ao método pelo qual será abordado o problema, a pesquisa pode ser estruturada de forma qualitativa ou quantitativa. O presente trabalho estrutura-se de forma tanto qualitativa como quantitativa. O seu caráter qualitativo é baseado no fato de que, para a eficiente obtenção das informações necessárias para a realização do estudo, a acadêmica relacionou-se de forma vinculativa com a entidade em estudo. Tal atitude permitiu que a mesma acompanhasse a evolução da implementação do trabalho no ambiente da organização, podendo dessa forma analisar seus resultados efetivos.

Gil aponta que a análise qualitativa considera variados fatores relativos aos dados obtidos, como o ambiente no qual os mesmos estão inseridos, figurando dessa forma como uma análise de caráter observatório, com menor grau de formalidade, partindo da subjetividade e da relação que o pesquisador possui com as informações consideradas no processo (GIL, 2010).

Neste sentido, Cooper e Schindler apontam que a pesquisa qualitativa procura a compreensão das informações bem como sua análise, baseando-se no alto nível de envolvimento que o pesquisador possui com o ambiente do qual obteve os dados. Os autores evidenciam ainda que o fato de que o pesquisador é envolvido efetivamente na obtenção dos dados possibilita que os mesmos sejam testados e comprovados no decorrer do estudo (COOPER; SCHINDLER, 2016).

As informações inerentes a custos, preços de comercialização e à análise custo volume lucro que foi implementada na entidade em estudo são abordados de forma quantitativa no presente trabalho. A partir dos índices estatísticos obtidos através dos estudos efetuados, a acadêmica pôde desenvolver análises responsáveis por fornecerem pareceres relevantes aos administradores, como ferramenta de gestão e tomada de decisões.

A pesquisa quantitativa focaliza-se majoritariamente na abordagem numeral e de valor dos dados. Gil aponta que a pesquisa quantitativa conduz à uma análise estatística dos elementos que compõe o trabalho, e são estes resultados que serão abordados e mensurados no decorrer do estudo (GIL, 2010).

Fonseca aponta que a pesquisa quantitativa é focada na realização de estudos objetivos, visando apontar a realidade efetiva dos fatos, fornecendo um parecer real e concreto, formulado em linguagem basicamente matemática (FONSECA, 2002).

Prodanov e Freitas apontam que a pesquisa quantitativa transforma em números as variáveis em estudo, realizando análises baseadas na lógica, visando apontar a relação numérica existente entre as causas e os efeitos dos problemas em análise (PRODANOV; FREITAS, 2013).

De acordo com Marconi e Lakatos, a opção pela aplicação da pesquisa quantitativa possui suas vantagens fundamentadas no fato da mesma portar alta precisão e facilidade no controle dos dados, possibilitando a associação do método qualitativo para gerar um relatório ainda mais completo dos fatos. Os autores apontam ainda que a menor ligação pessoal com o autor do relatório que os dados obtidos através de pesquisa quantitativa possuem possibilita que os mesmos forneçam uma maior credibilidade dos resultados (MARCONI; LAKATOS, 2011).

Do ponto de vista dos objetivos, as metodologias dos trabalhos podem condicionar-se como pesquisa exploratória, pesquisa descritiva ou pesquisa explicativa. O presente trabalho tem sua abordagem descritiva baseada no fato de que a mesma aprofundou os dados relativos ao referencial teórico necessário à implementação da gestão de custos na entidade. A pesquisa de caráter descritivo foi utilizada também para a atribuição de informações e dados relativos à empresa em estudo, evidenciando seu posicionamento no mercado, bem como dados inerentes à situação operacional da mesma. A utilização da pesquisa descritiva em consonância com a pesquisa exploratória é capaz de fornecer conclusões aprofundadas tanto no aspecto relativo à implementação da gestão dos custos na entidade como também na consoante análise dos resultados obtidos através desta.

Quanto ao conceito de pesquisa descritiva, Vergara aponta que a mesma possui o propósito de elucidar aspectos relativos às variáveis em estudo, sem evidenciar os motivos de sua ocorrência, porém apresentando a função de basear tal explicação (VERGARA, 2015). Segundo Gil, a característica de maior evidência nas pesquisas descritivas figura no fato de que as mesmas utilizam-se sempre de métodos padronizados para a obtenção dos elementos que serão analisados. O autor complementa ainda que as pesquisas descritivas possuem a possibilidade de apontar as ligações existentes entre as variáveis em estudo, pelo fato da sua possibilidade de aplicabilidade prática (GIL, 2010).

Em relação aos procedimentos técnicos adotados para o desenvolvimento do trabalho, o mesmo pode apresentar-se como pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, pesquisa experimental, levantamento, estudo de caso, pesquisa ex-post-

facto, pesquisa ação e pesquisa participante. O presente trabalho vale-se de aprofundado estudo bibliográfico, fundamentado no sentido da importância do desenvolvimento de referencial teórico coerente e satisfatório, imprescindível para fornecer conhecimentos necessários à implementação do controle de custos na empresa em análise. Balizada pela teoria de diversos estudiosos no ramo da contabilidade de custos, a pesquisa bibliográfica desenvolvida neste estudo propicia à acadêmica importante fonte de dados teóricos, disponíveis para posterior consulta.

Em relação ao conceito de pesquisa bibliográfica, Köche aponta que esta é produzida a partir da compilação das teorias pertinentes, produzindo referencial satisfatório na busca pela resolução de problemas existentes (KÖCHE, 2015). Sob o mesmo aspecto, Barros e Lehfeld mencionam que a pesquisa bibliográfica apresenta especial relevância no meio acadêmico pelo fato de disponibilizar ao autor do estudo diferentes abordagens teóricas sobre o tema em análise, possibilitando que o mesmo seja responsável pela construção do próprio conhecimento. Os autores indicam ainda que a pesquisa bibliográfica contribui para a construção do conhecimento científico no meio acadêmico, pelo contato com diversos campos e com a teoria de variados pensadores (BARROS; LEHFELD, 2007).

De acordo com Gil, a pesquisa bibliográfica possibilita uma abordagem, com consequente estudo, de um amplo contexto dentro do campo de pesquisa, fornecendo dessa forma entendimento de variadas teorias, que possibilitam o desenvolvimento de pesquisas que abordem vários fatores de análise. Porém, o autor enfatiza a importância do discernimento em relação às fontes que serão utilizadas para a obtenção das informações, pois fontes de confiabilidade duvidosa podem acarretar em prejuízos para o resultado final do estudo (GIL, 2010).

O presente estudo configurou-se como pesquisa documental pelo fato de que, para a implementação da gestão de custos, foram utilizadas informações relativas ao desempenho da empresa em análise nos anos anteriores. Tais informações foram obtidas a partir da consulta de notas de compra e venda, bem como de informações constantes nas demonstrações contábeis de exercícios findos, ambas os dados com base nos anos de 2014 e 2015.

Referindo-se ao conceito de pesquisa documental, Vergara aponta que a mesma é obtida através de consultas à documentos que sejam de propriedade privada ou pública, caracterizados pelo fato de não possuírem tratamento analítico, ou seja, tratem-se de itens relativos à operacionalidade da organização (VERGARA, 2015).

Bonat complementa que a pesquisa documental utiliza-se de dados obtidos direto da fonte geradora dos mesmos, como as próprias empresas, no caso da análise de notas ou documentos, por exemplo (BONAT, 2009).

Gil evidencia que a opção pelo desenvolvimento da pesquisa documental possui diversas vantagens, ilustradas principalmente pela facilidade do acesso às informações, uma vez que as mesmas são obtidas diretamente de sua fonte geradora, apresentando baixo custo de execução e a abundância de informações que os documentos têm a capacidade de fornecer. Porém, o autor salienta que é preciso atentar-se a possibilidade de que as informações contidas nos documentos não expressem fielmente a realidade dos fatos, uma vez que as mesmas podem sofrer interferências daqueles que as produzem (GIL, 2010).

A tipificação da presente pesquisa em estudo de caso baseia-se no fato da mesma incorrer dentro do ambiente de uma empresa, balizada pelo seu real desempenho. Esta pesquisa apresenta suas características de estudo de caso ilustradas pelo fato de que a autora inseriu-se em meio ao ambiente organizacional em análise, buscando a obtenção de informações inerentes a aplicação do estudo, através da análise dos demonstrativos contábeis da entidade, considerando o contexto mercadológico no qual a mesma está inserida.

Em relação ao conceito de estudo de caso, Fachin expõe que o mesmo é ilustrado por uma análise de alta intensidade do contexto ao qual se insere, considerando as variáveis existentes, procurando expressar suas características de forma intensiva e detalhada, buscando evidenciar a relação existente entre as mesmas (FACHIN, 2006). Conforme menciona Gil em sua teoria, o estudo de caso apresenta especial relevância no campo das ciências sociais aplicadas pelo fato de apresentar a possibilidade de analisar o contexto ao qual determinada ocorrência pertence, podendo dessa forma elucidar suas características particulares, contribuindo para a solução do problema em estudo no sentido de fornecer soluções e teorias pertinentes àquele assunto em específico (GIL, 2010).

A eficiente caracterização metodológica das práticas adotadas para a execução do estudo apresenta especial importância pelo fato de conduzir a postura do pesquisador de acordo com o contexto do trabalho, bem como apontar a origem dos dados abordados, evidenciando sua credibilidade e veracidade. Os termos conceituados pela categorização da pesquisa servirão também de aporte para o

público que fará uso dos resultados do presente estudo, como material de consulta para a análise da sua aplicabilidade.

1.6.2 Dados Gerados

Uma vez explanada a categorização da pesquisa, faz-se necessária a demonstração dos métodos utilizados para a obtenção das informações responsáveis pela formulação das variáveis em estudo. É a partir do plano de geração de dados que o pesquisador evidencia a metodologia que conduziu a coleta dos dados relativos à entidade em estudo, expondo a procedência dos mesmos.

O presente estudo fez uso tanto da documentação direta como da indireta. Inicialmente, a pesquisa indireta foi utilizada no sentido da formulação de embasamento teórico, proveniente de pesquisa bibliográfica, acerca dos conceitos relativos à aplicabilidade da gestão de custos. A pesquisa bibliográfica apresenta importância por ser responsável por evidenciar e demonstrar a teoria e conceitos abordados no decorrer do estudo.

Em relação ao âmbito da pesquisa direta, o estudo utiliza-se da observação direta intensiva, uma vez que os dados utilizados no mesmo foram obtidos por meio da análise e observação dos demonstrativos contábeis da entidade, bem como de suas notas de entrada e saída, relativas ao ano de 2015, valendo-se ainda da aplicação de entrevistas previamente estruturadas e padronizadas com o empresário. Neste sentido, a pesquisa direta é formulado a partir dos dados coletados no ambiente operacional da organização, em consonância com aspectos provenientes da percepção particular do pesquisador acerca de suas observações efetuadas no decorrer do seu estágio dentro da entidade.

Portanto, a utilização tanto da pesquisa indireta como da pesquisa direta foram as metodologias responsáveis pela obtenção dos dados em análise no estudo. Inicialmente a pesquisa bibliográfica surge como forma de obtenção de conhecimentos relativos à gestão de custos, propiciando embasamento teórico. Posteriormente, a pesquisa direta, com a alocação de informações dentro da própria organização, a partir do método de observação direta intensiva, é aplicada visando à coleta dos dados.

1.6.3 Análise e Interpretação De Dados

Após indicar a metodologia utilizada para a coleta dos dados em estudo, o pesquisador deverá explicitar a que forma de tratamento estes dados foram submetidos no decorrer do trabalho. É nesta fase do trabalho que o autor evidencia a metodologia de análise e interpretação dos dados, caracterizando o método de abordagem empregado no tratamento dos mesmos, objetivando a evidenciação das respostas aos problemas em estudo.

Como tipos de métodos de abordagem de dados, surgem os métodos dedutivo, indutivo, hipotético-dedutivo e o dialético. Inicialmente, o estudo fez uso do método dedutivo pelo fato de que é balizado pelas premissas do conhecimento universalizado, fundamentado na teoria bibliográfica, aplicando o mesmo no ambiente particular da organização.

Em consonância, muitos autores apontam a existência de metodologias auxiliares no tratamento dos dados, apontadas por estes como métodos de procedimentos. Nesta subdivisão observa-se a existência do método experimental, abordado também como empírico, do método estatístico e ainda do método comparativo. Este estudo aplicou como métodos experimentais o método comparativo e o método estatístico.

O método comparativo foi aplicado no estudo no sentido de comparar os dados obtidos através da análise dos índices de comercialização em paralelo aos custos da entidade no ano de 2015. Tal análise foi efetuada com os dados apontados através da implementação da gestão de custos na organização, apontando sua relação através da análise custo volume lucro.

O estudo tem sua tipificação no método estatístico apontada pelo fato de que as análises desenvolvidas foram aplicadas sobre valores quantificáveis, como custo de mercadorias, análise dos índices de vendas apresentados nos períodos bem como dos indicadores de lucratividade que a organização vem oferecendo e poderá oferecer ante a implementação do controle de custos. Após a realização dos cálculos e análises, foram desenvolvidas ainda planilhas e tabelas objetivando a demonstração gráfica dos resultados obtidos. Para isto, fez-se uso de planilhas eletrônicas para transposição de informações, bem como para a realização de análises e abordagens comparativas.

Dessa forma, torna-se de fundamental importância a explanação por parte do autor da forma pela qual foram interpretados os dados constantes no estudo, evidenciando a maneira pela qual o mesmo portou-se em relação ao tratamento destes. A metodologia de análise e interpretação dos dados é utilizado ainda como forma de explicação, apontando o caminho através do qual o pesquisador conduziu suas atitudes, objetivando solucionar o problema que originou o trabalho.

1.6.4 Apresentação Da Organização

A Funerária Mallmann teve sua fundação em 22 de novembro de 1985, quando atendia pelo nome de Funerária Dahmer, sob a propriedade do senhor Selvino Dahmer, o qual atuou com a empresa na cidade durante 28 anos, contando ainda com a comercialização de lápides. No ano de 2013 a mesma foi adquirida pelo senhor Guilherme Mallmann, passando a apresentar a razão social de Guilherme Mallmann & Cia. Ltda. - ME (Micro Empreendedor), sob o nome fantasia de Funerária Mallmann. A partir desta data a empresa deixou de praticar a venda de lápides.

A empresa situa-se em Cândido Godói-RS, cidade na qual vem mantendo a tradição no ramo fúnebre, caracterizando-se como única empresa do setor no município. O desenvolvimento dos serviços prestados pela mesma, bem como sua administração, são efetuados pelos membros da família, os quais possuem qualificação e formação para executarem as atividades necessárias.

Além da prestação de serviços fúnebres, a entidade atua na comercialização de urnas fúnebres, coroas, flores, bem como todos os matérias relativos às ocorrências póstumas. Possui veículo habilitado e credenciado para o traslado intermunicipal de corpos.

Cabe ressaltar ainda que, como diferencial competitivo no mercado, a empresa em estudo fornece linhas de planos fúnebres. Tais planos funcionam como seguros pelos quais seus membros efetuam pagamentos mensais, tendo direito desta forma a todo o aparato necessário para os membros cadastrados no seguro. A efetivação dos planos de seguro fornece ainda a seus participantes a possibilidade de descontos em empresas do município de Cândido Godói, decorrentes de parcerias da funerária com as mesmas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A elaboração do referencial teórico surge como condição imprescindível para a adequada realização de estudos, pois é através dela que são explicados e compreendidos conceitos fundamentais relativos ao assunto em análise. A adequada compreensão dos conceitos bibliográficos que serão debatidos no decorrer do trabalho é imprescindível, uma vez que a mesma é responsável por fornecer suporte e a fundamentação teórica aos dados obtidos pelo pesquisador, evidenciando assim o propósito da realização do estudo.

De acordo com o exposto, para melhor entendimento e desenvolvimento do presente trabalho, serão abordados a seguir as referências bibliográficas acerca da contabilidade de custos, sistemas de custeio, gestão de custos, formação do preço de venda e análise custo volume lucro.

2.1 CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custos é um aspecto muito importante a ser considerado dentro das organizações. Porém, muitas vezes o controle e análise dos custos costuma ocorrer apenas em empresas de maior porte, uma vez que empresas menores que possuem sua administração dentro do círculo familiar acabam deixando esta tarefa de lado, e aplicam apenas uma margem que consideram segura sobre o preço de compra dos produtos, sem considerar outros custos e despesas. Tal atitude acaba por muitas vezes mascarar a real situação da empresa, uma vez que a mesma acaba não repassando a totalidade de custos e despesas aos seus consumidores finais.

Segundo Bornia, a origem da necessidade de apuração e mensuração dos custos nas entidades surgiu durante a Revolução Industrial, pois foi a partir dela que as indústrias começaram a agregar valores aos produtos vendidos, deixando de apenas comprar de produtores e revendê-los. Com isso, percebeu-se a necessidade de realização da correta catalogação dos custos dos seus estoques, pois através dela os valores das matérias-primas utilizadas na produção equiparavam-se com o custo final das mercadorias vendidas (BORNIA, 2010). Cabe ressaltar ainda, que para Viceconti e Neves,

A contabilidade de custos, nos seus primórdios teve como principal função a avaliação de estoques em empresas industriais, que é um procedimento muito mais complexo do que nas comerciais, uma vez que envolve muito mais que a simples compra e revenda de mercadorias, são feitos pagamentos a fatores de produção, tais como salários, aquisições e utilização de matérias-primas etc. Ademais, estes gastos devem ser incorporados no ao valor dos estoques das empresas no processo produtivo[...]. (VICECONTI; NEVES, 2013, p.8)

Ribeiro destaca que, por ter sido desenvolvida inicialmente somente para a mensuração dos estoques, a contabilidade de custos não fornecia um parecer gerencial nos primórdios de seu desenvolvimento. Tal fato ocorria pois os preços de venda eram formulados somente considerando o valor pago pela mercadoria, sem observar outros indicadores externos importantes (RIBEIRO, 2013).

Este uso superficial da contabilização dos custos que ocorria inicialmente mostra-se inadequado. Tal fato é comprovado por Ludícibus e De Mello, quando ressaltam que no atual mercado competitivo “os gerentes e analistas de custo sempre têm tido como uma de suas preocupações principais a de estimar, discernir e acompanhar a variação, em reais, de certos itens considerados importantes dentro da estrutura de custos da empresa.” (LUDÍCIBUS; DE MELLO, 2013, p. 3).

De acordo com Guimarães Neto, a contabilização dos custos significa a aplicação dos normativos da contabilidade geral como forma de mensurar e analisar os custos auferidos durante todo o processo relativo ao exercício de comercialização de uma entidade. O autor resalta ainda que a aplicação da contabilidade de custos surge como importante ferramenta para os gestores da entidade no sentido de estipular qual o montante de lucratividade desejado pela organização, a partir da supervisão das atividades (GUIMARÃES NETO, 2012).

Sendo assim, a contabilidade de custos figura como fator de alta relevância dentro das entidades, pois é nela que os gestores encontram as informações necessárias para a tomada de decisões. Mas para que ocorra a correta interpretação das informações, é necessário que se conheçam as terminologias aplicáveis à abordagem dos custos nas organizações.

2.1.1 Terminologias Relativas à Contabilidade de Custos

Antes do estudo dos custos e despesas relativos a operação de uma entidade é importante que ocorra a eficiente compreensão de alguns conceitos paralelos

relativos à Contabilidade de Custos. Um conceito importante e de ampla abordagem na contabilidade de custos é o de gastos. Para Wernke, gastos referem-se operações monetárias realizadas pela entidade baseadas no desejo de aferimento de determinado item necessário ao seu processo, pelo qual a organização realiza desembolso ou assume uma obrigação ante seus fornecedores (WERNKE, 2004).

Ainda sobre o conceito de gastos, Pinto et al. complementam que gasto “é o esforço que a entidade realiza para a obtenção de um bem ou serviço, representado por entrega ou promessa de entrega de ativos. O gasto se concretiza quando os serviços ou bens adquiridos são prestados ou passam a ser de propriedade da empresa.” (PINTO ET AL., 2008, p. 13).

Em paralelo com o mencionado, surge o conceito de investimentos. Para Ribeiro, os investimentos são aqueles dispêndios relativos a itens que, após sua aquisição, integram os estoques da entidade por determinado período, para que posteriormente possam ser comercializados, participem do beneficiamento dos produtos da entidade ou sejam empregados pela mesma (RIBEIRO, 2014).

Nesse sentido, Guimarães Neto evidencia que o investimento é “o gasto ativado em virtude de benefícios atribuíveis à períodos futuros ou que têm vida útil superior a um ano.” (GUIMARÃES NETO, 2012, p. 10). Bornia ressalta ainda que “investimento é o valor dos insumos adquiridos pela empresa não utilizados no período, os quais poderão ser empregados em períodos futuros.” (BORNIA, 2010, p. 18). Nesse sentido, Wernke complementa que os investimentos,

São gastos que irão beneficiar a empresa em períodos futuros. Enquadram-se nessa categoria, por exemplo, as aquisições de ativos, como estoques e máquinas. Nesses casos, por ocasião da compra, a empresa desembolsa recursos, visando a um retorno futuro sob a forma de produtos fabricados. Convém salientar que o uso ou o respectivo desgaste das máquinas e o consumo dos estoques no processo fabril são considerados como custos de fabricação. (WERNKE, 2004, p. 11).

Durante o estudo, é importante que se diferenciem ainda perdas de desperdícios. Dessa forma, Martins expõe que perda é um “bem ou serviço consumido de forma anormal e involuntária. [...] São itens que vão diretamente à conta de Resultado, assim como as despesas, mas não representam sacrifícios normais ou derivados de forma voluntária das atividades destinadas à obtenção da receita.” (MARTINS, 2010, p. 26).

Segundo Berti, as perdas não possuem correlação com a atividade exercida pela entidade, sendo decorrentes de processos excepcionais e anômalos, provenientes de fatos imprevistos e eventuais, ocasionados por agentes externos ou pelo próprio ambiente operacional da organização (BERTI, 2007). Dessa forma, Borna complementa que perda é “[...] o valor dos insumos consumidos de forma anormal. As perdas são separadas dos custos, não sendo incorporadas nos estoques.” (BORNIA, 2010, p. 17).

Em relação ao conceito de desperdício, Wernke indica que o mesmo é decorrente da utilização ineficiente não só de recursos, mas também de desperdícios de tempo em tarefas que não incorporam melhorias aos produtos, inclusive elevando os custos das mercadorias de forma desnecessária (WERNKE, 2004). Em seguimento, Borna complementa que desperdício “é o esforço econômico que não agrega valor ao produto da empresa e nem serve para suportar diretamente o trabalho efetivo. [...] Além das perdas anormais, engloba, também, as ineficiências normais do processo.” (BORNIA, 2010, p. 17).

Para a melhor compreensão dos conceitos relacionados ao estudo da Contabilidade de Custos, a Ilustração 1 apresenta um fluxograma que relaciona a ocorrência do fato com as futuras consequências que o mesmo irá gerar para a entidade. Dessa forma, o mesmo indica de que maneira a existência de investimentos, custos, despesas e perdas impactará nos demonstrativos da entidade.

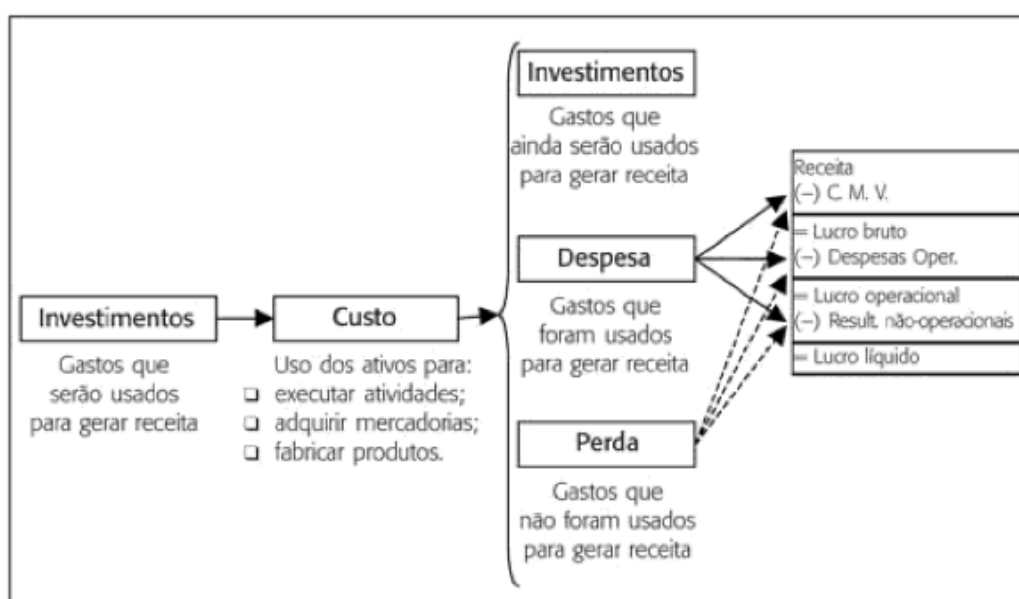


Ilustração 1: Classificação Dos Gastos
Fonte: PINTO ET AL., (2008, p.14).

Após a análise da Ilustração 1 pode-se perceber que cada terminologia tratada no estudo afeta de forma distinta os resultados finais da organização. Tais eventos devem-se ao fato de que alguns dispêndios necessários ao processo operacional da entidade podem ser recuperados pela venda das mercadorias, uma vez que o seu valor passa a integrar o custo das mesmas, enquanto os outros itens não são passíveis de recuperação.

2.1.2 Diferenciação de Custos e Despesas

Os custos possuem variadas interpretações nos diferentes ramos de negócios. Apesar de ter seu estudo mais utilizado no ramo industrial, é muito importante a sua análise também nos setores de comércio e prestação de serviços. De acordo com Ribeiro, a palavra custo

[...] em uma empresa comercial pode ser utilizada para representar o custo das compras de mercadorias, o custo das mercadorias disponíveis para venda, o custo das mercadorias vendidas etc.; em uma empresa de prestação de serviço, pode ser utilizada para representar o custo dos materiais adquiridos para aplicação na prestação de serviços, o custo dos serviços prestados etc.; em uma empresa industrial, pode ser utilizada para representar o custo das compras de matérias-primas, o custo das matérias-primas disponíveis, o custo das matérias-primas aplicadas no processo de fabricação, o custo direto de fabricação, o custo indireto de fabricação, o custo da produção acabada no período, o custo dos produtos vendidos etc. (RIBEIRO, 2014, p. 17).

Para que ocorra a correta interpretação dos dados obtidos durante o estudo, é importante que diferenciem-se custos de despesas. Schier considera que o custo é o dispêndio relativo a aquisição de bem ou serviço utilizado como matéria-prima ou mão de obra para a elaboração de um produto ou prestação de um serviço (SCHIER, 2006). Da mesma forma, para Wernke, os custos “são os gastos efetuados no processo de fabricação de bens ou de prestação de serviços.” (WERNKE, 2004, p. 12).

Segundo Damasceno e Avalca, custo representa o montante dispendido pela entidade no processo relativo à fabricação e comercialização de uma unidade de mercadoria ou prestação de determinado serviço. Os autores ressaltam ainda que os custos diretos podem ser fácil e diretamente relacionados com os produtos dos quais provém (DAMASCENO; AVALCA, 2015).

Tanto custos como despesas tem relações distintas com o Balanço Patrimonial e com a Demonstração do Resultado do Exercício da entidade. Dessa forma, Ribeiro ressalta que “[...] o custo integra o produto; vai para o estoque e aumenta o AC; a despesa reduz o lucro; vai para o resultado e reduz o PL.” (RIBEIRO, 2014, p. 190).

Ainda de acordo com a teoria de Ribeiro, as despesas são os valores provenientes da utilização de gastos relacionados aos setores de administração, comercial e de finanças da entidade, que estão relacionados de forma direta ou não com a angariação de lucros a partir da movimentação e comercialização dos produtos. O autor ressalta ainda que, enquanto o valor dispendido pelos custos da fabricação das mercadorias é resgatado pela realocação dos mesmos ao valor de venda dos produtos e posterior repasse ao consumidor final, as despesas exercem função negativa ao resultado final da entidade, pois a mesma não será recuperada através da comercialização (RIBEIRO, 2014).

Martins ressalta que a despesa, já no momento em que ocorre, figura-se como um desembolso, uma vez que o pagamento ocorrido em sua execução não será recuperado posteriormente dentro do preço de venda da mercadoria (MARTINS, 2010). A despesa é um fator importante a ser considerado na formação do preço de venda. Segundo Borna,

Despesa é o valor dos insumos consumidos para o funcionamento da empresa e não identificados com a fabricação. Refere-se às atividades fora do âmbito da fabricação, geralmente sendo separada em Administrativa, Comercial e Financeira. (BORNIA, 2010, p. 16).

Com isso, nota-se a importância da eficiente gestão de custos e despesas no ambiente organizacional. Porém, por tratar-se de um assunto amplo, com variadas áreas a serem analisadas, surge a importância de uma conceituação ainda mais precisa dos custos, embasada no fato dos mesmos serem divididos em custos fixos e variáveis e custos diretos e indiretos.

2.1.2.1 Classificação dos Custos

Após a identificação e mensuração dos custos, os mesmos podem ser classificados em diretos ou indiretos e fixos ou variáveis. Ribeiro indica que os custos diretos são os dispêndios relativos aos itens que possuem relação direta com o

processo operacional de criação ou beneficiamento de produtos. O autor ressalta ainda que os custos diretos fazem parte das mercadorias, no sentido de que seu montante e custo efetivo tem a capacidade de serem relacionados facilmente com cada item aos quais referem-se (RIBEIRO, 2014).

Pinto et al. indicam que os custos diretos “são aqueles que podem ser apropriados diretamente aos produtos fabricados, porque existe uma medida objetiva de seu consumo nessa fabricação.” (PINTO ET AL., 2008, p. 17). Nesse sentido, Wernke complementa que

Custos diretos são os gastos facilmente apropriáveis às unidades produzidas, ou seja, são aqueles que podem ser identificados como pertencentes a este ou àquele produto. Por sua natureza, características próprias e objetividade de identificação no produto são imputados por medições objetivas ou por controles individuais como a ficha técnica do produto, sem a necessidade de rateios. Correspondem aos gastos específicos do produto ou serviço, ou seja, não sendo produzida a unidade ou executado o serviço, esses gastos não ocorrem. Tais custos podem ser fisicamente identificados para um segmento particular sob consideração. (WERNKE, 2004, p. 13).

Para Guimarães Neto, os custos indiretos “são os custos que beneficiam toda a produção e não são identificados em cada produto. São aqueles que necessitamos do uso de um rateio para a apropriação ao produto ou serviço [...]” (GUIMARÃES NETO, 2012, p. 17). Da mesma forma, Bornia complementa que “os custos indiretos não podem ser facilmente atribuídos às unidades, necessitando de alocações para isso.” (BORNIA, 2010, p. 21).

Ainda em relação aos custos indiretos, Wernke aponta que os mesmos são aqueles que não possuem apropriação explícita a um item ou a uma operação realizada pela entidade. Para a sua correta alocação é necessário que se utilize um rateio para indicar o montante relativo a cada atividade ou produto. O autor ressalta ainda que a característica para um custo ser indireto se deve ao fato de que o mesmo não corresponde somente a um item em particular, mas a várias atividades ou mercadorias simultaneamente (WERNKE, 2004).

De acordo com Corbari e Macedo, dentro dos custos indiretos “[...] agrupam-se inúmeros gastos de diversas naturezas produtivas, comuns a diversos produtos [...]” (CORBARI; MACEDO, 2012, p. 34). De acordo com Guimarães Neto, é de responsabilidade dos gestores da entidade a definição de qual parâmetro será utilizado para a alocação dos custos indiretos à determinada atividade, de acordo com

o que forma mais conveniente com o sistema de custeio adotado pela organização (GUIMARÃES NETO, 2012).

Outra diferenciação importante dos custos é entre fixos e variáveis. De acordo com Martins, a principal diferença entre o critério de definição de custos fixos e variáveis e de custos diretos e indiretos é de que, enquanto os custos diretos e indiretos baseiam-se no montante produzido pela entidade, os custos fixos e variáveis relacionam-se com o período e com a dimensão da produção (MARTINS, 2010).

Para Bornia, “os custos fixos são aqueles que independem do nível de atividade da empresa no curto prazo, ou seja, não variam com alterações no volume de produção.” (BORNIA, 2010, p. 19). Nesse sentido, Ribeiro complementa que os custos fixos mantêm-se inalteráveis e não sofrem modificações, não importando a quantidade produzida. O autor enfatiza que estes custos são imprescindíveis operacionalmente, uma vez que são recorrentes durante todos os períodos (RIBEIRO, 2014).

Para Garrison, Noreen e Brewer, os custos variáveis aumentam ou diminuem em sua totalidade, correlacionando-se de forma direta com as modificações ocorridas nas atividades em que os mesmos são utilizados (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013). Quanto aos custos variáveis, Wernke aponta que

Custos variáveis são os que estão diretamente relacionado com o volume de produção ou venda. Quanto maior for o volume de produção, maiores serão os custos variáveis totais. São os valores consumidos ou aplicados que têm seu crescimento vinculado a quantidade produzida pela empresa. Têm seu valor determinado em função de oscilações na atividade da empresa, variando de valor na proporção direta do nível de atividades. (WERNKE, 2004, p. 14).

Dessa forma, nota-se a necessidade de uma correta classificação dos custos relativos a operação da entidade para que os administradores possam exercer uma gestão eficiente dos mesmos, tornando-se um diferencial competitivo na busca por melhores resultados. A contabilidade de custos atualmente figura como fator importante para a tomada de decisões por parte dos gestores no sentido de ser uma ferramenta capaz de aperfeiçoar a destinação dos recursos operacionais da entidade, bem como definir de que forma os estes deverão agir para atingir todos os objetivos da entidade e arcar com seus respectivos compromissos, garantindo o eficiente desempenho da empresa.

2.1.3 Sistemas De Custeio

O primeiro passo para a implantação da contabilidade de custos em uma entidade é a definição de qual sistema de custeio a mesma irá adotar para a análise de seus estoques. Tal definição pode ser feita a partir da implementação dos diferentes tipos de sistemas de custeio existentes e sua posterior análise.

Os sistemas de custeio dividem-se em custeio por absorção, custeio ABC, custeio variável e custeio RKW. Quanto ao custeio por absorção, Ribeiro menciona que “este sistema de custeio contempla como Custo de Fabricação todos os custos incorridos no processo de fabricação do período, sejam eles diretos ou indiretos.” (RIBEIRO, 2014, p. 42).

Nesse sentido, Wernke indica que o custeio por absorção é o sistema mais clássico e usual, uma vez que inclui os custos indiretos relativos a fabricação da mercadoria utilizando sistemas de rateio para efetuar a correta atribuição dos mesmos. Isso faz com que todos os custos relativos a operação de produção ou beneficiamento da mercadoria sejam alocados ao valor final do bem de acordo com o que lhes cabe (WERNKE, 2004).

Martins menciona que o custeio por absorção “consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos ou serviços feitos.” (MARTINS, 2010, p. 37). O sistema de custeio por absorção também é conhecido como custeio integral. Beulke e Bertó complementam que

O sistema de custeio integral caracteriza-se pela apropriação de todos os custos aos produtos (tanto variáveis como fixos, ou então tanto diretos como indiretos). A consequência é que nesse sistema se obtém um custo total do produto/mercadoria ou serviço, que acrescido de um resultado desejado, aponta um certo preço de venda. (BEULKE; BERTÓ, 2006, p. 32).

Apesar de muitas vezes não fornecer informações suficientes para uma análise gerencial, o custeio por absorção tem a sua utilização fundamentada no fato de ser aceito pela legislação vigente. Nesse sentido, Viceconti e Neves explicitam que o método de custeio por absorção “[...] é o único aceito pela Auditoria Externa, porque atende aos princípios contábeis da *Realização da Receita, Competência* e da *Confrontação*.” (VICECONTI; NEVES, 2013, p. 25).

A opção pela utilização do custeio por absorção apresenta tanto vantagens como desvantagens. Como vantagens, Wernke ressalta que o mesmo tem suas diretrizes baseadas na legislação fiscal vigente, tendo sua utilização fundamentada no desejo da entidade de incorporar seu sistema de custeio à contabilidade; outra vantagem é que, a partir da divisão dos custos relativos à cada setor da empresa, os gestores encontram as condições necessárias para analisar o comportamento de cada departamento. O autor expõe como desvantagem da utilização do custeio por absorção o fato de o mesmo muitas vezes mascarar o desempenho efetivo de cada setor da entidade, pois apenas faz a divisão dos custos na forma de rateio, fazendo com que os gestores tenham dificuldades para a correta análise e tomada de decisões (WERNKE, 2004).

Dessa forma, Crepaldi complementa que no custeio por absorção “[...] todos os Custos de Produção são apropriados aos produtos do período. Os custos de produção podem ser apropriados diretamente, como é o caso do material direto e da mão de obra direta, ou indiretamente, como é o caso dos custos indiretos de fabricação.” (CREPALDI, 2010, p. 229).

O Custeio ABC, ou *Activity-Based Costing*, é o sistema de alocação dos custos que considera a atividade relacionada com o produto como critério de rateio. Ribeiro define atividades como um grupo de operações provenientes da junção de mão-de-obra e bens, tanto físicos como tecnológicos que tem por objetivo desenvolver produtos ou prestar serviços (RIBEIRO, 2014).

Bornia indica que o propósito fundamental do custeio ABC “é tomar os custos das várias atividades da empresa e entender seu comportamento, encontrando bases que representem as relações entre os produtos e essas atividades.” (BORNIA, 2010, p. 111). Nesse sentido, Wernke complementa que,

Na visão tradicional (custeio absorção), os produtos ou serviços (centros de custos ou de responsabilidade) consomem recurso. Na metodologia ABC, supõe-se que serviços ou produtos consomem atividades e são essas atividades que consomem os recursos. (WERNKE, 2004, p. 22).

De acordo com Martins, a utilização do método de custeio ABC tem sua importância fundamentada no fato de que o mesmo é capaz de amenizar a deformidade proveniente da utilização do custeio por absorção pois, ao efetuar o rateio considerando o gasto efetivamente realizado por determinada atividade, o

método fornece um parecer condizente com a real situação operacional da empresa (MARTINS, 2010). Para Bruni e Famá,

O custeio ABC difere do sistema de custeio tradicional em função de, no lugar das bases de rateio empregar as atividades desenvolvidas dentro da organização para alocar os custos, contrariamente aos sistemas que se baseiam em volumes. Dessa forma, objetiva fornecer metodologia mais coerente de alocação dos custos. (BRUNI; FAMÁ, 2012, p. 124).

A falta de uma gestão eficiente dos custos operacionais pode trazer inúmeros malefícios à entidade, principalmente por prejudicar a eficiente tomada de decisões dos gestores. Beulke e Bertó mencionam que o sistema de custeio ABC tem como seu maior propósito a busca pela administração da forma mais adequada dos custos, separando com isso os processos em dois tipos: os que proporcionam melhorias efetivas no produto final e aqueles que não trazem beneficiamentos significativos (BEULKE; BERTÓ, 2006).

Um importante diferencial do custeio ABC é a utilização dos *cost drivers* (direcionadores de custos). Crepaldi define que os *cost drivers* “são uma transação que determina a quantidade de trabalho necessária para a produção de determinado produto e serviço e têm influência na quantidade de recursos que serão necessários para essa atividade [...]” (CREPALDI, 2010, p. 322). Dessa forma, a aplicação do custeio ABC ocorre em fases, as quais são explicitadas por Bruni e Famá como,

- a) identificação das atividades e seus respectivos custos;
- b) alocação do custo departamental ao custo de atividade;
- c) identificação dos direcionadores de custos (*cost drivers*);
- d) divisão do custo da atividade pelo direcionador de custos. (BRUNI; FAMÁ, 2012, p.126).

De acordo com Bertó e Beulke, existem algumas condições que impulsionam a aplicação do custeio ABC dentro da organização. A primeira delas é a necessidade de que o sistema operacional da entidade seja informatizado, uma vez que é a partir da informática que são fornecidos os pareceres relativos ao desempenho de cada atividade. Os autores relacionam ainda a importância da correta alocação dos custos e despesas fixas e variáveis de acordo com a forma que realmente foram consumidos no processo produtivo. Concluindo, têm-se a globalização da economia concomitante com as alterações nos modelos de produção, fatores que vêm implicando cada vez

mais que a entidade deve possuir a capacidade de ofertar preços condizentes com o valor esperado pelo consumidor, que é o responsável pela determinação do mercado (BERTÓ; BEULKE, 2006).

O custeio variável costuma ser conhecido também como custeio direto. De acordo com Wernke, o custeio variável considera apenas os custos que possuem fácil apropriação e identificação, ignorando os demais custos. O autor aponta ainda que a aplicação do custeio variável é de caráter puramente gerencial, pelo fato de que os custos fixos são considerados como despesas relativas à operação (WERNKE, 2004).

De acordo com Bórnica, no custeio variável somente os custos variáveis são vinculados às mercadorias, enquanto os custos fixos são mensurados como relativos ao período. O autor menciona que o sistema de custeio variável tem sua aplicação fundamentada no âmbito gerencial relativo a medidas de curto prazo, pois nas mesmas os custos fixos costumam ser irrelevantes (BÓRNICA, 2010). Para Costa, Ferreira e Saraiva Jr.,

[...] nem sempre o custeio variável considera – no custeamento dos objetos de custos – apenas os custos que podem ser diretamente mensurados e atribuídos (custos diretos), pois pode também considerar custos indiretos (de difícil mensuração e atribuição) que possuem comportamento variável. (COSTA; FERREIRA; SARAIVA JR, 2010, p. 206).

Martins aponta alguns fatores que justificam a utilização do custeio variável. O primeiro reside no fato de que o montante de custos fixos no processo produtivo independe do volume de produção, o que faz com que os mesmos possam ser tratados como valores que não afetem o custo das mercadorias, figurando como encargos para a entidade. O autor ressalta ainda que, como os custos fixos são alocados com base em critérios de rateio, os mesmos muitas vezes acabam por paliar o real desempenho de determinado produto. Martins expõe ainda que, como as análises que consideram os custos fixos são realizadas sobre determinado volume de produção, análises e comparações futuras deverão ser sempre embasadas nesse mesmo montante, sem considerar a produção efetiva do período (MARTINS, 2010). Nesse sentido, Crepaldi aponta que,

Partindo do princípio de que os custos da produção são, em geral, apurados mensalmente e de que os gastos imputados aos custos devem ser aqueles efetivamente incorridos e registrados contabilmente, esse sistema de apuração de custos depende de um adequado suporte do sistema contábil,

na forma de um plano de contas que separe, já no estágio de registro dos gastos, os custos variáveis e os custos fixos de produção, com adequado rigor. (CREPALDI, 2010, p. 232).

Por tratar-se do sistema que oferece maior flexibilidade e versatilidade, o custeio variável é muito usado no âmbito gerencial. Para Bertó e Beulke, o custeio variável “[...] está diretamente voltado à competitividade, sendo, portanto, adequado para as empresas que se encontram nesta situação de comportamento competitivo. (BERTÓ; BEULKE, 2006, p. 35).

De acordo com Bruni e Famá, muitas vezes os princípios dos métodos de custeio acabam por fornecer informações distorcidas do desempenho de determinado produto. Tal fato ocorre devido aos critérios de rateio dos custos fixos, que tornam-se responsáveis, em alguns casos, pela tomada de decisões incorretas quanto a manutenção ou não da atividade de certa mercadoria, muitas vezes prejudicando seu real desempenho, cenário este que é eliminado no custeio variável, o qual acaba por tornar-se importante ferramenta gerencial e de controle (BRUNI; FAMÁ, 2012).

Porém é importante considerar que Bertó e Beulke expõe que “o sistema exige, sem dúvida, maior visão, organização, controle e acompanhamento global da evolução dos negócios, estágio esse que não existe em muitas empresas, o que constitui um fator restritivo ao seu uso.” (BERTÓ; BEULKE, 2006, p. 35). Nesse sentido, Wernke expõe como vantagens e desvantagens do custeio variável:

- a) prioriza o aspecto gerencial ao enfatizar a rentabilidade de cada produto sem as distorções ocasionadas pelos rateios de custos fixos aos produtos;
- b) não é aceito pela legislação tributária para fins de avaliação de estoques;
- c) não envolve rateios e critérios de distribuição de gastos, facilitando o cálculo;
- d) exige uma estrutura de classificação rígida entre os gastos de natureza fixa e variável;
- e) com a elevação do valor dos custos fixos, não considerados neste método, a análise de desempenho pode ser prejudicada e deve merecer considerações mais acuradas. (WERNKE, 2004, p. 30).

A característica que diferencia os tipos de custeio é o critério de rateio que será utilizado para a divisão dos custos fixos. Dessa forma, é esse critério que deve ser levado em conta pelas empresas para apontar qual método será mais vantajoso ante a tomada de decisões. Sob este aspecto, faz-se importante a evidenciação da Ilustração 2, na qual Bertó e Beulke expõe as principais características dos sistemas de custeio abordados anteriormente, contribuindo para a elucidação das principais diferenças e semelhanças ocorrente entre estes.

SISTEMA DE CUSTEIO	CARACTERÍSTICAS
Custeio Integral (Absorção)	Preço é função do custo; Calcula o custo total do produto; Estabelece um resultado do produto; É um sistema rígido e inflexível;
Custeio Marginal (Variável)	Preço é função de mercado; Calcula o custo variável do produto; Obtém a margem de contribuição do produto; Altamente flexível;
Custeio por Atividade (ABC)	Preço é função da percepção de valor e da gestão de custos; Calcula o custo direto do produto; Obtém contribuição operacional do produto; Medianamente flexível;

Ilustração 2: Sistemas de Custeio
Fonte: Adaptado de Bertó e Beulke (2006, p. 39).

Com a análise da Ilustração 2, pode-se perceber que cada sistema de custeio tem uma metodologia diferente de formação do preço: como função do custo no custeio por absorção, função do mercado no variável e função da forma de gestão no custeio ABC. Nota-se ainda o diferente grau de flexibilidade dos sistemas, fator este que relaciona-se com a utilização puramente gerencial de alguns deles, como costuma ser o caso do variável e do ABC.

Por fim, tem-se o método de custeio RKW. De acordo com Schier, o custeio RKW (*Reichskuratorium fur Wirtschaftlichkeit*) é um “sistema de custeio que surgiu na Alemanha, no início do século XX, e é uma variedade do sistema de custeio por absorção integral, já que também as despesas são apropriadas ao custo dos produtos.” (SCHIER, 2006, p. 18).

Para Porto, no custeio RKW todos os dispêndios incorridos na entidade, inclusive as despesas, são atribuídos às mercadorias, uma vez que este sistema julga que o preço de venda dos produtos precisa ser responsável por proventos capazes de arcar com todos os gastos da organização, e ainda ser capaz de fornecer lucros sobre o montante utilizado para a sua produção (PORTO, 2014).

Para Porto, o sistema de custeio RKW apresenta restrições relativas a sua aplicação. A primeira delas é que a rigidez da definição da forma de divisão dos dispêndios pode acarretar em deliberações infundadas. Em seguimento, o autor expõe que a eliminação de algum produto do rol da empresa com base nos resultados obtidos pelo custeio RKW pode acarretar em deficiências ainda maiores nos resultados. O autor conclui que o fato de que muitas despesas que participam da

formação do custo do produto não apresentam possibilidade de gestão pode promover distúrbios de gerenciamento (PORTO, 2014).

O método de custeio RKW costuma ser conhecido como método dos centros de custos. Para Magalhães e Pinheiro, o centro de custos é a última ramificação do processo para onde direcionam-se os custos. Os autores expõem ainda que o centro de custos possui dois propósitos: simplificar o rateio das despesas variáveis equivalentes com os beneficiamentos efetuados em cada produto e apontar a relação das despesas fixas com cada item produzido pela entidade, correlacionando-os com as modificações efetivas dos custos (MAGALHÃES; PINHEIRO, 2007). De acordo com Bornia,

Os centros de custos são determinados considerando-se o organograma (cada setor da empresa pode ser um centro de custos), a localização (quando partes da empresa encontram-se em localidades diferentes, cada local pode ser um centro), as responsabilidades (cada gerente pode ter sob sua responsabilidade um centro de custos) e a homogeneidade. (BORNIA, 2010, p. 89).

De acordo com Souza e Borinelli, no sistema RKW, o parâmetro que expõe o rendimento de determinado produto é a Margem Operacional. A margem operacional indica o quanto cada produto agrega de lucro à entidade, no sentido de seu preço de venda cobrir seus custos e despesas e ainda ser superior, fornecendo lucratividade. Para obter-se a margem operacional deve-se descontar custos e despesas da receita líquida (SOUZA; BORINELLI, 2012).

Dessa forma, pode-se perceber a importância do sistemas de custeio para a formação do preço de venda da entidade, especialmente a sua implementação em empresas que possuem gestão deficitária de custos. Enquanto o custeio variável, o custeio ABC e o custeio RKW apresentam-se como importantes ferramentas de tomada de decisões para os gestores da entidade, por fornecerem pareceres sobre o desempenho individual de cada produto, o custeio por absorção é o único sistema de custeio aceito pela legislação contábil, ilustrando a necessidade de sua utilização pelas empresas.

2.2 GESTÃO DE CUSTOS

O mercado atual, cada vez mais competitivo, está implicando às empresas que as mesmas se empenhem na criação de diferenciais que busquem a atração, retenção e manutenção de clientes, na busca pela exploração de novos mercados e elevação nos seus índices de lucratividade. A eficiente gestão de custos de uma entidade surge como importante diferencial, uma vez que o mesmo pode ser capaz de auxiliar a empresa na tomada de decisões para a correta destinação de seus recursos.

De acordo com Bornia, o interesse na obtenção de beneficiamentos constantes nas suas atividades é uma das maiores diferenciações que se observa nas empresas atuais em relação às práticas adotadas pelas empresas antigas. O principal fator que figura neste âmbito é o interesse pela diminuição dos desperdícios relativos ao processo operacional da entidade (BORNIA, 2010).

De acordo com Wernke, “entre as possibilidades que a empresa pode utilizar para se manter competitiva mercadologicamente está o gerenciamento de custos por meio da análise da cadeia de valores, do seu posicionamento estratégico e do custo dos direcionadores de custos”. (WERNKE, 2004, p.64). Nesse sentido, Corbari e Macedo complementam que “a Gestão Estratégica de Custos (GEC) refere-se à utilização de informações de custos para desenvolver estratégias mercadológicas a fim de obter vantagens competitivas.” (CORBARI; MACEDO, 2012, p.165).

De acordo com Martins, a contabilização dos custos com ênfase gerencial surgiu com a percepção da necessidade de que os resultados provenientes da contabilidade financeira da entidade têm de serem interpretados como ferramentas fundamentais de controle e deliberação acerca das estratégias a serem adotadas. O autor enfatiza ainda a importância dos sistemas de informações como auxiliares no processo de controle e acompanhamento dos dispêndios da organização (MARTINS, 2010).

Padoveze define gestão de custos como “um conjunto de políticas, diretrizes, conceitos e sistemas coordenados com o objetivo permanente de obter a maior eficácia na utilização de todos os recursos à disposição da empresa [...]” (PADOVEZE, 2012, p. 237). Wernke complementa que “para manter-se no mercado em condições de competitividade, a empresa deve adotar um posicionamento estratégico, visando alcançar uma vantagem competitiva. Ou seja, uma posição de mercado que represente situação favorável ante aos seus concorrentes.” (WERNKE, 2004, p. 66).

Segundo Bertó e Beulke, a gestão de custos, no sentido de avaliar o montante a ser alocado em determinada atividade, pode utilizar como parâmetros diversos fatores. Entre eles, o autor mensura a importância de considerar-se o grau de satisfação dos consumidores, a objetividade com que estoques de mercadorias são revendidos e ainda quais os produtos que possuem a capacidade de fornecer maior lucratividade à empresa, através da margem de contribuição (BERTÓ; BEULKE, 2006).

Para a tomada de decisão, é necessário que ocorra uma diferenciação dos custos de acordo com o seu comportamento. Segundo Borna, os “custos relevantes são aqueles que se alteram dependendo da decisão tomada e custos não relevantes são os que independem da decisão tomada. Os custos realmente importantes para o subsídio à tomada de decisão são os relevantes; [...]”. (BORNIA, 2010, p. 21). É a partir desta análise que os gestores avaliam como portar-se para a destinação de recursos ou manutenção de determinadas atividades.

A gestão dos custos figura como setor em constante crescimento nas empresas modernas, em decorrência das inovações constantes em seus processos de avaliações e controles. Uma gestão estruturada dentro da entidade fornece avaliações significativas do desempenho dos produtos e seus determinados setores, beneficiando a destinação correta e eficiente de recursos e contribuindo para o aumento dos índices de lucratividade e da participação mercadológica da organização em seu cenário competitivo.

2.3 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

No ambiente organizacional, a formação dos preços de venda é a responsável pela alocação dos custos e despesas ao consumidor final, com posterior obtenção de lucros à entidade. Muitas empresas cometem equívocos na formação do seu preço de venda, por não analisarem todos os fatores relativos a esta operação, o que pode acarretar em prejuízos para a entidade e destinação inadequada de recursos.

Na visão de Crepaldi, “o preço é um dos principais indicadores do valor que uma empresa entrega a seus clientes. Ele é a expressão do valor monetário dos benefícios que a empresa acredita que seus produtos ou serviços trazem para seus clientes.” (CREPALDI, 2010, p. 358). Nesse sentido, Padoveze complementa que,

Em linhas gerais, o preço é dado pelo mercado (conforme os economistas, lei de oferta e procura). Contudo, há um espaço para a empresa influenciar o mercado, pelo conceito de valor percebido pelo consumidor. Assim a formação de preços de venda pelo custo deve ser feita, mesmo que a empresa seja pressionada pelo mercado para formar seus preços de venda.” (PADOVEZE, 2010, p. 149).

De acordo com Bruni, a formação dos preços pode ocorrer de três formas diferentes. Na primeira delas, os preços são obtidos levando em consideração os custos, aplicando-se porcentagens favoráveis. A outra metodologia de obtenção dos preços considera o valor que o consumidor está disposto a oferecer por determinada mercadoria em diferentes ambientes. O último critério considera o posicionamento dos concorrentes da entidade, avaliando os preços que os mesmos vêm fornecendo ao mercado; tem a possibilidade de ser de oferta, o que ocorre quando a entidade cobra valores distintos dos seus concorrentes ou de proposta, que é quando a organização expõe preços embasado na sua opinião de como a concorrência irá apresentar seus preços (BRUNI, 2008).

De acordo com Bruni e Famá, a formação dos preços de venda surge em decorrência de alguns aspectos a serem analisados. Inicialmente, toma-se um valor como balizador a ser praticado; posteriormente, este preço deve ser confrontado com as características do mercado ao qual a entidade pertence, como os valores praticados por concorrentes, montante de vendas, entre outros aspectos; finalmente, aplica-se um preço condizente com os resultados obtidos, visando atender às perspectivas de seus clientes, com condições diferenciadas capazes de favorecer à entidade (BRUNI; FAMÁ, 2012).

Segundo Wernke, durante o cálculo dos preços que serão praticados, as empresas devem buscar resultados que potencializem e aumentem seus índices de lucratividade, considerando que este preço seja capaz de atingir os objetivos de faturamento. O autor ressalta ainda que o preço de venda deve fornecer retorno satisfatório ao capital alocado pelos investidores, possibilitando ainda a otimização da capacidade produtiva da entidade (WERNKE, 2004).

Na visão de Martins, ter conhecimento somente do custo da mercadoria não é informação suficiente para a elaboração dos preços a serem praticados. O autor enfatiza que essa informação deve ser acrescida de conhecimentos acerca do montante que o mercado consumidor demanda deste produto, bem como os valores que vêm sendo aplicados pelos seus concorrentes, sempre em consonância com a

análise da situação mercadológica dentro da qual a empresa está inserida (MARTINS, 2010). Nesse sentido, Bertó e Beulke complementam que,

A formação do preço de venda dos produtos/mercadorias e serviços, elemento essencial da gestão econômico-financeira e mercadológica das empresas, envolve inúmeros fatores em sua composição; entre eles se destacam: estrutura de custos; demanda (mercado); ação da concorrência; governo e objetivos pretendidos com o produto/mercadoria/serviço. (BERTÓ; BEULKE, 2006, p. 191).

Para Leão, a definição equivocada dos preços nas empresas figura como um dos principais fatores responsáveis pelos resultados negativos que muitas empresas enfrentam, culminando com a posterior falência das mesmas. O autor enfatiza ainda que a entidade deve formular seus preços com justiça, de forma condizente com a mercadoria que está oferecendo a seus consumidores, considerando que o mesmo seja capaz de cobrir com eficácia seus custos, despesas, bem como os impostos e taxas relacionados com a operacionalidade da organização (LEÃO, 2008).

Nesse sentido, Bruni complementa que os preços são balizados de acordo com os dispêndios que os compõe, representados pelos custos, pelas despesas, por impostos que incorrem sobre os mesmos e ainda pela perspectiva de lucro almejada pela organização (BRUNI, 2008). Diante deste contexto, surge a importância da utilização das taxas de marcação (*mark-ups*), que serão abordadas a seguir.

2.3.1 Taxas de Marcação – *Mark-ups*

Ao considerar os custos relativos aos produtos para a formação dos preços de venda, a utilização do *mark-up* surge como importante estratégia de elaboração de valores atrativos à entidade. De acordo com Crepaldi, o *mark-up* trata-se de uma margem pela qual o custo da mercadoria é multiplicada, responsável por indicar o valor final do produto (CREPALDI, 2010). Dessa forma, Wernke complementa que,

A taxa de marcação ou *mark-up* é um índice aplicado sobre o custo de um bem ou serviço para a formação do preço de venda. Tem por finalidade cobrir os fatores, como tributação sobre o preço de venda (ICMS, IPI, PIS, Cofins ou Simples), percentuais incidentes sobre o preço de venda (comissões sobre vendas, franquias, comissões da administradora de cartão de crédito etc.), despesas administrativas fixas, custos indiretos de produção fixos e margem de lucro. (WERNKE, 2004, p. 130).

De acordo com Bruni, nas entidades comerciais o uso dos *mark-ups* é mais frequente, sendo que cada órgão da empresa torna-se responsável por indicar uma determinada taxa de marcação para os produtos aos quais relaciona-se. O autor aponta ainda que a organização pode considerar a taxa de marcação usualmente aplicada no setor de mercado da qual faz parte, no entanto, ocorre a possibilidade da mesma determinar um *mark-up* que possibilite os ganhos almejados pela entidade (BRUNI, 2008).

Para Garrison, Noreen e Brewer, “o *mark-up* de um produto é a diferença entre seu preço de venda e seu custo, e costuma ser expresso como percentual do custo.” (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013, p. 708). De acordo com Marques, o *mark-up* aponta o montante em que o preço pelo qual a venda foi efetivada supera os custos relativos à produção e comercialização do mesmo. O *mark-up* pode ser indicado por um índice quantitativo ou por um índice percentual (MARQUES, 2007). Nesse sentido, Ribeiro aponta as fórmulas para cálculo de *mark-up* divisor e *mark-up* multiplicador, conforme a Ilustração 3, respectivamente:

<i>Mark-up</i> Divisor: $1 - (\%DV + \%CF + \%DF + \%ML) / 100$
<i>Mark-up</i> Multiplicador: $100 / (100 - \%DV + \%CF + \%DF + \%ML)$

Ilustração 3: Fórmulas de *Mark-up* Divisor e Multiplicador

Fonte: Adaptado Ribeiro, 2013, p. 511

Souza e Borinelli apontam que, no momento de estipular as taxas de marcação, os administradores da organização devem considerar que a mesma deve ser capaz de formular um preço que abone os dispêndios incorridos no processo produtivo e de beneficiamento da mercadoria e que não são parte integrante dos custos (SOUZA; BORINELLI, 2012). Complementado, Costa, Ferreira e Saraiva Jr. apontam que a utilização das taxas de marcação é responsável, em muitos casos, por assegurar que a comercialização das mercadorias ocorra de forma eficaz no sentido de garantir lucratividade à organização (COSTA; FERREIRA; SARAIVA JR., 2010).

Segundo Assef, a aplicação do *mark-up* ocorre em níveis elevados, sendo muito popularizada como critério de formação de preços, principalmente no comércio (ASSEF, 2015). Nesse sentido, Chiavenato complementa que “o importante é

conhecer os vários *mark-ups* das diferentes etapas de distribuição para calcular o preço final do produto, a fim de mantê-lo competitivo.” (CHIAVENATO, 2007, p. 211).

Dessa forma, é possível notar a importância da utilização das taxas de marcação como objeto complementar na formação e aplicação dos preços de venda da entidade. Os *mark-ups* apresentam-se como ferramentas capazes de assegurar a obtenção de lucratividade da organização pois através deles o gestor da entidade pode aplicar um percentual desejado, que seja atrativo tanto para seus investidores como para o mercado consumidor.

2.4 ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO

O cenário mercadológico em que se encontra a atual economia exige dos gestores que os mesmos utilizem-se de ferramentas capazes de fornecer pareceres que os auxiliem na tomada de decisões, fazendo-as da melhor forma possível, afim de estimular seus índices de lucratividade e fomentar sua participação no mercado. Nesse sentido, surge a função das análises de custo volume lucro.

De acordo com Crepaldi, a relação de custo/volume/lucro é o processo pelo qual os administradores da organização examinam e analisam a correlação que ocorre entre o montante dos custos e a dimensão da atividade operacionalizada, avaliando a forma como os mesmos intervêm nos índices de lucratividade obtidos (CREPALDI, 2010). Nesse âmbito, Marques complementa que a análise custo volume lucro “é um modelo que possibilita prever o impacto, no lucro do período, ou no resultado projetado, de alterações ocorridas no volume vendido, nos preços de venda vigentes e nos valores de custos e despesas.” (MARQUES, 2013, p. 60).

Para Bornia, no momento do planejamento das medidas a serem adotadas pela organização, é necessário que os gestores realizem estimativas acerca do índice de lucratividade esperado. É neste âmbito que o autor fundamenta a importância da aplicação da análise custo volume lucro, em consonância com a aplicabilidade do custeio variável como ferramenta de auxílio na tomada de decisões, principalmente as de curto prazo (BORNIA, 2010).

Nesse sentido, Iudícibus e Mello ressaltam que a interpretação dos dados obtidos na observação da relação custo/volume/lucro é um dos procedimentos mais eficazes para que os gestores possam realizar uma observação da maneira mais adequada para aplicação dos recursos disponíveis (IUDICÍBUS; MELLO, 2013).

Wernke complementa que, “as análises de custo/volume/lucro são modelos que visam demonstrar, de forma gráfica ou matemática, as inter-relações existentes entre as vendas, os custos (fixos ou variáveis), o nível de atividade desenvolvido e o lucro alcançado ou desejado.” (WERNKE, 2004, p. 41).

De acordo com Bruni e Famá, a separação dos custos entre fixos e variáveis é um fator imprescindível para a aplicação da análise custo volume lucro. Os autores mencionam que é a partir desta distinção que os gestores tornam-se capazes de decidir a destinação dos recursos disponíveis, com base na lucratividade almejada (BRUNI; FAMÁ, 2012). No mesmo âmbito, Cardoso Neto indica que nesta análise são aplicados os conceitos de custo fixo, o qual não se altera conforme o montante produzido, custo variável, que apresenta modificação de acordo com o volume de produção e custo semi-variável, que demonstra variação apenas em uma determinada parcela de seu valor, de acordo com alterações na quantidade produzida (CARDOSO NETO, 2007).

Crepaldi aponta que a importância da execução das análises de custo volume lucro está fundamentada no sentido da mesma ser capaz de apontar a melhor decisão a ser tomada sobre a manutenção ou não da comercialização de determinado produto na entidade, determinação de lucros e no estímulo à contenção de gastos. O autor indica ainda que esta análise é importante ferramenta de controle, uma vez que a mesma está relacionada com o desenvolvimento de orçamentos, que irão balizar a execução de investimentos (CREPALDI, 2010).

Segundo Wernke, o desenvolvimento de uma análise custo volume lucro fornece pareceres capazes de explicitar qual será o comportamento do lucro em determinadas situações, como alterações dos custos, variação do montante comercializado pela entidade, bem como modificações relativas aos valores de comercialização de mercadorias. O autor enfatiza a necessidade do estudo de terminologias relativas à análise das relações de custo volume lucro, ilustrados pelos conceitos de margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança (WERNKE, 2004).

Segundo Carmo, a margem de contribuição é obtida pelo cálculo da diferença entre as receitas obtidas pela comercialização de determinada mercadoria e os seus respectivos custos (CARMO, 2011). Wernke complementa que a margem de contribuição é “o valor resultante da venda de uma unidade, após deduzidos os custos

e despesas variáveis associados aos produto comercializado.” (WERNKE, 2004, p. 42). Nesse sentido, para Ferreira,

A Margem de Contribuição é a chave do conceito da análise Custo-Volume-Lucro. Ela representa o valor da diferença entre a receita menos o custo variável que contribuirá para cobrir os custos fixos. Uma vez cobertos os custos fixos, o valor desta diferença é denominado lucro operacional. (FERREIRA, 2007, p. 44).

Quanto ao ponto de equilíbrio, Martins aponta que o mesmo é proveniente da análise comparativa dos valores relativos à totalidade de custos e despesas em confrontação ao montante de receita absoluta, a qual evidencia o índice no qual determinado item opera sem fornecer lucros ou prejuízos à organização (MARTINS, 2010). Ainda sob este aspecto, Fonseca aponta que,

Pode-se definir o ponto de equilíbrio como o lugar algébrico e geométrico onde as receitas totais se igualam aos custos totais da empresa. Nesse sentido, o ponto de equilíbrio da empresa não apresenta nem lucro nem prejuízo, acima desse ponto a empresa começa a ter lucro e, abaixo do ponto, prejuízo. (FONSECA, 2012, p. 93).

De acordo com Wernke, o ponto de equilíbrio aponta o montante de comercialização necessário à empresa para que a mesma tenha capacidade de saldar seus custos e despesas, porém sem fornecer lucratividade. O autor menciona ainda que a análise do ponto de equilíbrio figura como um fator importante a ser considerado pelos gestores para a tomada de decisões relativas à lucratividade almejada pelos acionistas (WERNKE, 2004). Ainda sobre o ponto de equilíbrio, Yasumura complementa que,

A análise do resultado através desta ferramenta permite ao gestor avaliar o impacto da utilização dos meio econômicos na atividade da empresa. A estratégia e a política operacional são conduzidas segundo a simulação do lucro, considerando as variações dos custos decorrentes do volume da venda. (YASUMURA, 2014, p. 78)

O ponto de equilíbrio pode ser contábil, econômico ou financeiro. Crepaldi expõe que o ponto de equilíbrio contábil é aquele no qual o montante existente é capaz de sanar completamente os custos e despesas fixas. Quanto ao ponto de equilíbrio econômico, o autor menciona que o mesmo é obtido quando a empresa deseje

confrontar e manifestar o seu resultado frente à taxa de atratividade que o cenário financeiro expõe ante aos recursos aplicados. Finalizando, o autor indica que o ponto de equilíbrio financeiro é expresso através do montante de comercialização necessária para que a organização tenha capacidade de saldar seus débitos financeiros (CREPALDI, 2010).

Em relação à margem de segurança, Wernke expõe que a mesma é representada pelo montante das vendas superior ao ponto de equilíbrio. Nesse sentido o autor indica que a margem de segurança evidencia o decréscimo aceitável nas vendas antes que ocorra detrimento à lucratividade da organização (WERNKE, 2004). Nesse sentido, Garrison, Noreen e Brewer complementam que, “a margem de segurança é o montante de vendas orçado ou efetivo acima do volume de vendas do ponto de equilíbrio. É o valor no qual as vendas podem cair antes de serem incorridas como prejuízo.” (GARRISON; NOREEN; BREWER, 2013, p. 201).

De forma conclusiva, Galvão et. al. evidenciam a importância de que, no momento em que for estipular a sua margem de segurança, a organização tenha a consciência de seu posicionamento no mercado, considerando as possibilidades de recebimento de suas vendas. Tal fator é responsável para que a mesma possa trabalhar com uma margem segura e favorável, colaborando com a manutenção de seus lucros (GALVÃO et. al., 2008). Para a aplicação da análise custo volume lucro, na Ilustração 4, serão demonstradas as fórmulas utilizadas para o cálculo da margem de contribuição, do ponto de equilíbrio e da margem de segurança, inspiradas pela teoria de Crepaldi.

Margem de Contribuição	$MC=pv-dv-cv$
Ponto de Equilíbrio	$PE= cdf/mc$
Margem de Segurança	$MS=RT-RPE/RT$

Ilustração 4: Fórmulas da Análise Custo Volume Lucro

Fonte: Adaptado de Crepaldi (2010)

Diante do exposto, nota-se que a análise custo volume lucro configura-se como um fator de alta relevância no ambiente organizacional, diante da sua capacidade de apontar a movimentação ideal dos negócios da organização para que a mesma mantenha sua capacidade de pagamento para com seus fornecedores e opere com índices de lucratividade dentro dos patamares esperados pelos acionistas. A análise apropriada das relações de custo/volume/lucro, complementada pela formação adequada dos preços e da gestão eficiente dos custos da organização, fornecem à

organização importante diferencial competitivo, considerando o atual cenário mercadológico, o qual encontra-se em constante transformação.

3 DIAGNÓSTICO E ANÁLISE

Visando demonstrar a forma mais adequada dos gestores portarem-se ante a gestão de custos na entidade em estudo, torna-se necessária a observação inicial das mercadorias comercializadas pela empresa bem como dos serviços prestados. Tal análise é responsável por elucidar o montante dispendido para a aquisição dos produtos em estoque, os valores de custos agregados no processo de beneficiamento e o posterior valor venal destes.

Inicialmente, a coleta de dados ocorre com a observação das notas fiscais de aquisição de urnas fúnebres e coroas, analisando os custos inerentes a este processo. Com isso, serão observadas as movimentações relativas ao ano de 2015, avaliando tanto os processos de entrada como de saída das mercadorias, em paralelo com o número de casos atendidos no período.

Objetivando apontar a preço ideal de venda das mercadorias para a obtenção da lucratividade esperada pelos gestores, ocorre a aplicação do custeio por absorção. Além de ser o único sistema de custeio aceito pela legislação vigente, o custeio por absorção será responsável por alocar todos os custos e despesas relativos à operação para o preço final das mercadorias, garantindo, desta forma, que os mesmos operem com margens favoráveis no sentido da busca pela elevação dos lucros.

Por tratar-se de empresa familiar, a formulação do preço de venda da entidade vinha sendo feita com a aplicação de uma margem sobre o custo dos produtos julgada favorável pelos gestores. Tal atitude muitas vezes prejudica o desempenho da organização, uma vez que itens adjacentes acabam por não serem considerados na formulação dos preços, diminuindo dessa forma a real lucratividade da operação. Neste sentido, faz-se importante a utilização das taxas de marcação para a eficiente apresentação do preço de venda adequado das mercadorias, em consonância com o desenvolvimento da análise custo volume lucro, responsável por evidenciar o índice operacional necessário para que a entidade opere com garantia de lucratividade.

Desta forma, considerando o fato da inexistência de prévia gestão de custos na entidade, este trabalho justifica-se e fundamenta-se como diferencial administrativo no atual cenário competitivo, objetivando a diminuição do montante de dispêndios e a elevação dos índices de lucratividade. A aplicação do estudo e suas respectivas análises é responsável ainda por apontar quais as opções e medidas mais vantajosas na análise de fornecedores e concorrentes.

3.1 URNAS FÚNEBRES: APRESENTAÇÃO DAS MERCADORIAS E CUSTOS

No cenário operacional da Funerária Mallmann, a comercialização de urnas fúnebres e coroas surge como principal atividade, juntamente com a prestação dos serviços inerentes às ocorrências. Quanto ao custo dos serviços prestados mediante cada ocorrência, os mesmos possuem valor fixo de R\$ 200,00.

Segundo entrevista com o proprietário, as urnas fúnebres são adquiridas de dois diferentes fornecedores, dispondo à comercialização 11 modelos de urnas. As mesmas apresentam-se desde linhas mais populares até os chamados modelos luxo, caracterizados pela utilização de material nobre em sua fabricação, como madeiras de alto nível e tecidos superiores, como cetim e seda.

Durante as visitas efetuadas à empresa, obtiveram-se informações pertinentes acerca dos fornecedores de mercadorias. Sob este aspecto, o proprietário salientou que um deles, abordado neste estudo como Fornecedor “A”, trata-se de uma indústria da cidade de Constantina – RS, a qual atua há mais de 10 anos no ramo fúnebre e é responsável pelo fornecimento de 7 modelos de urnas. Devido ao fato da cidade de Constantina situar-se há cerca de 247 km de Cândido Godói, ocorre um ligeiro acréscimo no custo das mercadorias adquiridas deste fornecedor, representada por um valor mais elevado do frete.

Conforme afirma o responsável pela empresa, o outro fornecedor de urnas da Funerária Mallmann, indicado como Fornecedor “B” no presente trabalho, trata-se de uma empresa também da cidade de Constantina, a qual está presente no mercado fúnebre desde o ano de 1990. O fornecedor “B” produz 4 modelos de urnas comercializados pela empresa, e possui como principal diferencial o fato de fornecer a urna chamada “Super Luxo”, caracterizada por ser produzida com os materiais mais nobres do mercado, desenvolvida com design inovador e exclusivo, capacitando, dessa forma, a oferta de um produto diferenciado ao mercado.

Corroborando com a teoria de Schier, que salienta da importância da explicitação de custos, após a coleta e mensuração dos dados acima mencionados, pôde-se realizar a subscrição dos custos relativos a cada modelo de urna (SCHIER, 2006). Tais dados serão expostos na Tabela 1, a seguir, apontando os valores executados no ano de 2015, indicando uma média de valor anual, obtida através dos valores individuais mensais.

Tabela 1

Relação de Custos - Urnas Fúnebres

Modelo	Fornecedor	Linha	Custo
Modelo 1	Fornecedor "A"	Básica	R\$ 485,00
Modelo 2	Fornecedor "A"	Básica	R\$ 575,00
Modelo 3	Fornecedor "A"	Intermediária	R\$ 715,00
Modelo 4	Fornecedor "A"	Intermediária	R\$ 725,00
Modelo 5	Fornecedor "A"	Intermediária	R\$ 790,00
Modelo 6	Fornecedor "A"	Luxo	R\$ 950,00
Modelo 7	Fornecedor "A"	Luxo	R\$ 980,00
Modelo 8	Fornecedor "B"	Super Luxo	R\$1800,00
Modelo 9	Fornecedor "B"	Básica	R\$ 599,99
Modelo 10	Fornecedor "B"	Intermediária	R\$749,99
Modelo 11	Fornecedor "B"	Luxo	R\$ 1100,00

Fonte: Produção do Pesquisador

Cabe ressaltar que o proprietário da funerária apontou que a diferença de preços percebida entre os variados modelos de urnas ocorre devido aos materiais com os quais as mesmas foram produzidas. Os modelos de nível básico caracterizam-se por serem desenvolvidos de materiais mais acessíveis, como MDP (*Medium Density Particleboard*) e eucalipto, enquanto os modelos de nível intermediário costumam ser confeccionados de cedrinho e pinus. Por outro lado, as peças que pertencem às linhas Luxo e Super Luxo utilizam-se de madeiras nobres, como imbuia e cerejeira, além de portarem tecidos como cetim e seda em seu desenvolvimento.

3.2 COROAS: APRESENTAÇÃO DAS MERCADORIAS E CUSTOS

A aquisição das coroas a serem comercializadas na Funerária Mallmann ocorre de variados fornecedores provenientes de diversas cidades, os quais realizam visitas periódicas à empresa, os chamados "viajantes". No entanto, para a realização do presente estudo, serão considerados apenas dois tipos de coroas, as quais são adquiridas mensalmente de fornecedor fixo e apresentam maior comercialização em relação aos outros modelos.

A primeira coroa a ser considerada (Modelo A) que, segundo informações do responsável pela entidade, caracteriza-se por ser de tamanho mediano e é adquirida em diversas cores pela entidade. A coroa do Modelo B é de tamanho maior, produzida com materiais de qualidade elevada. Ambos os itens são adquiridos do mesmo

fornecedor, situado na cidade de Cunha Porã – SC, o qual é responsável ainda pelo fornecimento de outros itens utilizados pela empresa, como vestimentas, véus, artigos de preparação, lâmpadas, livros de presença, entre outros.

Os custos relativos a estes modelos de coroas foram observados nos anos de 2014 e 2015, e serão expostos na tabela 2, a seguir, evidenciando ainda a variação percentual ocorrida. Tais dados foram obtidos por meio de entrevista com o gestor da organização. Com isto, torna-se possível observar o aumento efetivo do preço de compra dos mesmos, embasado nos índices inflacionários do período.

Tabela 2

Relação de Custos - Coroas

Relação de Custos – Coroas			
Modelo	Custo		Variação %
	2014	2015	
Modelo 1	R\$ 90,85	R\$ 92,00	1,27%
Modelo 2	R\$ 126,00	R\$ 138,00	9,52%

Fonte: Produção do Pesquisador

A partir das observações feitas nas visitas da acadêmica à empresa, pode-se constatar que os gestores realizavam a formação dos preços de venda das coroas aplicando um percentual sobre o custo de aquisição das mesmas. Dessa forma, não eram observadas as incisões de impostos e nem as outras despesas relativas às operações, não evidenciando, assim, a real lucratividade incorrida na comercialização, o que reforça o pensamento de autores como Leão (2008), evidenciado nos dados teóricos deste estudo.

3.3 DEMONSTRATIVO DAS DESPESAS E RECEITAS APURADAS

Conforme mencionado no referencial teórico, corroborando com a teoria de Ribeiro, todo o contexto operacional das empresas implica na geração de custos, receitas e despesas. As despesas são dispêndios relativos ao âmbito comercial e administrativo da organização, enquanto os custos referem-se a produção de mercadorias, ou, como no caso específico deste estudo, à aquisição das mercadorias, figurando como o custo das mercadorias vendidas. Sob o mesmo aspecto, as receitas

indicam a entrada de valor monetário proveniente da comercialização ou da prestação de serviços efetuadas pela entidade.

A seguir, será apresentada a Tabela 3, responsável por evidenciar o montante da ocorrência das despesas fixas e variáveis, os quais foram obtidos por meio de entrevista com o responsável pela empresa. Tais valores serão expressos em uma soma relativa aos 12 meses do ano de 2015. No entanto, o percentual anual obtido ilustra também o percentual de ocorrência mensal. Como despesas fixas, serão apontados os valores relativos à luz, telefone, internet, pró-labore e depreciação de veículos, enquanto os valores do SIMPLES Nacional, pagos pela entidade, apresentam-se como despesas variáveis, pois alteram-se de acordo com o faturamento. Cabe ressaltar que o valor relativo a conta de luz trata-se de 30% do valor da efetiva conta de energia elétrica do local, uma vez que a empresa encontra-se em um anexo da residência de seus proprietários, dessa forma não há separação do consumo de energia em duas faturas distintas.

Tabela 3

Despesas Fixas e Variáveis

Despesas Fixas	Valor	Percentual Sobre o Faturamento
Luz	R\$ 765,11	0,70%
Telefone	R\$ 479,09	0,44%
Internet	R\$ 720,00	0,66%
Pró-Labore	R\$ 48000,00	43,81%
Depreciação de Veículos	R\$ 10000,00	9,13%
TOTAL	R\$ 59964,20	54,74%
Despesas Variáveis	Valor	Percentual Sobre o Faturamento
SIMPLES Nacional	R\$ 6.061,66	5,53%

Fonte: Produção do Pesquisador

Em relação à depreciação de veículos evidenciada na Tabela 3, esta refere-se ao veículo GM – Chevrolet S10 Pick-Up Advantage 2.4 MPFI F.Power CS, ano 2011, com valor de R\$ 50.000,00, de acordo com a tabela FIPE, considerando as modificações efetuadas para que a mesma fosse capacitada para uso profissional, a qual apresenta depreciação anual de 20%. Quanto as receitas, as mesmas serão evidenciadas na Tabela 4, exposta a seguir. Neste sentido, o montante das receitas relativas à comercialização de mercadorias será demonstrado mensalmente para a

melhor compreensão da sua ocorrência, apontando dessa forma as receitas ocorridas de janeiro a dezembro de 2015, bem como o percentual que cada mês representa no valor total percebido no período em análise.

Tabela 4

Faturamento

Mês	Receita	Percentual %
Janeiro	R\$ 1950,00	1,78%
Fevereiro	R\$ 12060,00	11,00%
Março	R\$ 4030,00	3,68%
Abril	R\$ 4565,00	4,17%
Maio	R\$ 10310,00	9,41%
Junho	R\$ 7160,00	6,54%
Julho	R\$ 12125,00	11,07%
Agosto	R\$ 5640,00	5,15%
Setembro	R\$ 20940,00	19,11%
Outubro	R\$ 21715,00	19,82%
Novembro	R\$ 1490,00	1,36%
Dezembro	R\$ 7575,00	6,91%
TOTAL	R\$ 109560,00	100%

Fonte: Produção do Pesquisador

Diante da observação da Tabela 4, pode-se constatar que os índices de faturamento apresentam elevada sazonalidade, não sendo distribuídos de maneira uniforme. Este aspecto é demonstrado, por exemplo, quando, em alguns meses, como no caso de setembro e outubro em 2015, contribuíram com mais de 19% do faturamento total auferido, janeiro e novembro, por exemplo, representaram menos de 2% deste.

Dessa forma, nota-se com a apresentação das receitas e despesas relativas ao exercício de 2015, que as despesas possuem considerável representatividade percentual em relação ao faturamento total, figurando o Pró-Labore, de R\$ 4.000,00 mensais, como a despesa mais expressiva. Em relação às receitas, o fato destas apresentarem significativa variação mensal expõe a necessidade da manutenção de capital de giro para que a empresa possa arcar com seus compromissos nos meses de menor receita, o que valida o referencial de Damasceno e Avalca (2015), mencionados neste estudo.

3.4 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Todas as empresas, independente do setor ao qual pertençam, seja indústria, comércio ou prestação de serviços, precisam elaborar precisamente os seus preços de venda. Este aspecto corrobora com a visão de Martins, no sentido de que tal ponto faz-se necessário uma vez que, tanto a utilização de preço demasiadamente elevados como a aplicação de preços inferiores aos ideais são prejudiciais ao seu desempenho (MARTINS, 2010).

Caso a gestão de custos combinada com a formação de preços de venda da organização seja ineficiente e a mesma aplique preços elevados demais, a organização corre o risco de perder mercados, pois acaba praticando preços acima de seus concorrentes. Da mesma forma, a composição de valores de venda inferiores ao ideal acarreta à entidade que a mesma prejudique seu desempenho e acabe não arrecadando fundos suficientes para cobrir suas despesas. Tais dados respaldam-se no referencial de autores como Bruni (2008) e Wernke (2004), por exemplo.

Neste sentido, surge a importância da utilização das taxas de marcação como ferramentas imprescindíveis na formação ideal dos preços. As taxas de marcação, ou *mark-ups*, tratam-se de margens pelas quais os custos do produtos são divididos, e através desta exposição obtém-se o valor ideal de venda dos produtos. Dessa forma, no presente trabalho será utilizado o *mark-up divisor*. O valor a ser considerado como margem surge através da soma dos percentuais de impostos incorridos sobre a comercialização da mercadoria com o percentual de lucro esperado pelos proprietários, o que corrobora com a teoria de Garrison, Noreen e Brewer (2013).

Na Tabela 5 serão evidenciados os valores obtidos através da aplicação da taxa de marcação aos custos de compra das mercadorias. No caso da empresa em estudo, o percentual tributário do SIMPLES Nacional é de 6%, o lucro esperado pelos administradores é de 5% e as despesas fixas representam 54,74% do faturamento. Desta forma, o *mark-up divisor* será de 0,3426. A seguir, na Tabela 5, estão expostos os preços ideais de venda de cada uma das urnas fúnebres, obtido através do *mark-up divisor*, bem como a demonstração do cálculo efetuado, correlacionando-se com os preços de venda que vinham sendo praticados pela empresa, mencionando ainda os custos referentes a aquisição de cada um dos modelos das urnas em análise neste estudo.

Tabela 5

Formação do Preço de Venda – Urnas Fúnebres

Modelo	Cálculo	Custo	PV Sugestivo	PV Praticado
Modelo 1	485/0,3426	R\$ 485,00	R\$ 1.415,65	R\$ 1.500,00
Modelo 2	575,00/0,3426	R\$ 575,00	R\$ 1.678,34	R\$ 1.700,00
Modelo 3	715,00/0,3426	R\$ 715,00	R\$ 2.086,98	R\$ 2.200,00
Modelo 4	725,00/0,3426	R\$ 725,00	R\$ 2.116,17	R\$ 2.250,00
Modelo 5	790,00/0,3426	R\$ 790,00	R\$ 2.305,90	R\$ 2.300,00
Modelo 6	950,00/0,3426	R\$ 950,00	R\$ 2.772,91	R\$ 2.600,00
Modelo 7	980,00/0,3426	R\$ 980,00	R\$ 2.860,48	R\$ 2.750,00
Modelo 8	1800,00/0,3426	R\$1800,00	R\$ 5.253,94	R\$ 5.000,00
Modelo 9	599,99/0,3426	R\$ 599,99	R\$ 1.751,28	R\$ 1.800,00
Modelo 10	749,99/0,3426	R\$749,99	R\$ 2.189,11	R\$ 2.100,00
Modelo 11	1100,00/0,3426	R\$ 1100,00	R\$ 3.210,74	R\$ 3.000,00

Fonte: Produção do Pesquisador

Com a formação do preço de venda ideal através das taxas de marcação, é possível traçar um comparativo entre os preços obtidos nos cálculos e os preços efetivamente aplicados, o que corrobora com as teorias de Assef (2015). Para a melhor visualização e compreensão destes dados, os mesmos serão expostos em forma de gráfico, na Ilustração 5, a seguir.

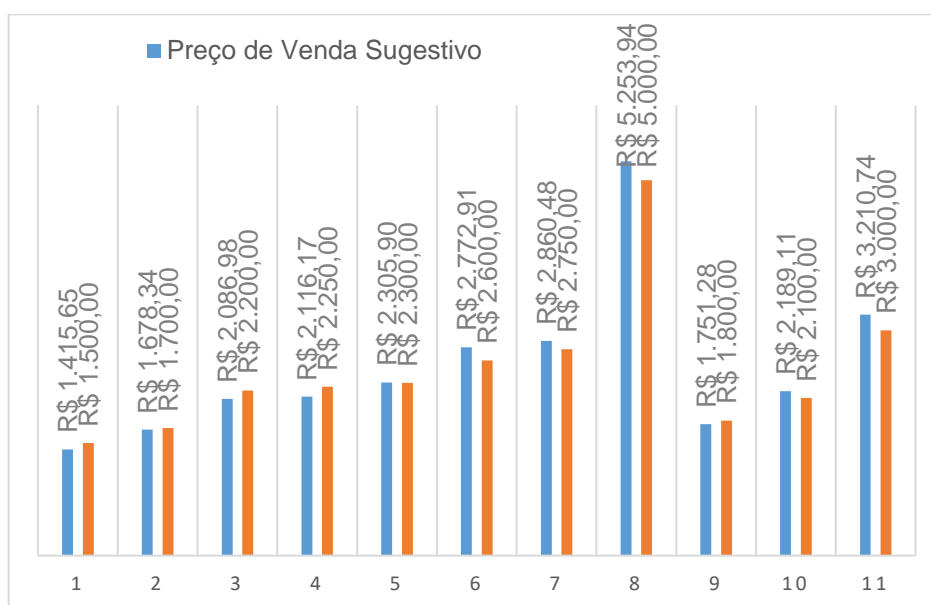


Ilustração 5: Comparativo Entre Preço Sugestivo e Preço Praticado – Urnas

Fonte: Produção do Pesquisador

Dessa forma, analisando a ilustração 5, pode-se perceber que, em alguns produtos, a organização vem praticando preços inferiores ao ideais indicados com a

aplicação das taxas de marcação. A ocorrência deste fato pode ser explicada pela inexistência de prévia gestão de custos por parte dos administradores, uma vez que os preços eram formulados apenas segundo a sua compreensão, sem de fato utilizarem-se de técnicas contábeis para fazê-lo, respaldando a teoria de Souza e Borinelli (2012). No entanto, o caso dos produtos em que o preço usual de comercialização é superior ao preço sugestivo é decorrente do fato de que a organização é a única do ramo no município, dessa forma, não ocorrem pesquisas de preço por parte dos clientes, os quais acabam por aceitar os preços indicados pela empresa.

Da mesma forma que os preços praticados na comercialização das urnas vêm sendo formulados através da compreensão dos gestores da organização, as coroas também têm seu valor venal proveniente de aplicação de percentual julgado favorável pelos mesmos. Neste sentido, fez-se necessário que o pesquisador aplicasse o *mark-up* divisor para indicar o ideal preço de venda das mercadorias. No entanto, na comercialização de coroas os gestores almejam lucro de 3%, dessa forma, o mark-up aplicado será de 0,3626. Os valores obtidos com estes cálculos serão expostos na tabela 6, a seguir.

Tabela 6

Formação do Preço de Venda – Coroas

Modelo	Cálculo	Custo	Preço de Venda
Modelo 1	92,00/0,3626	R\$ 92,00	R\$ 253,72
Modelo 2	138,00/0,3626	R\$ 138,00	R\$ 380,58

Fonte: Produção do Pesquisador

Esta formulação incorreta dos preços faz com que os resultados da entidade não apresentem-se de forma correta, uma vez que os gestores acreditam estar trabalhando com altos lucros, quando, no entanto, os preços utilizados eram apenas suficientes para arcar com os custos, as despesas e os impostos incidentes, fornecendo uma lucratividade inferior à esperada, o que corrobora com a teoria de Crepaldi. Tais dados poderão ser melhor compreendidos com a Tabela 7, a seguir, a qual irá expor um comparativo entre o valor do lucro que vinha sendo obtido na venda das mercadorias frente ao lucro que os preços apontados pela taxa de marcação serão capazes de fornecer, bem como de seus respectivos valores de custos, despesas e impostos.

Tabela 7

Valores Relativos a Cada Percentual que Forma o PV - Urnas

Preço Atual						
Modelo	Preço (R\$)	SIMPLES Nacional (R\$)	Desp. Fixas (R\$)	Custo (R\$)	Lucro (R\$)	Percentual de Lucro
1	1.500,00	90,00	821,10	485,00	103,90	6,93%
2	1.700,00	102,00	930,58	575,00	92,42	5,44%
3	2.200,00	132,00	1.204,28	715,00	148,72	6,76%
4	2.250,00	135,00	1.231,65	725,00	158,35	7,04%
5	2.300,00	138,00	1.259,02	790,00	112,98	4,91%
6	2.600,00	156,00	1.423,24	950,00	70,76	2,72%
7	2.750,00	165,00	1.505,35	980,00	99,65	3,62%
8	5.000,00	300,00	2.737,00	1.800,00	163,00	3,26%
9	1.800,00	108,00	985,32	599,99	106,69	5,93%
10	2.100,00	126,00	1.149,54	749,99	74,47	3,55%
11	3.000,00	180,00	1.642,20	1.100,00	77,80	2,59%
Média de Lucratividade						4,79%
Preço Suggestivo						
Modelo	Preço (R\$)	SIMPLES Nacional (R\$)	Desp. Fixas (R\$)	Custo (R\$)	Lucro (R\$)	Percentual de Lucro
1	1.415,65	84,94	774,93	485,00	70,78	5,00%
2	1.678,34	100,70	918,72	575,00	83,92	5,00%
3	2.086,98	125,22	1.142,41	715,00	104,35	5,00%
4	2.116,17	126,97	1.158,39	725,00	105,81	5,00%
5	2.305,90	138,35	1.262,25	790,00	115,30	5,00%
6	2.772,91	166,37	1.517,89	950,00	138,64	5,00%
7	2.860,48	171,63	1.565,83	980,00	143,02	5,00%
8	5.253,94	315,24	2.876,01	1.800,00	262,70	5,00%
9	1.751,28	105,08	958,65	599,99	87,56	5,00%
10	2.189,11	131,35	1.198,32	749,99	109,45	5,00%
11	3.210,74	192,64	1.757,56	1.100,00	160,54	5,00%

Fonte: Produção do Pesquisador

Conforme é perceptível, apenas alguns modelos de urnas apresentam lucratividade percentual de acordo com a esperada pelos gestores, como é o caso das urnas de modelos 1,3 e 4, por exemplo, enquanto outras urnas apresentam lucratividade inferior, conforme ilustram os modelos 6,7 e 11, por exemplo. Nota-se que a urna modelo 11 fornece o menor percentual de lucro à entidade, com um percentual de lucro 2,41% inferior ao esperado pelos gestores. De igual forma, observa-se que, calculando uma média da lucratividade fornecida por cada modelo de urna, está foi representada por 4,79% com os preços praticados.

Assim como as urnas, as coroas também foram submetidas à análise responsável por comparar os preços obtidos com o mark-up e os preços pelos quais

as mesmas foram comercializados em 2015. Essa análise será indicada na Ilustração 6, responsável por evidenciar de forma clara a comparação entre tais valores de venda.

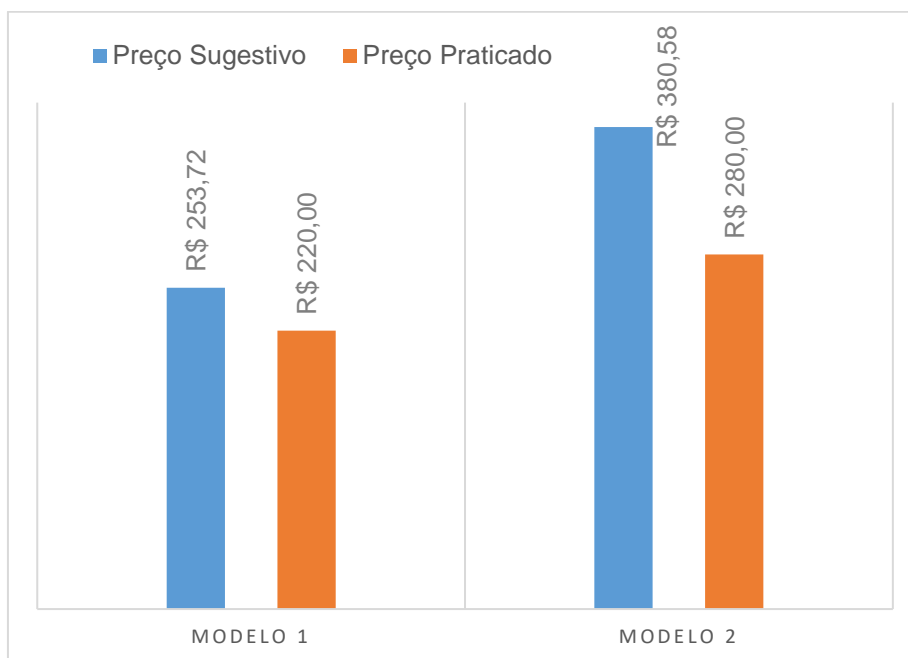


Ilustração 6: Comparativo Entre Preço Sugerido e Preço Praticado – Coroas

Fonte: Produção do Pesquisador

Assim como as urnas, as coroas vêm sendo comercializadas pela empresa a preços inferiores aos ideais. Enquanto o modelo 1 apresenta valor de comercialização R\$ 33,72 inferior ao ideal apontado pelas taxas de marcação, o modelo 2, por sua vez, é vendido por um preço 26,43% inferior ao mínimo necessário para cobrir os percentuais necessários, ou seja, R\$ 100,58 a menos. A seguir, na Tabela 8, será demonstrado o valor efetivo de cada percentual incidente sobre o preço de venda das coroas, tanto no preço que vinha sendo praticado quanto nos valores obtidos com a formação de preço de venda, bem como o efetivo percentual que os gestores vinham obtendo anteriormente, o que permite a observação das vantagens da utilização das metodologias adequadas de formação de preços.

Tabela 8

Valores Relativos a Cada Percentual que Forma o PV - Coroas

Modelo	Preço Sugerido	
	1	2
Preço	R\$ 253,72	R\$ 380,58
SIMPLES	R\$ 15,22	R\$ 22,83
Despesas	R\$ 138,89	R\$ 208,33

Custo	R\$ 92,00	R\$ 138,00
Lucro	R\$ 7,61	R\$ 11,42
% de Lucro	3%	3%
Preço Atual		
Modelo	1	2
Preço	R\$ 220,00	R\$ 280,00
SIMPLES	R\$ 13,20	R\$ 16,80
Despesas	R\$ 120,43	R\$ 153,27
Custo	R\$ 92,00	R\$ 138,00
Lucro	-R\$ 5,63	-R\$ 28,07
% de Lucro	Prejuízo	Prejuízo

Fonte: Produção do pesquisador

Com a observação da Tabela 8 pode-se constatar que os preços que vêm sendo praticado pela organização não estão fornecendo lucratividade à entidade, uma vez que, conforme exposto, a comercialização destes dois produtos ocorre com prejuízo. Isto ocorre devido a práticas inadequadas para a formação dos preços de venda, uma vez que os mesmos são formulados somente aplicando uma margem julgada favorável, sem seguir, desta forma, as teorias pertinentes acerca deste assunto.

Em consonância com as teorias de Wernke, tal necessidade fundamenta-se no fato de que, através das técnicas de formação do preço de venda, como as taxas de marcação, as receitas provenientes da comercialização serão eficientes tanto no fornecimento dos percentuais de lucratividade esperados pelos proprietários como no correto cumprimento de suas obrigações, como o pagamento das despesas e a cobertura dos custos inerentes ao processo (WERNKE, 2004).

3.5 APLICAÇÃO DA ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO

Assim como a utilização dos *mark-ups*, a análise custo volume lucro figura como um importante diferencial gerencial no atual mercado competitivo, pois através dela os gestores conseguem vislumbrar um parecer efetivo do cenário aonde estão inseridos. Isto se deve ao fato de que a mesma é responsável por apontar as medidas e o grau de produção/comercialização necessários para que a entidade atue de forma a sanar com sucesso a ocorrência de suas despesas comerciais bem como fornecer os índices de lucratividade esperados.

Figurando como um estudo financeiro, a análise custo volume lucro, ao relacionar a lucratividade da empresa com seu respectivo volume de produção, aponta

as melhores decisões a serem tomadas, tanto no sentido de novos investimentos como em relação à manutenção ou não de determinadas atividades, o que corrobora com as teorias de Ludícibus e Mello (2013). A margem de contribuição é um dos indicadores econômico-financeiros mais efetivos da organização, uma vez que aponta o montante da venda de cada mercadoria que contribuirá para a cobertura de todos os custos e despesas fixas com consoante geração de lucros. Obtida através da subtração entre os custos e despesas variáveis e o preço de venda, na Tabela 9, a seguir, serão evidenciadas as margens de contribuição relativas a cada uma das urnas em análise.

Tabela 9

Margem de Contribuição - Urnas - Preço Sugestivo

Margem de Contribuição – Preço Sugestivo				
Modelo	Preço de Venda	Desp. Variáveis	Custo	MC=pv-dv-cv
1	R\$ 1.415,65	R\$ 84,94	R\$ 485,00	R\$ 845,71
2	R\$ 1.678,34	R\$ 100,70	R\$ 575,00	R\$ 1.002,64
3	R\$ 2.086,98	R\$ 125,22	R\$ 715,00	R\$ 1.246,76
4	R\$ 2.116,17	R\$ 126,97	R\$ 725,00	R\$ 1.264,20
5	R\$ 2.305,90	R\$ 138,35	R\$ 790,00	R\$ 1.377,55
6	R\$ 2.772,91	R\$ 166,37	R\$ 950,00	R\$ 1.656,54
7	R\$ 2.860,48	R\$ 171,63	R\$ 980,00	R\$ 1.708,85
8	R\$ 5.253,94	R\$ 315,24	R\$ 1.800,00	R\$ 3.138,70
9	R\$ 1.751,28	R\$ 105,08	R\$ 599,99	R\$ 1.046,21
10	R\$ 2.189,11	R\$ 131,35	R\$ 749,99	R\$ 1.307,77
11	R\$ 3.210,74	R\$ 192,64	R\$ 1.100,00	R\$ 1.918,10

Fonte: Produção do Pesquisador

A margem de contribuição elucidada na tabela acima será utilizada na obtenção do ponto de equilíbrio e da margem de segurança, fundamentais para a execução da análise CVL, correlacionando-se com o referencial teórico de Yasumura (2014). Para auxiliar na compreensão e indicar as melhorias obtidas com a correta formação do preço de venda, na Ilustração 7, a seguir, será demonstrado um comparativo entre as margens de contribuição do preço atual e do preço sugestivo obtido.

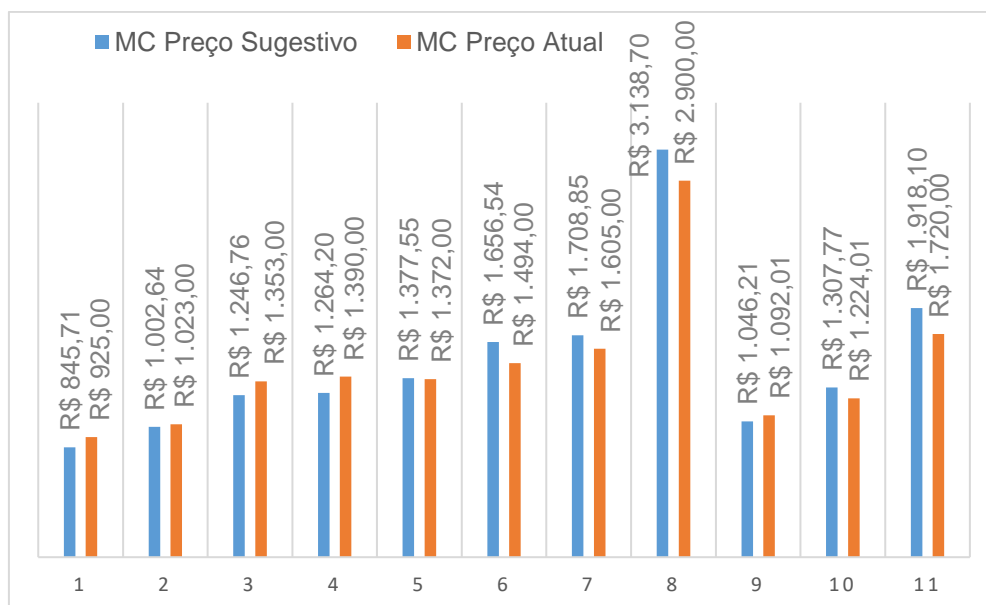


Ilustração 7: Comparativo entre MC do Preço Atual e MC do Preço Suggestivo - Urnas
Fonte: Produção do pesquisador

Com a observação da Ilustração 7 pode-se constatar que o montante da margem de contribuição que a organização deixa de ganhar em função da inadequada formulação dos preços de venda é de, em média, R\$ 37,73. Enquanto que, aplicando os preços atuais em detrimento ao preço suggestivo no Modelo 8, por exemplo, a entidade deixa de faturar R\$ 238,70, tal fato não se repete nos modelos 3 e 4, por exemplo, nos quais os preços que vêm sendo praticados pela organização superam os valores obtidos na formação do preço de venda, em R\$ 106,24 e R\$ 125,80, respectivamente.

Assim como no caso das urnas, é necessário evidenciar as margens de contribuição ocorrentes na comercialização das coroas, para demonstrar a margem existente na venda das coroas. Para isso, a seguir, na Tabela 10, as margens de contribuição do preço suggestivo serão expostas, juntamente com seus respectivos valores relativos tanto a custos como às despesas variáveis, relacionando os mesmos com seus preços de venda obtidos.

Tabela 10

Margem de Contribuição - Coroas– Preço Atual

Margem de Contribuição - Preço Suggestivo				
Modelo	Preço de Venda	Desp. Variáveis	Custo	MC= pv-dv-cv
1	R\$ 253,72	R\$ 15,22	R\$ 92,00	R\$ 146,50
2	R\$ 380,58	R\$ 22,83	R\$ 138,00	R\$ 219,75

Fonte: Produção do Pesquisador

A partir dos valores evidenciados na Tabela 10, com consoante cálculo dos mesmos também relativos ao preço que vinha sendo praticado pelos gestores da entidade pode-se apontar um índice comparativo que representa os valores de lucratividade e cobertura dos custos fixos que a organização deixava de obter com a indevida formulação de preços. Tais dados serão evidenciados na Ilustração 8, a seguir.

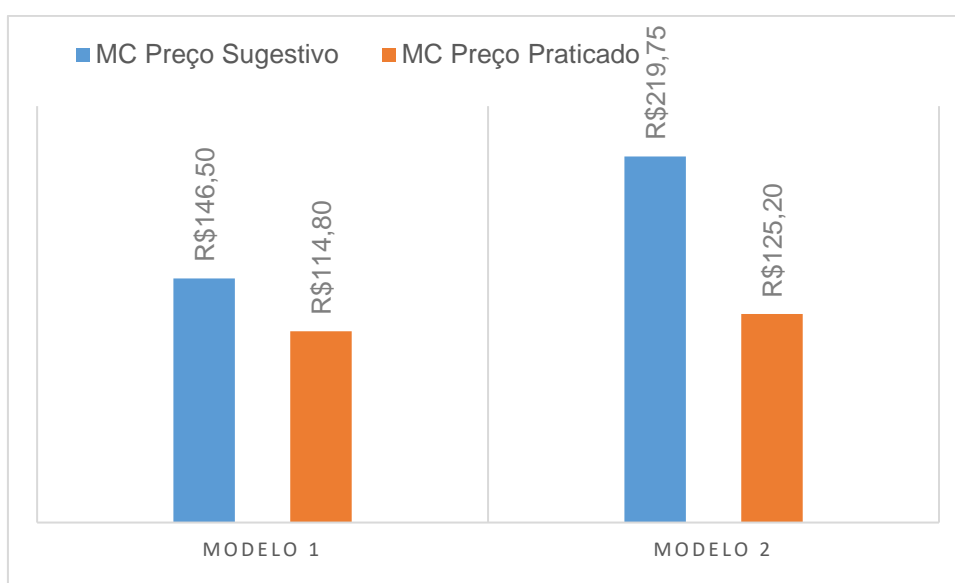


Ilustração 8: Comparativo entre MC do Preço Atual e MC do Preço Sugerido – Coroas

Fonte: Produção do Pesquisador

Após a evidenciação da margem de contribuição é possível apontar o ponto de equilíbrio tanto das urnas como das coroas. Corroborando com a visão de Martins, o ponto de equilíbrio é responsável por indicar o desempenho operacional necessário em que as receitas se equiparam ao montante de custos e despesas. Sob este aspecto, o ponto de equilíbrio é obtido pela divisão dos custos e despesas fixas pela margem de contribuição. Para isso, neste cálculo, foi utilizado 54,74% como percentual de despesas fixas, conforme a tabela 3. Desta forma, na Tabela 11, a seguir, serão demonstrados os pontos de equilíbrio das urnas fúnebres.

Tabela 11

Ponto de Equilíbrio em Valor – Urnas

Ponto de Equilíbrio - Urnas Fúnebres- Preço Atual			
Modelo	CF+DF	MC	PE= cdf/mc
1	R\$ 2.464,53	R\$ 845,71	2,91
2	R\$ 3.723,78	R\$ 1.002,64	3,71
3	R\$ 4.815,13	R\$ 1.246,76	3,86
4	R\$ 2.464,53	R\$ 1.264,20	1,95
5	R\$ 3.777,74	R\$ 1.377,55	2,74
6	R\$ 4.269,45	R\$ 1.656,54	2,58
7	R\$ 3.010,20	R\$ 1.708,85	1,76
8	R\$ 10.943,47	R\$ 3.138,70	3,49
9	R\$ 2.956,24	R\$ 1.046,21	2,83
10	R\$ 2.296,63	R\$ 1.307,77	1,76
11	R\$ 3.286,04	R\$ 1.918,10	1,71

Fonte: Produção do Pesquisador

O valor utilizado como despesa fixa para a obtenção do ponto de equilíbrio é proveniente da observação do percentual ocorrido de vendas de cada modelo em relação ao total das receitas. Este percentual foi aplicado sobre o total de despesas fixas anual, fornecendo, dessa forma, o montante de despesas relativo a cada modelo em análise. Com isso, pode-se observar a quantidade necessária de comercialização de cada modelo para que a operação da entidade ocorra de forma capaz de suprir suas necessidades, corroborando com a obra de Wernke (2004). Para a obtenção do ponto de equilíbrio em valores monetários, é necessário multiplicar o ponto de equilíbrio obtido pelo valor de venda dos produtos. Neste sentido, na Tabela 12, serão expostos os pontos de equilíbrio dos 12 modelos de urnas, em relação ao preço usual que vinha sendo praticado pela organização.

Tabela 12

Ponto de Equilíbrio em Valor – Urnas

Ponto de Equilíbrio em Valor - Urnas				
Modelo	PE em Unidades	Preço de Venda Praticado	PE em Valor	Unidades Vendidas em 2015
1	2,91	R\$ 1.500,00	R\$ 4.371,22	3
2	3,71	R\$ 1.700,00	R\$ 6.313,75	4
3	3,86	R\$ 2.200,00	R\$ 8.496,64	4
4	1,95	R\$ 2.250,00	R\$ 4.386,32	2
5	2,74	R\$ 2.300,00	R\$ 6.307,46	3
6	2,58	R\$ 2.600,00	R\$ 6.701,08	3
7	1,76	R\$ 2.750,00	R\$ 4.844,22	2
8	3,49	R\$ 5.000,00	R\$ 17.433,10	4
9	2,83	R\$ 1.800,00	R\$ 5.086,17	3
10	1,76	R\$ 2.100,00	R\$ 3.687,89	2
11	1,71	R\$ 3.000,00	R\$ 5.139,53	2

Fonte: Produção do Pesquisador

Sob a mesma visão, será evidenciado na Tabela 13, exposta a seguir, o ponto de equilíbrio inerente à comercialização dos dois modelos de coroas em estudo. Para isso, estes dados serão apontados tanto sob o aspecto do ponto de equilíbrio em unidades como do ponto de equilíbrio em valores, ambos relativos aos preços usuais praticados pela entidade, no sentido de apontar a comercialização necessária destes para o bom funcionamento da empresa.

Tabela 13

Ponto de Equilíbrio Coroas - Preço Atual

Ponto de Equilíbrio Coroas - Preço Atual				
Modelo	Desp. Fixas	Margem de Contribuição	PE em UNIDADES	PE em Valor
1	R\$ 2.200,69	R\$ 114,80	19,17	R\$ 4.217,34
2	R\$ 3.639,83	R\$ 125,20	29,07	R\$ 8.140,19

Fonte: Produção do Pesquisador

Outro aspecto a ser considerado na análise custo volume lucro é a margem de segurança. Em consonância com a obra de Garrison, Noreen e Brewer, considera-se que a margem de segurança caracteriza-se por se tratar de um indicador dos riscos da operação, uma vez que a mesma aponta o percentual da atividade que está sendo realizada além do ponto de equilíbrio, ou seja, o nível de segurança que a empresa está obtendo além do cumprimento de suas obrigações de custos e despesas (GARRISON, NOREEN, BREWER, 2013). Neste sentido, a fórmula utilizada para a obtenção da margem de segurança é expressa pela receita total menos a receita do ponto de equilíbrio, ou seja, o ponto de equilíbrio em reais. Dessa forma, a Tabela 14, a seguir, será responsável por evidenciar a margem de segurança das urnas fúnebres obtida através da aplicação dos preços usuais praticados pela entidade, apontando ainda a receita total e a receita no ponto do equilíbrio, necessárias para o cálculo.

Tabela 14

Margem de Segurança – Urnas – Preço Atual

Margem de Segurança – Urnas – Preço Atual

Modelo	Receita Total	Receita no Ponto de Equilíbrio	MS=RT-RPE/RT
1	R\$ 4.500,00	R\$ 4.371,22	2,86%
2	R\$ 6.800,00	R\$ 6.313,75	7,15%
3	R\$ 8.800,00	R\$ 8.496,64	3,45%
4	R\$ 4.500,00	R\$ 4.386,32	2,53%
5	R\$ 6.900,00	R\$ 6.307,46	8,59%
6	R\$ 7.800,00	R\$ 6.701,08	14,09%
7	R\$ 5.500,00	R\$ 4.844,22	11,92%
8	R\$ 20.000,00	R\$ 17.433,10	12,83%
9	R\$ 5.400,00	R\$ 5.086,17	5,81%
10	R\$ 4.200,00	R\$ 3.687,89	12,19%
11	R\$ 6.000,00	R\$ 5.139,53	14,34%

Fonte: Produção do Pesquisador

Diante da observação da Tabela 14, observa-se considerável variação das margens de segurança entre os produtos. Enquanto os modelos 6 e 11, por exemplo, possuem margem superior a 14%, as margens dos modelos 1 e 4 são inferiores a 3%. Tal aspecto pode ser justificado por índices inferiores de comercialização destes produtos em relação aos demais. Assim como observado na teoria de GALVÃO et. al. (2008), considera-se que a margem de segurança é a responsável por indicar o volume no qual as vendas podem diminuir sem que haja prejuízo para a entidade, através dela é possível também observar o percentual de desconto que pode ser aplicado em uma possível negociação, garantindo que a comercialização do produto ocorra de forma eficiente, tanto para a empresa como para seus clientes.

Considerando a importância do cálculo e observação dos índices da margem de segurança para a tomada de decisões no cenário operacional da organização, faz-se necessária a elucidação também das margens de segurança alusivas à comercialização das coroas. Neste sentido, as mesmas serão evidenciadas na Tabela 15, a seguir.

Tabela 15

Margem de Segurança – Coroas – Preço Atual

Margem de Segurança - Coroas - Preço Atual			
Modelo	Receita Total	Receita no Ponto de Equilíbrio	MS=RT-RPE/RT
1	R\$ 2.200,00	R\$ 4.217,34	-91,70%
2	R\$ 3.640,00	R\$ 8.140,19	-123,63%

Fonte: Produção do Pesquisador

Em relação a Tabela 15, observa-se que a representatividade da comercialização das coroas é limitada, uma vez que as mesmas atuam com margem de segurança negativa. Isto pode ser justificado pelo fato de que, conforme indicado na formação do preço de venda as mesmas vêm sendo comercializados com preço significativamente inferior ao adequado. Outro aspecto relevante a ser considerado é o fato de que, efetivamente, apenas a comercialização de urnas agrega valor significativo ao resultado.

Dessa forma, ante a realização da análise custo volume lucro, constata-se que o principal produto da entidade são as urnas, figurando as coroas apenas como um item de comercialização necessária, porém sem contribuir expressivamente na lucratividade da organização. Corroborando com a obra de Crepaldi (2010), observa-se que a análise custo volume lucro é um importante método de diagnóstico do efetivo desempenho da entidade, uma vez que, através dela, decisões importantes, como o investimento em produtos específicos ou a utilização de determinadas técnicas podem ser tomadas com garantias de bons resultados.

4 RECOMENDAÇÕES

Posteriormente à realização do diagnóstico e aplicação das análises apropriadas, torna-se necessária a evidenciação de recomendações pertinentes sugeridas à organização em estudo. Tal fator propõe a aplicação de medidas no sentido de implementar uma eficiente gestão de custos e impulsionar os índices de lucratividade da organização, contribuindo para a melhoria do resultado operacional da entidade.

Inicialmente, identificou-se que, devido a técnicas inapropriadas de mensuração de despesas e custos, os mesmos vêm sendo apurados de forma incorreta. Enquanto os gestores consideram apenas os valores referentes à aquisição das mercadorias para as formulações de preços, os estudiosos mencionados no referencial teórico, como Ribeiro e Bornia, evidenciam a importância da adequada diferenciação de despesas e custos, estes em diretos, indiretos, fixos e variáveis, para que os preços de venda sejam realmente formulados de forma adequada. Com isso, os resultados que vinham sendo obtidos pela empresa não eram efetivos, ou seja, enquanto os gestores acreditavam estar auferindo altos índices de lucratividade, algumas mercadorias estavam gerando apenas prejuízo para a organização. Neste sentido, sugere-se que a empresa implemente um sistema de apuração eficiente de custos individualizados de cada produto, seguindo as teorias pertinentes, com a utilização de planilhas, por exemplo.

Em relação aos preços de venda das urnas, a utilização das taxas de marcação apontou que, os modelos 5, 6, 7, 8 10 e 11 estão sendo praticados a preços inferiores aos adequados. Por isso, sugere-se que a organização comece a aplicar os preços indicados pelo *mark-up*, nestas mercadorias, impulsionando com isso os índices de lucratividade da empresa. Em relação aos modelos 1, 2, 3, 4 e 9 sugere-se que a empresa mantenha os preços que vinha praticando, pois os mesmos estão adequados.

Sob o aspecto da comercialização de coroas, concluiu-se que estas não estão resultando em lucros para a entidade. Dessa forma, sugere-se a imediata adoção dos preços indicados com as taxas de marcação. Outra sugestão é a de que a empresa faça uma análise dos produtos que está comercializando, observando se o investimento em determinadas mercadorias não está ocorrendo de forma inadequada,

realizando análise de fornecedores e procurando novas mercadorias que possam oferecer maior rentabilidade à organização.

Concluindo, recomenda-se ainda a manutenção de efetivo capital de giro, dada a alta sazonalidade observada no decorrer dos períodos. Tal medida requer a aplicação da gestão de custos e análises operacionais, como a análise custo volume lucro executada. Esse aspecto poderá figurar como importante diferencial para a eficiente manutenção da atividade operacional da organização.

CONCLUSÃO

No tocante às micro e pequenas empresas atuais, especialmente aquelas em que a administração é familiar, observa-se que estas possuem consideráveis dificuldades para a gestão de seus custos bem como para a formação de preços de venda. Tal fato, diante do estudo desenvolvido, surge como a principal problema da entidade em análise, justificando a viabilidade deste. Dessa forma, observa-se a crescente necessidade e importância da implementação de técnicas adequadas de composição de preço e controle de custos.

Considerando que o objetivo de desenvolvimento deste estudo foi avaliar de que forma a utilização das taxas de marcação e da análise custo volume lucro em uma empresa do ramo fúnebre contribuem para a formação de adequado preço de venda das mercadorias comercializadas, com concomitante acréscimo nos índices de lucratividade obtidos, foram utilizadas diversas bibliografias inerentes ao assunto. Para o desenvolvimento do estudo, aplicou-se um questionário ao proprietário, juntamente com análise de dados relativos às vendas e aquisições de produtos efetuados nas notas de compra e venda. Diante destas informações, tornou-se possível a mensuração e classificação de custos e despesas, com posterior constituição dos preços adequados de venda, indicando dessa forma, com a análise custo volume lucro, suas respectivas margens de contribuição e segurança, bem como a obtenção do ponto de equilíbrio.

Com o fornecimento de dados documentais por parte dos gestores tornou-se possível a explicitação das diferenças existentes entre os modelos de urnas e coroas abordadas, com concomitante mensuração de fornecedores, indicando ainda a variação percentual dos custos das coroas ocorrido entre os anos de 2014 e 2015, o que atende às aspirações apontadas no primeiro objetivo específico. A partir da análise destes resultados pôde-se apresentar informações inerentes aos valores de aquisição das mercadorias em análise praticados no ano de 2015. Com isso, foi realizado o segundo objetivo específico deste trabalho, cujos dados estão indicados nos itens 3.1, 3.2 e 3.3.

Considerando que o terceiro objetivo específico deste trabalho era a aplicação das taxas de marcação, este foi consolidado no tópico 3.4, onde obteve-se o *mark-up* de 0,3426 para as urnas e 0,3626 para as coroas. Após a obtenção das taxas de marcação tornou-se possível a formulação de preços de venda favoráveis e ideais no sentido de atender às obrigações da empresa bem como às expectativas de lucro do proprietário, o que atende ao quarto objetivo específico do estudo, apontando um valor venal sugestivo e explicitando o aumento de faturamento que a utilização deste poderá gerar à organização.

Desenvolvida no tópico 3.5 deste estudo, a utilização da análise custo/volume/lucro, que figura como importante diferencial na tomada de decisões operacionais, foi responsável pelo cumprimento do quinto objetivo específico. Através da obtenção da margem de contribuição, do ponto de equilíbrio e da margem de segurança tornou-se possível compreender os índices incorridos na empresa em 2015, bem como evidenciar as garantias que cada produto oferece e as possibilidades de aplicação de descontos aos mesmos.

Os resultados obtidos no cumprimento de todos os objetivos mencionados possibilitou o atendimento ao problema gerador deste estudo, uma vez que elucidou de que maneira a aplicação das taxas de marcação e da análise custo volume lucro contribui para a formação de adequados preços de venda para as mercadorias, os quais serão capazes de garantir as taxas de lucratividade esperadas pelos gestores. Dessa forma, sugere-se a entidade que esta faça uso dos preços obtidos através do método *mark-up*, uma vez que estes garantirão ganhos elevados. Cabe sugerir ainda que, periodicamente, a organização aplique a análise custo volume lucro como ferramenta de controle gerencial, com prévio controle e mensuração de custos.

Para estudos posteriores, torna-se sugestivo o aprimoramento da gestão de custos, com formulação de índices pertinentes, como o ponto de equilíbrio econômico e financeiro. Sugere-se ainda o cálculo de percentuais de descontos passíveis de aplicação na entidade, para que esta não opere com prejuízos frente a seus concorrentes. Cabe ainda o desenvolvimento de uma análise de fluxo de caixa, responsável por garantir que a empresa seja capaz de arcar com seus compromissos em épocas de diminuição do faturamento.

À entidade, justificou-se o desenvolvimento deste estudo no sentido de que o mesmo foi responsável por evidenciar que alguns produtos vêm sendo comercializados a valores que geram prejuízo, que é o caso das coroas, por exemplo.

Dessa forma, a empresa passou a conhecer a imprescindibilidade da gestão de custos e da aplicação de teorias científicas para a formação de preços de venda, bem como da necessidade da consideração não só dos custos para a precificação das mercadorias, mas também de todas as despesas ocorridas no processo.

Ao possibilitar a aplicação efetiva dos temas estudados nas diversas disciplinas no decorrer do curso de graduação, este estudo possibilitou à acadêmica a inserção prática de seu conhecimento no ambiente da empresa. Dessa forma, a vivência operacional e as experiências obtidas contribuíram não só para a formação acadêmica, mas também para o desenvolvimento pessoal e profissional, figurando como fundamental oportunidade de inserção e avanço no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- ASSEF, Roberto. **Gerência de Preços como Ferramenta de Marketing**. 4.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=-2HjBwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 29 maio 2016.
- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Pearson, 2007.
- BERTI, Anélio. **Contabilidade e Análise de Custos**. 1.ed. Curitiba: Juruá Editora, 2007.
- BEULKE, Rolando; BERTÓ, Dalvio José. **Gestão de Custos**. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- BONAT, Débora. **Metodologia da Pesquisa**. 3.ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2009. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=5Eesvwncx6sC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 07 jun. 2016.
- BORNIA, Antônio Cezar. **Análise Gerencial de Custos**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- BRUNI, Adriano Leal. **A Administração de Custos, Preços e Lucros**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de Custos e Formação de preços**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- CARDOSO NETO, Felicíssimo. **Contabilidade Geral**. 1.ed. Joinville: Clube dos Autores, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=IEZMBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 29 maio 2016.
- CARMO, Luís Paulo Faria do. **Análise de Custos**. Rio de Janeiro: Clube de Autores, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=GqdEBQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 29 maio 2016.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro A., SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6.ed. São Paulo: Pearson, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: Dando Asas ao Espírito Empreendedor**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 12.ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2016. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=-3wdDAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 05 jun. 2016.

CORBARI, Ely Célia; MACEDO, Joel de Jesus. **Administração Estratégica de Custos**. 1.ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

COSTA, Reinaldo Pacheco da; FERREIRA, Helisson Akira Shimada; SARAIVA JR., Abraão Freires. **Preços, Orçamentos e Custos Industriais: Fundamentos da Gestão de Custos e de Preços Industriais**. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=CbiGIKYsdMC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 maio 2016.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DAMASCENO, Renan Kaminski; AVALCA, Aleksander Kuivyogi. **Gestão de Custos e Preços Para Produtos e Serviços**. Viçosa: A.S. Sistemas, 2015. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=-BSiAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 04 maio 2016.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de Metodologia**. 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FERREIRA, José Angelo. **Custos Industriais: Uma Ênfase Gerencial**. São Paulo: Editora STS, 2007. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=c-OvJI1OgfEC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 29 maio 2016.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Ceará: 2002. Disponível em: <<http://www.ia.ufrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-2012-1/1SF/Sandra/apostilaMetodologia.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

FONSECA, José Wladimir Freitas da. **Análise e Decisão de Investimentos**. 2.ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas Técnicas para o Trabalho Científico**. 17.ed. Porto Alegre: Dáctilo – Plus, 2013.

GALVÃO, Alexandre et.al. **Finanças Corporativas: Teoria e Prática Empresarial no Brasil**. 1.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C. **Contabilidade Gerencial**. 14.ed. Porto Alegre: AMGH Editora, 2013. Disponível em:

<<https://books.google.com.br/books?id=42M3AgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 15 maio 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES NETO, Oscar. **Análise de Custos**. 2.ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=D1iQqPPOWYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 03 maio 2016.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MELLO, Gilmar Ribeiro de. **Análise de Custos: Uma Abordagem Quantitativa**. São Paulo: Atlas, 2013.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos de Metodologia Científica: Teoria da Ciência e Iniciação à Pesquisa**. 34.ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

LEÃO, Nildo Silva. **Formação de Preços de Serviços e Produtos**. 1.ed. São Paulo: Nobel, 2008.

MAGALHÃES, Ivan Luizio; PINHEIRO, Walfrido Brito. **Gerenciamento de Serviços de TI na Prática**. São Paulo: Novatec, 2007. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=zoGhq5yu9QC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 22 maio 2016.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2012.

_____. **Metodologia Científica**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011

_____. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES, Wagner Luiz. **Análise de Custos**. 1.ed. Cianorte: Fundação Biblioteca Nacional, 2013. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=qX6LCq1HXwkC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 29 maio 2016.

_____. **Gerenciamento Financeiro**. 1.ed. Cianorte: Fundação Biblioteca Nacional, 2007. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=Nau6c22QvJEC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 29 maio 2016.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATTAR, João. **Metodologia Científica - Na Era Da Informática**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

PADOVEZE, Clóvis Luis. Clóvis Luis. **Contabilidade Gerencial**. 2.ed. Curitiba: IESDE Brasil, 2012.

_____. **Contabilidade Gerencial: Um Enfoque em Sistema de Informação Contábil**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PINTO, Alfredo Augusto Gonçalves et al. **Gestão de Custos**. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

PORTO, Gilberto. **Formação e Gestão de Preços**. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2014. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=LS6HCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 17 maio 2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2.ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.faatensino.com.br/wp-content/uploads/2014/11/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2016.

RIBEIRO, Osni Moura Ribeiro. **Contabilidade de Custos Fácil**. 9.ed. São Paulo: Saraiva, 2014.

_____. **Contabilidade de Custos**. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

SCHIER, Carlos Ubiratan da Costa. **Gestão de Custos**. 20.ed. Curitiba: IBPEX, 2006. Disponível em: <books.google.com.br/books?isbn=8587053248>. Acesso em: 30 abr. 2016.

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da Pesquisa Aplicada à Contabilidade: Orientação de Estudos, Projetos, Artigos, Relatórios, Monografias, Dissertações, Teses**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SOUZA, Bruno Carlos; BORINELLI, Márcio Luiz. **Controladoria**. Curitiba: IESDE Brasil, 2012. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=R0cqY9dYVLwC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 22 maio 2016.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

VICECONTI, Paulo; NEVES, Silvério das. **Contabilidade de Custos: Um Enfoque Direto e Objetivo**. 11.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

WERNKE, Rodney. **Gestão de Custos: Uma Abordagem Prática**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

YASUMURA, Carlos Quioshi. **Gestão Financeira Colaborativa: Potencializando Resultados Porque Ninguém se Faz Sozinho**. 1.ed. São Paulo: Baraúna, 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Questionário para Entrevista ao Proprietário

Questionário direcionado ao proprietário realizado pela acadêmica **VANESSA BOHN WIZNIEWSKI**, para o **Trabalho de Conclusão de Curso** com o tema **ANÁLISE CUSTO VOLUME LUCRO E FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA NO SETOR FUNERÁRIO**, relatório este que é requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis da **FEMA**.

SEÇÃO I - Identificação do proprietário e empresa

- 1) Idade.
- 2) Escolaridade.
- 3) Qual o histórico da empresa e a data da constituição da mesma?
- 4) Quem trabalha na empresa?

SEÇÃO II - Caracterização dos produtos e gastos

- 5) Quais os tipos de produtos comercializados pela empresa?
- 6) Em relação a estes produtos, quais os modelos que apresentam comercialização mais expressiva? Aponte algumas características que diferenciam cada um dos modelos.
- 7) Quais são os fornecedores dos produtos acima mencionados?
- 8) Qual foi o montante de venda, em unidades e em valor, de cada um dos produtos?
- 9) Qual foi o total de despesas auferidas no ano de 2015?
- 10) Qual o montante dos gastos percebidos em 2015?
- 11) Qual foi o total de receitas da entidade em 2015?
- 12) Qual o valor de compra e o preço de venda dos produtos?

SEÇÃO III - Metodologias usadas pela empresa

- 13) Qual a forma de apuração dos custos?
- 14) De que forma ocorre a formulação dos preços de venda praticados?
- 15) Você conhece métodos teóricos para formação de preços? Pratica eles?
- 16) Qual a metodologia de escolha de um fornecedor em detrimento a outro?
- 17) Quais fatores são considerados na hora da escolha dos modelos a serem adquiridos?
- 18) De que forma fatores externos, como as variações de mercado e a concorrência afetam o desempenho da empresa?

SEÇÃO IV - Dados complementares

- 15) Qual o regime de tributação em que a empresa está enquadrada?
- 16) O prédio onde a empresa está instalada é próprio ou ocorre o pagamento de aluguel?
- 17) A empresa possui veículos? Qual a marca, modelo e ano?