

A importância dos custos e da formação do preço básico do produto na tomada de decisões em micros, pequenas e médias empresas: um estudo de caso numa indústria de confecções em Sanharó - PE.

David Batista Maciel
José Sebastião Rocha
Sídia Fonseca Almeida

Resumo:

O presente artigo trata de um estudo realizado na Bela Linha Confecções Ltda, em Sanharó -Pe, fabricante de roupas de linha, através do qual buscou-se implantar um sistema para formação de custos e preços básicos de produtos que possibilite aos gestores daquela organização uma visualização mais aprofundada desse contexto, à qual possa vir a apoiá-los em importantes tomadas de decisões relativas a receitas de vendas, atendendo, assim, aos objetivos empresariais, tendo, portanto, um referencial adequado para tão importantes resoluções. O trabalho teve como objetivo geral obter o preço básico dos produtos da empresa estudada. Para tanto, foi necessário elaborar o fluxograma de produção, calcular o custo de fabricação dos produtos, diagnosticar as despesas fixas para alocá-las aos produtos, calcular os custos de oportunidades necessários e, finalmente, formar o preço básico dos produtos. Através de pesquisa bibliográfica e da metodologia de estudo de caso, de caráter exploratório e descritivo, buscou-se fazer um levantamento das informações e dados necessários à elaboração de planilhas de custos e de formação de preço básico de produtos, subsídio essencial ao processo decisório empresarial.

Área temática: *Gestão de Custos para Micros, Pequenas e Médias Empresas*

A importância dos custos e da formação do preço básico do produto na tomada de decisões em micros, pequenas e médias empresas: um estudo de caso numa indústria de confecções em Sanharó-PE

David Batista Maciel (Universidade Federal de Campina Grande - Brasil) davidbmaciel@yahoo.com.br

José Sebastião Rocha (Universidade Federal de Campina Grande - Brasil) joseroscha@uol.com.br

Sídia Fonseca Almeida (Universidade Federal de Campina Grande - Brasil) sidia@ch.ufcg.edu.br

Resumo

O presente artigo trata de um estudo realizado na Bela Linha Confecções Ltda, em Sanharó - Pe, fabricante de roupas de linha, através do qual buscou-se implantar um sistema para formação de custos e preços básicos de produtos que possibilite aos gestores daquela organização uma visualização mais aprofundada desse contexto, à qual possa vir a apoiá-los em importantes tomadas de decisões relativas a receitas de vendas, atendendo, assim, aos objetivos empresariais, tendo, portanto, um referencial adequado para tão importantes resoluções. O trabalho teve como objetivo geral obter o preço básico dos produtos da empresa estudada. Para tanto, foi necessário elaborar o fluxograma de produção, calcular o custo de fabricação dos produtos, diagnosticar as despesas fixas para alocá-las aos produtos, calcular os custos de oportunidades necessários e, finalmente, formar o preço básico dos produtos. Através de pesquisa bibliográfica e da metodologia de estudo de caso, de caráter exploratório e descritivo, buscou-se fazer um levantamento das informações e dados necessários à elaboração de planilhas de custos e de formação de preço básico de produtos, subsídio essencial ao processo decisório empresarial.

Palavras-chave: Custos Industriais, Sistema para Formação de Custos, Preços Básicos de Produtos.

Área Temática: Gestão de Custos para Micros, Pequenas e Médias Empresas.

1. Introdução

Com a globalização, surge um mercado cada vez mais competitivo, onde as empresas se deparam com a necessidade de buscar novas formas de produzir (com custos mais baixos e maior produtividade) e, principalmente, de administrar seus negócios. No novo contexto dos negócios, os gestores passam a trabalhar com novos modelos de decisões, os quais demandam mais informações e buscam maior controle, fazendo disto condição imperativa para permanecer no mercado.

Como uma ferramenta de controle e tomada de decisão, este trabalho trata de custos e formação do preço básico dos produtos através do método híbrido de custeio, mesclando o tradicional e um pouco do ABC, o qual dará suporte nas tomadas de decisões referentes a como a empresa irá praticar seus preços no mercado, de modo que possa efetuar um maior controle nos seus processos produtivos. O mesmo tem como objetivo geral a obtenção dos preços básicos dos produtos e como objetivos específicos: efetuar o fluxograma de produção, calcular o custo de fabricação dos produtos, diagnosticar as despesas fixas para alocá-las aos produtos, calcular os custos de oportunidades necessários e formar o preço básico dos produtos.

O presente estudo teve como principal motivação o fato de a *Bela Linha Confecções Ltda*, situada em Sanharó – PE, manter relações comerciais com o Bompreço S/A Supermercados do Nordeste, o qual detém um grande poder de barganha junto a seus fornecedores, pelo fato de comprar em grandes quantidades e de forma contínua, impondo, praticamente, o preço que pagará pelos produtos. Logo, o estudo foi realizado com o intuito de servir como subsídio à decisão que a organização estudada irá tomar quanto a continuar fornecendo ou não os seus produtos a este cliente, nas condições impostas por este último.

O referido estudo destina-se ao público-alvo que atua no ramo empresarial/industrial de pequeno e médio porte e aos alunos de administração e de outras áreas que tenham interesse pelo tema contabilidade e análise de custos. Portanto, através de cálculos e análises, verificam-se os respectivos custos e despesas hábeis à formação do preço básico dos produtos.

Além desta parte inicial, o artigo está organizado em quatro partes subseqüentes, que são: fundamentação teórica, à qual apresenta as mais relevantes abordagens teóricas pertinentes ao tema; metodologia, por meio da qual buscou-se expor os procedimentos utilizados durante a pesquisa, além do tipo de análise e tratamento dos dados; resultados e discussões, através da qual apresenta-se a análise dos resultados obtidos e, por fim, são feitas as considerações finais, a partir das quais se expõe de forma concisa as respostas encontradas para o problema central norteador do estudo realizado, além de algumas recomendações elaboradas a partir dos resultados obtidos.

2. Fundamentação teórica

2.1 Definição da contabilidade de custos

Segundo Leone (1997, p. 19/20), "a Contabilidade de Custos é um ramo da Contabilidade que se destina a produzir informações para os outros níveis gerenciais de uma entidade, como auxílio às funções de determinação de desempenho, de planejamento e controle das operações e de tomada de decisões". Ou seja, a Contabilidade de Custos é um conjunto de normas e princípios que possibilitam o registro e o controle de toda ação do processo produtivo, bem como a associação de todos os itens que formam o valor dos bens produzidos ou em processo de produção. Dessa forma, consegue produzir informações as quais norteiam as atividades de controle, planejamento e tomada de decisões.

2.2 Objetivos da análise de custos

Para que a administração alcance a otimização de resultados, por meio da análise de custos, que serve de instrumento de avaliação de desempenho e de tomada de decisão, os seguintes objetivos básicos deverão ser levados em conta, segundo Santos (2000): detectar o custo e o ganho marginal por produto; obter o resultado de vendas por produtos; formar os custos indiretos; controlar a eficiência da força do trabalho humano e dos materiais aplicados; conhecer o ponto de equilíbrio (nível mínimo de vendas); maximizar os lucros mediante análise de rentabilidade dos produtos; formar o preço básico de venda; planejar e controlar as operações etc.

2.3 A importância dos custos como instrumentos de controle, planejamento e avaliação de desempenho

Conforme Martins (2000, p. 323), "a empresa tem controle dos seus custos e despesas quando conhece os que estão sendo incorridos, verifica se estão dentro do que era esperado, analisa as divergências e toma medidas para correção de tais desvios". Conclui-se, a partir desta afirmação, que, um sistema de custos bem elaborado e que enfatize a fase de correção dos desvios é de vital importância para que a empresa consiga obter controle.

O lucro ou o excedente da receita sobre o custo representa uma questão de sobrevivência

empresarial. Assim, a empresa precisa saber se está perdendo ou ganhando dinheiro. A resposta para tal questão será obtida pelo controle de custos, pois qualquer atividade que manipule valores será detectada e quantificada pelo sistema de custos.

O planejamento e a avaliação de desempenho operacional podem ser obtidos, segundo Santos *apud* Santos (2004), por meio de ciclo administrativo da "PERA", cujo sentido é P = Planejamento (que deveria ser feito, orçado); E = Execução (que foi feito, real); R = Relato/exceção e A = Avaliação/ação preventiva/corretiva.

A análise de custos, no contexto contábil, formaliza os planos, expressando-os na linguagem dos números em forma de orçamentos. O controle é formado pelos relatórios de desempenho, que comparam o que foi planejado com o que foi executado (realizado), demonstrando-se as exceções. Em seguida, os planos são avaliados, dando origem a um novo planejamento, que procura corrigir os desvios mais significativos.

2.4 Sistemas de custos

Os sistemas de custos são constituídos por uma seqüência de procedimentos de identificação, acumulação, distribuição e apropriação de gastos aos produtos, obedecendo a critérios lógicos e consistentes. Geralmente, estes critérios são elaborados a partir do processo produtivo realizado pela empresa. Eles têm a finalidade de coletar os dados de custos que, de forma direta ou indireta, sejam identificados com algum objeto de custeio, organizá-los de forma que possam trazer informações, as quais irão atender as necessidades de níveis diferentes da administração. Dessa forma, os sistemas de custos vão variar de empresa para empresa ficando à mercê das necessidades de informações que estas necessitam e as particularidades do seu sistema produtivo.

"Os sistemas de custos precisam sempre levar em consideração a qualidade do pessoal envolvido em sua alimentação e em processamento, a necessidade de informação do usuário final, a adequacidade de sua adaptação às condições específicas da empresa, a utilização de quantidades físicas associadas aos valores monetários e, acima de tudo, a relação entre sua utilidade ou a de cada informação e o sacrifício envolvido em sua obtenção". (MARTINS, 2000, p. 126).

2.4.1 Sistema de custo tradicional

"Os rumos contemporâneos da competição, da tecnologia e da administração demandam grandes mudanças no modo como as organizações medem e gerenciam seus custos, bem como na forma como avaliam o desempenho de curto e longo prazo. A não introdução das modificações inibirá a capacidade das firmas como competidoras eficientes e efetivas globais". (JOHNSON; KAPLAN, 1996)

Ao dizer esta frase, Johnson e Kaplan (1996) referiam-se às inadequações do sistema de custo tradicional ao novo ambiente de competitividade, em que os sistemas produtivos, assim como os sistemas de custos, necessitam de certo patamar de excelência.

Os sistemas de custos tradicionais apresentam algumas inadequações. Neste sentido, Cooper e Kaplan *apud* Medeiros (1999) apontam cinco fontes causadoras das distorções nos sistemas de custeio tradicionais e as descrevem da seguinte maneira: 1ª) alguns custos são alocados aos produtos, que na verdade não se relacionam aos produtos que estão sendo produzidos; 2ª) omissão de custos que são relacionados ao produto que está sendo produzido ou ao cliente que está sendo atendido; 3ª) alocação de custo somente a uma porção do produto, quando este é complexo; 4ª) apropriação incorreta de custos indiretos aos produtos; e tentativa de alocar custos comuns ou custos conjuntos a produtos por volume produzido. Qualquer tentativa de

imputar custos a tais produtos é considerada arbitrária e carente de critério. Custeio conjunto surge quando o processo produtivo necessariamente produz dois ou mais produtos.

Os sistemas tradicionais possuem orientação funcional, assim coletam e manuseiam custos por função (departamentos) e natureza: mão-de-obra, material, depreciação, encargos, impostos, serviços de terceiros, alocações etc. Além disso, esses sistemas não mensuram de forma mais concreta os custos atinentes a clientes, mercados etc. Conclui-se, então que quando possível, é oportuna a procura por sistemáticas de custeio mais adequadas.

2.4.2 Sistema de custo por ordem de produção

Aplicado em empresas que trabalham com regime de produção sob encomenda (demanda puxada), representada pelos pedidos específicos dos clientes, onde os produtos ou as quantidades produzidas são diferentes a cada pedido.

Conforme indica Leone (1997, p. 192), "esse tipo de sistema de custo é aquele no qual cada elemento de custo é acumulado separadamente, segundo ordens específicas de fabricação, emitidas pela área industrial".

2.4.3 Sistema de custo por processo

Aplicado em empresas que trabalham com regime de demanda empurrada, ou seja, fabricam produtos iguais de forma contínua para estoque, prontos para serem comercializados, lançados no mercado.

É um sistema onde "os custos acumulados no processo operacional, num certo período de tempo (normalmente um mês), são divididos pela produção (em unidade, com mais frequência) do processo no mesmo período para se obter seu custo unitário médio". (LEONE, 1997, p. 204).

2. 5 Métodos de custeio

Conforme Martins (2000, p. 38), método de custeio significa "o método de apropriação dos custos aplicados na (s) empresa (s)". Podem ser citados como exemplo os seguintes métodos: Custeio por Absorção, Custeio Direto e o *Activity-Based Costing* (ABC).

2.5.1 Custeio por absorção

Este método se baseia na premissa de que os custos, diretos e indiretos, fixos ou variáveis originados na produção sejam alocados a todos os produtos, e que todas as despesas sucedidas no processo de comercialização sejam consideradas gastos do período.

Segundo Martins (2000, p. 41/42), "Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para todos os produtos feitos".

Conforme Leone (1996, p. 238), "o custeamento por absorção é aquele que faz debitar ao custo dos produtos todos os custos de fabricação, sejam estes definidos como custos diretos ou indiretos, fixos ou variáveis".

De acordo com Wernke (2004, p. 20) "Este é o método mais tradicional de custeio e é empregado quando se deseja atribuir um valor de custos ao produto, atribuindo-lhe também uma parte dos custos indiretos. Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos produtos, de forma direta ou indireta mediante critérios de rateios". Por ser permitido pela legislação brasileira, este método é o mais utilizado para finalidades contábeis, embora em termos gerenciais venha sendo alvo de algumas críticas.

2.5.2 Custeio direto

Segundo Martins (2000, p. 216), “o método de custeio direto consiste em alocar aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado; para os estoques só vão, como consequência, custos variáveis”. Ou seja, há uma separação entre os custos variáveis e os custos fixos, onde é feita a alocação somente dos custos variáveis da fase de produção aos produtos e as demais despesas inerentes ao processo produtivo vão diretamente aos resultados do exercício.

2.5.3 Custeio baseado em atividades (ABC)

De acordo com Ching (1997, p. 41), o “ABC é um método de rastrear os custos de um negócio ou departamento para as atividades realizadas e de verificar como estas atividades estão relacionadas para a geração de receitas e consumo dos recursos. O ABC avalia o valor que cada atividade agrega para a performance do negócio ou departamento”.

Segundo Martins (2000, p. 93), o custeio baseado em atividades é uma metodologia de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos.

“os sistemas baseados em atividades permitem um profundo conhecimento do próprio negócio ao dissecarem os processos, para identificar os envolvimento entre as diversas estruturas da organização e a composição das atividades realizadas, e o consequente consumo de recursos para produzirem seus produtos ou serviços, ou atenderem seus clientes”. (COOPER; KAPLAN *apud* MEDEIROS, 1999)

Isso proporciona mais informações para tomar decisões tanto no plano operacional, quanto no estratégico. Dessa forma, as tarefas redundantes podem ser eliminadas, os processos podem ser otimizados, os clientes podem ser priorizados ou novas formas de relacionamento podem ser estabelecidas, podem surgir políticas e diretrizes para o futuro - novas estratégias - podem ser estabelecidas. O negócio pode, enfim, ser redefinido.

Um sistema de custeio baseado em atividades (ABC) faz mais do que apurar custos de produtos. Ele diz aos executivos o que irá gerar ou causar custos e como gerenciá-los. É também uma espécie de custeio por absorção, só que mais sofisticado, pois pode ser congregada nele uma cadeia de valor, partindo desde o pré-produção até a pós-venda. E não limita-se àqueles valores atinentes ao processo produtivo que a lei brasileira absorve e aceita. Portanto, no Brasil, normalmente, a sua aplicação é efetuada em nível gerencial para efeito de análises mais sofisticadas, e não para o efeito contábil-fiscal.

Enfim, porque qualquer vendedor acredita que o preço do produto poderia ser menor e qualquer gerente acredita que poderia ser maior? Isto é uma herança dos tempos em que os sistemas produtivos eram menos complexos, não existia concorrência, o que se produzisse era vendido, as empresas trabalhavam, num regime de pouca concorrência, com uma variedade menor de produtos, ou seja, tempos em que eram possíveis grandes margens de lucro, onde os preços podiam variar de acordo com a conveniência do vendedor ou então com o desenrolar das negociações, sem um parâmetro de referência.

Hoje, com a concorrência mais acirrada e os sistemas produtivos cada vez mais complexos, onde existe uma crescente participação dos custos indiretos e de despesas fixas, observa-se a imposição de margens de lucro menores como alternativa de se manter no mercado. Isto exige a compreensão precisa e clara de como os custos são apropriados aos produtos no decorrer de sua fabricação, para que seja possível obter um parâmetro para efeitos de comparação com os preços praticados no mercado. Esse parâmetro será o preço básico do produto, obtido, principalmente, através do custo de fabricação.

2.6 Custo de oportunidade

Conforme Martins (2000, p. 250), “representa o quanto a empresa sacrificou em termos de remuneração por ter aplicado seus recursos numa alternativa ao invés de em outra. Esse é um conceito costumeiramente chamado de ‘econômico’ e não contábil”.

O custo de oportunidade é um tipo de custo imputado e, por não provocar gastos, visíveis, para a empresa, são subjetivos e polêmicos. É o caso de remuneração, como se devido fosse, projetada sobre o capital próprio; bem como o aluguel apropriado quando trata-se de um galpão industrial próprio etc. Tratam-se, portanto, de idéias que em nível gerencial já são bem aceitas, mas contabilmente não têm sido consideradas.

2.7 Preço básico e preço de venda do produto

Conforme Rocha (1993), o preço básico do produto é uma das informações principais para efeito da composição do preço de venda definitivo de cada empresa. Mas não só o preço básico é suficiente. Necessita-se de uma gama de informações sobre o mercado e a economia, ou seja, informações internas e externas serão ponderadas e analisadas para se obter o preço de venda definitivo dos produtos.

Martins (2000) esclarece: é muito provável que uma empresa analise os seus custos e suas despesas para verificar se é viável trabalhar com um produto, cujo preço o mercado influencia marcadamente ou mesmo fixa, do que ela determinar o preço em função daqueles custos ou despesas.

Santos (2000), por sua vez, explana: o método misto para formação de preço deve observar a combinação dos seguintes fatores: custos envolvidos, decisões de concorrências, características do mercado (aspectos internos e externos). Seria bastante temeroso para a administração de uma empresa estabelecer preços sem a combinação desses fatores: 1) qualidade do produto em relação às necessidades do mercado consumidor; 2) a existência de produtos substitutos a preços mais competitivos; 3) a demanda esperada do produto; 4) o mercado de atuação do produto; 5) o controle de preços imposto por órgãos governamentais; 6) os níveis de produção e de venda que se pretende ou que se pode esperar; 7) os custos e despesas de fabricar, administrar e comercializar o produto; e 8) a capacidade e a disponibilidade de pagar do consumidor.

Para Rocha (1993), o processo de fixação de preços está intimamente ligado ao sistema de planejamento e deve refletir os objetivos e estratégias estabelecidas pela alta administração do plano gerencial da empresa.

A determinação do preço de venda é mais influenciada pelas imposições do mercado, como grau de aceitação e elasticidade do produto e do seu preço. Se o mercado não paga o preço estipulado, é porque, provavelmente, existe o mesmo produto ou similar, a preços mais vantajosos. Mas isso não exclui a importância dos custos na formação do preço de venda, pois são eles que irão trazer informações sobre a rentabilidade dos produtos, possibilitando a empresa que tome decisões sobre a continuidade, descontinuidade, ou ainda, a modificação de produtos.

2.8 Determinação do preço de venda

Estabelecer preços de venda competitivos é uma tarefa que exige do empresário o conhecimento dos componentes que dão origem ao preço de venda. Ao conhecer, tentar ponderar o quanto que cada um desses componentes influencia no preço do produto, para que se possa atingir um preço que seja aceito pelo mercado e vantajoso para empresa.

Muitas empresas não apuram seus custos e despesas de maneira precisa e os preços de venda

são obtidos empiricamente. Essa prática mascara os custos e o lucro da empresa, acarretando diversos problemas, tais como: preço de venda abaixo do real, o que diminui os lucros da empresa; preço de venda acima do real, o que dificulta as vendas; fabricação de produtos que dão pouco lucro em detrimento de outros mais rentáveis, ocasionando má alocação dos recursos; esforço de venda não orientado para produtos mais lucrativos; dificuldades para fixar ações para redução de custos e despesas e eliminação de atividades que não agregam valor para o produto.

Como consequência de um ou mais desses problemas, a empresa terá um lucro e uma rentabilidade menor, constituindo-se numa ameaça ao seu crescimento e até à sua própria estabilidade econômico-financeira.

Há situações em que as decisões de preços são da maior importância: quando a empresa tem que estabelecer o preço pela primeira vez; quando as circunstâncias levam a empresa a considerar as possibilidades de alterar os preços; quando a concorrência inicia alteração de preços; e quando a empresa fabrica produtos com demandas e/ou custos inter-relacionados. (SEBRAE, 2005).

2.9 Objetivos na fixação do preço

Os principais objetivos da fixação de preços, podem ser assim enumerados: penetração no mercado: a empresa estabelece o preço com o intuito de conseguir grande participação no mercado; selecionar o mercado: a empresa estabelece o preço visando atingir segmentos seletivos de mercado; pronta recuperação de caixa: geralmente empresas em dificuldades financeiras estabelecem um preço que permite o rápido retomo de caixa; promover linha de produtos: neste caso, o preço é usado com o intuito de promover a venda de todos os produtos da linha; maximizar o lucro: o preço é estabelecido tendo em vista a maximização do retorno para a empresa; eliminar a concorrência: o preço estabelecido tem o propósito da eliminação da concorrência, havendo, em alguns casos, o uso ou prática do "dumping" (exportação por preço inferior ao vigente no mercado interno para conquistar mercados ou dar vazão a excesso de oferta; ou venda por preço abaixo do custo para afastar concorrentes). (SEBRAE, 2005)

Até em oportunidades como esta, de "eliminar a concorrência", onde se verifica vendas gerando receitas inferiores aos custos atinentes àquelas realizações, pode-se pensar, de forma até ingênua, que não há a mínima preocupação dessa empresa em se ligar na composição dos seus custos; pode haver o entendimento de que a sua estratégia é a do menor preço, para ser mais competitiva. Porém, há um equívoco, visto que muitas dessas empresas são multinacionais de médio e grande porte, que para tomar uma decisão dessa tem mais que, acima de tudo, ter seus custos e, obviamente, seus preços básicos conhecidos e muito bem controlados. Pode-se constar o preço básico no contexto de uma inequação, da seguinte maneira: $PB \leq PV \leq PC$, onde: a) o preço de venda definitivo (PV) deve ser menor ou igual ao preço do concorrente – naturalmente, respeitando os fatores de qualidade. É natural que se tenha a noção de que neste caso o preço baixo "fala mais alto"; b) o preço básico (PB) deve ser sempre menor ou igual a esse preço de venda definitivo. Ou seja, nele pode até não estar contido um lucro, mas deveria conter necessariamente um índice/valor atinente à remuneração do patrimônio líquido, que refere-se ao capital social e consequentes lucros sucedidos ao longo da vida útil empresarial. Esta remuneração, naturalmente, trata-se de um custo de oportunidade, pois ao dinheiro ali investido cabe uma certa remuneração.

Posto isto, verifica-se que o preço básico, portanto, é uma ferramenta imprescindível neste "jogo" empresarial. O empresário pode até ter seus prejuízos, mas bem vigiados, à luz dos custos e preços básicos dos produtos.

3. Metodologia

Com o intuito de atingir os objetivos mencionados neste trabalho e respeitando as particularidades da contabilidade de custo, definiu-se o delineamento da pesquisa dentre as tipologias metodológicas existentes, às quais apresentam-se em três categorias, segundo Beuren (2003) : quanto aos objetivos; quanto aos procedimentos; e quanto à abordagem do problema.

Nesta situação-problema, trata-se de uma pesquisa descritiva. O trabalho enquadra-se ainda como sendo estudo de caso, pois trata de um estudo sobre a formação do preço básico do produto na Bela Linha Confecções Ltda, o qual concentrou os esforços em aprofundar o conhecimento a respeito de um único caso. Quanto à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quantitativa, visto que objetiva a formação do preço básico dos produtos e para isso faz-se necessário a estruturação física e monetária dos componentes de custos referentes aos produtos.

O objeto de investigação consistiu nos cinco principais produtos da empresa, normalmente comercializados junto ao Bompreço. Com relação à coleta de dados, esta fase se deu principalmente no setor de produção e no setor administrativo, representado por apenas uma pessoa, à qual desenvolve atividades financeiras, de compra, comerciais, dentre outras. Neste contexto, foram coletados dados primários, através de instrumentos como a entrevista, realizada junto ao gerente administrativo; a observação direta; e a aplicação de uma ficha, à qual objetivou a apuração do tempo de fabricação dos referidos produtos em cada posto de trabalho. Ficha esta entregue para todos os funcionários do setor de produção, onde os mesmos tiveram um período de adaptação e treinamento para o seu correto preenchimento. Houve também a coleta de dados secundários, através de análises em arquivos, notas fiscais e planilhas.

No tocante à análise e interpretação dos dados, todos os dados foram processados utilizando-se cálculos como regra de três direta e inversamente proporcional, porcentagens, equações, expressões aritméticas e proporções, visando uma análise e interpretação dos dados baseada na literatura de contabilidade de custos, para que se atingissem os objetivos propostos.

4. Resultados e discussões

Com o intuito de atingir o objetivo atinente a este trabalho, que é o de obter o preço básico dos produtos da *Bela Linha Confecções Ltda*, utilizou-se um sistema de custo híbrido, unindo o tradicional ao ABC.A seguir, são apresentados os devidos procedimentos e cálculos referentes a: custo dos materiais diretos, custo de transformação - o qual é composto pelo custo hora-máquina multiplicado pelo tempo de processamento do produto em cada fase do processo de fabricação, para finalmente obter o custo de fabricação dos produtos. Este último será o principal parâmetro para a formação do preço básico do produto.

4.1 Custo dos materiais

Refere-se ao valor dos materiais que se integram ao produto.

Como a *Bela Linha Confecções Ltda* utiliza o sistema de arrecadação simplificado (SIM), não há recuperação de impostos, ou seja, o valor que vem nas notas fiscais das mercadorias compradas, nas quais já vêm incluídas os impostos, são pagos integralmente e não são recuperados. E quando as mercadorias são compradas em outro estado, é paga a diferença de alíquota, que no caso do fio 100% acrílico, comprado no Rio Grande do Sul, paga-se um acréscimo de 5%. Este fio apresenta um valor unitário de R\$ 17,89. Acrescido de 5%, passa para R\$ 18,78, que é o valor mostrado na Tabela 1.

Para obter os valores econômicos, ou valores presentes, foi utilizada uma taxa de captação de recursos financeiros, de 4% ao mês e os itens que apresentam valores econômicos foram pagos com prazo de 30 dias. O custo do frete foi rateado proporcionalmente ao valor líquido dos itens.

Para efeito de cálculo o procedimento foi o seguinte:

Custo do frete = (valor do frete) / (total do valor líquido dos itens), multiplicado pelo valor líquido de cada item.

ITENS	Quant. (1)	Valores do frete		Valor do material		Vr. Econ. Global	
		Rateio	Econ. (2)	Líquido	Econ. (3)	Total 4 = 2+3	Unit. 4:1
Fio 100% Acrílico	974,94 Kg	849,05	816,39	16622,73	16622,70	17439,09	18,78
Botões	64 Gz.	17,91	17,91	368,00	357,28	375,19	5,86
Linha Bonfio(costura)	20 Unid.	6,50	6,50	133,60	129,70	132,20	6,61
Saco Plástico	40 Centro	6,42	6,42	132,00	128,16	134,58	3,36
Fita c/ Reforço	4,475 Kg	1,34	1,34	27,52	26,72	28,06	6,27
Caixa Papelão	421 Unid.	17,83	17,83	366,27	355,6	373,43	0,89
Etiqueta	16590 Unid.	30,00	30,00	711,13	690,42	720,42	0,043
Etiqueta Bompreço	#	#	#	#	#	#	0,036

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 1- Custo unitário dos materiais

O Custo dos Materiais (CM) é obtido através da seguinte fórmula, itens oriundos das tabelas 1 e 2:

Custo dos Materiais = \sum (valor econômico unitário do material) . (quantidade de material absorvida por produto)

Exemplo da composição do custo dos materiais da referência 2128:

$$CM_{2128} = (18,78 \times 0,205) + (6,61 \times 0,005) + (3,36 \times 1) + (6,27 \times 0,002) + (0,89 \times 0,02) + (0,043 \times 1) + (0,036 \times 1) = 7,32$$

Utilizando esse procedimento nas outras referências, encontram-se os seguintes custos dos materiais: 3003 = **6,75**; 3004 = **9,03**; 2198 = **8,46**; 2154 = **7,50**

Produto	2128	3003	3004	2198	2154
Material					
Fio 100% Acrílico	0,205	0,175	0,285	0,255	0,215
Botões	#	#	0,035	0,035	#
Linha Bonfio (costura)	0,005	0,005	0,005	0,005	0,005
Saco Plástico	1	1	1	1	1
Fita c/ Reforço	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002
Caixa de Papelão	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Etiqueta	1	1	1	1	1
Etiqueta Bompreço	1	1	1	1	1

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 2 - Quantidade dos materiais absorvida em cada produto

4.2 Custo hora-máquina ou posto de trabalho

Este custo representa o quanto a empresa gasta em uma hora de funcionamento em cada máquina ou posto de trabalho. Ele é formado pela soma dos gastos mensais do processo de fabricação da empresa, tais como, custo de mão-de-obra direta, encargos sociais trabalhistas, e diversos custos indiretos como mão-de-obra indireta, energia, aluguel, depreciação das máquinas e equipamentos, manutenção etc, dividido pela quantidade de horas mensais trabalhadas por cada máquina ou posto de trabalho.

ITENS	POSTOS	TECELA- GEM	PASSAR FERRO	COSTURA
01-Custo de Mão-de-Obra Direta		900,00	600,00	1650,00
02-Custo da Mão-de-Obra Indireta		337,50	225,00	618,75
03-Total do Custo de Mão-de-Obra (1+2)		1237,50	825,00	2268,75
04-Custo de Enc.Sociais (29,21%*1)+ (11%*2)		300,02	200,01	550,03
05-Custo de Pessoal (3+4)		1537,52	1025,01	2818,78
06-Custo de Depreciação das Máquinas		886,67	94,67	97,34
07-Custo do Aluguel do Prédio		214,61	57,08	171,23
08-Custo da Manutenção		244,1	26,06	26,79
09-Custo de Energia-Iluminação		32,1	17,51	35,01
10-Custo de Energia-Força		125,92	251,83	167,89
11-Custo de Água		44,88	22,43	22,43
12-Total (somatório de 5 a 11)		3085,80	1494,59	3339,47
13-Tempo Efetivo de Trabalho (horas)		187	187	187
14-Custo Hora-Máquina (12/13)		16,50	7,99	17,86

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 3 - Formação do custo hora-máquina ou posto de trabalho

Há casos em que para alocar os custos indiretos em cada máquina ou posto de trabalho é necessário usar algumas formas de rastreamento ou de rateio predefinido nas literaturas, às quais procuram distribuir os custos de forma que não haja distorção nos resultados. A tabela 3 ilustra a formação do custo hora máquina ou posto de trabalho em algumas áreas da empresa.

4.3 Custo de transformação

O Custo de transformação representa o quanto a empresa gasta para transformar o material direto (matéria-prima e outros componentes diretos) em produto acabado.

Este custo é obtido através da fórmula: $\sum(\text{custo hora-máquina ou posto de trabalho}) \times (\text{tempo de processamento do produto em cada posto de trabalho}) \times (\text{meta de produção})$. Daí encontrará o custo de transformação total.

Neste caso específico aplicou-se um pouco dos conhecimentos do método de custeio ABC, no momento em que todos os custos do processo de fabricação foram postos em cada atividade ou setor. O caso aqui apresentado envolve as atividades de tecelagem, passar ferro e costura, que foram destacadas. No final do quadro, apresenta-se o quanto a empresa gastou em cada hora de funcionamento da máquina ou do posto de trabalho. Em seguida, para calcular o custo de transformação, verificou-se quanto de tempo de processamento cada produto absorveu daquela área; e a multiplicação desse tempo pelo custo hora-máquina detectado, formou o custo de transformação.

A Tabela 4 exibe o tempo de processamento dos produtos em cada posto de trabalho.

Produtos	Posto de Trabalho	Tecelagem	Passar ferro	Corte	Costura
2128		7,0	6,5	5,2	6,0
3003		5,5	4,3	3,0	3,3
3004		8,0	5,5	5,5	5,5
2198		7,3	5,0	5,0	6,0
2154		6,1	4,0	4,0	3,9

Fonte: Elaboração própria

Tabela 4 - Tempo de processamento dos produtos (em minutos)

Exemplo do cálculo do Custo de Transformação: Considerando uma meta de produção de 916 unidades:

	C.T. Total	C.T. Unitário
Produto 2128 Tecelagem = $(16,50 \times 7,0 \times 916) / 60 = 1.763,30$	/ 916 =	1,93
Passar Ferro = $(7,99 \times 6,5 \times 916) / 60 = 792,87$	/ 916 =	0,87
Corte = $(4,67 \times 5,2 \times 916) / 60 = 370,74$	/ 916 =	0,41
Costura = $(17,89 \times 6,0 \times 916) / 60 = 1.638,72$	/ 916 =	1,79
Total = 4.565,63	/ 916 =	4,98

Os resultados encontrados em relação aos demais produtos são visualizados através da Tabela 5.

Posto de Trabalho	Tecelagem		Passar Ferro		Corte		Costura		Total	Unit.
	Total	Unit.	Total	Unit.	Total	Unit.	Total	Unit.		
Produtos										
2128	1763,47	1,93	793,12	0,87	371,06	0,41	1635,80	1,31	4565,63	4,98
3003	1385,58	1,51	524,68	0,57	214,07	0,23	899,69	0,98	3024,03	3,30
3004	2015,40	2,20	671,10	0,73	392,47	0,43	1499,49	1,64	4578,45	5,00
2198	1839,05	2,01	610,09	0,67	356,79	0,39	1635,80	1,79	4441,73	4,85
2154	1536,74	1,68	488,07	0,53	285,43	0,31	1063,27	1,16	3373,51	3,68

Fonte do Próprio Autor

Tabela 5- Custo de transformação

4.4 Custo de fabricação

O custo de fabricação representa a quantificação monetária de todos os gastos necessários para empresa fabricar seus produtos, conforme ilustra a Tabela 6.

Itens \ Produtos	2128	3003	3004	2198	2154
1.Custo de Transformação	4563,45	3024,03	4578,45	4441,73	3373,51
2.Custo do Material	6701,76	6185,68	8271,05	7749,75	6873,78
3.Custo Total (1+2)	11267,39	9209,71	12849,50	12191,48	10247,29
4.Meta de Produção	916	916	916	916	916
5.Custo Unitário (3÷4)	12,30	10,05	14,03	13,31	11,19

Fonte: Elaboração própria

Tabela 6 - Custo de fabricação

4.5 Integração das despesas fixas ao produto

As despesas fixas foram alocadas aos produtos proporcionais ao custo de fabricação de cada um deles, atendendo ao que aconselha a literatura sobre sistema de custo tradicional, constando, na maioria as despesas administrativas.

4.6 Formação do preço básico dos produtos

O preço básico dos produtos é uma das informações mais importantes para efeito da composição do preço de venda definitivo. Em seguida, apresentam-se os dados necessários à formação do preço básico, para posteriormente demonstrar os cálculos do mesmo (Tabela 7).

Os preços brutos que são praticados pela empresa em suas relações comerciais com o Bompreço são os seguintes: => 2128 = 20,00; 2198 = 20,00; 2154 = 18,00; 3003 = 15,00 e 3004 = 20,00.

Na formação atual dos seus preços, para tomar a decisão de vender ou não os produtos ao cliente supracitado, a empresa não considera alguns elementos, a saber : a depreciação das máquinas e equipamentos, os custos de oportunidade, inclusive despesas financeiras, porque a empresa vende sua mercadoria para pagamento em 90 dias e muitas vezes tem que descontar suas duplicatas a um juro de 4% ao mês, representado uma despesa financeira no período na ordem de 12,5% (Tabela 8).

ITENS	PRODUTOS	2128	3003	3004	2198	2154	Geral
01-Custo Unitário		12,30	10,05	14,03	13,31	11,19	
02-Despesas Fixas		0,53	0,43	0,60	0,57	0,48	
03-DARF							5,40%
04-Desconto exigido p/ Bompreço							11%
05-Comissão do Vendedor							10%
06-CPMF							0,38%
07-Patrimônio Líquido							163460,00
08-Meta Global de Fatur.-mês							120000,00
09-Taxa de Aplicação no P.L.							1.5%
10-Prazo de Pagamento		90 d					
11-Taxa para Desc. De Duplicata							4%
12-Taxa de Lucro							10%

Fonte: Elaboração própria

Tabela 7 - Dados referenciais para a composição do preço básico

Produtos	2128		3003		3004		2198		2154	
	vlr.	%								
01-Custo Unitário	12,30	46,74	10,05	46,72	14,03	46,72	13,31	46,72	11,19	46,72
02-Desp. Fixas	0,53	1,98	0,43	2,00	0,60	2,00	0,57	2,00	0,48	2,00
03-Custos + Desp. fixas (1+2)	12,82	48,72	10,48	48,72	14,63	48,72	13,88	48,72	11,67	48,72
04-DARF	1,42	5,4	1,16	5,4	1,62	5,4	1,54	5,4	1,29	5,4
05-Desconto	2,90	11,0	2,37	11,0	3,30	11,0	3,13	11,0	2,63	11,0
06-Comissão	2,63	10,0	2,15	10,0	3,00	10,00	2,85	10,0	2,40	10,0
07-CPMF	0,10	0,38	0,08	0,38	0,11	0,38	0,11	0,38	0,09	0,4
08-Despesa Financeira	3,29	12,5	2,69	12,5	3,75	12,5	3,56	12,5	2,99	12,5
09-RPL	0,53	2,0	0,43	2,0	0,60	2,0	0,57	2,0	0,48	2,0
10-Lucro	2,63	10,0	2,15	10,0	3,00	10,0	2,85	10,0	2,40	10,0
11-Preço Básico do Produto (Soma de 3 a 10)	26,33	100,0	21,51	100,0	30,03	100,0	28,49	100,0	23,95	100,0

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 8- Formação do preço básico dos produtos.

5. Considerações finais

A pesquisa realizada na empresa de pequeno porte Bela Linha Confecções Ltda, localizada em Sanharó-PE, objetivou a análise dos custos e formação do preço básico dos produtos. Foi viabilizada através de técnicas de coleta de dados como entrevista, observação, análise de documentos e aplicação de uma ficha para coletar dados da produção, onde foram escolhidos cinco produtos-padrão, os quais são comercializados com o Bompreço.

Por meio desse estudo, evidenciou-se que a empresa estudada não possui no seu quadro administrativo nenhuma pessoa com conhecimentos especializados para determinar os custos dos produtos e a formação dos preços dos mesmos.

A forma de obter os preços praticados pela empresa no mercado se constitui da seguinte maneira: observa-se a quantidade de material absorvida pelo produto e calcula-se o custo desse material, obtendo assim o custo unitário do produto. Em seguida, aplica-se neste valor uma porcentagem de 100%, comparando o valor resultante com os valores praticados pelos concorrentes no mercado, para se chegar a uma conclusão final do preço de venda. Ou seja, não são levados em consideração, de forma mais detalhada e concreta, os custos de oportunidade, os custos indiretos, as despesas fixas e variáveis, entre outros, para efeitos do cálculo do preço básico do produto e conseqüentemente, do preço de venda.

Como a empresa não tem o conhecimento exato dos seus custos e do preço que deve ser praticado no mercado, pode ser que esteja tendo prejuízo em seus negócios ou deixando de fabricar produtos mais rentáveis em detrimento de outros. Enfim, não tem controle dos resultados obtidos em suas relações comerciais.

Diante deste contexto, o desenvolvimento deste estudo atingiu o seu objetivo geral, que foi a obtenção do preço básico que deve ser praticado no mercado, o qual se apresentou relativamente alto em relação aos preços pagos pelo seu cliente mais exigente. Este valor alto é obtido justamente pelas exigências feitas por este cliente, às quais se caracterizam como despesas variáveis, destacando-se o prazo de pagamento, que se estende por noventa dias. Este prazo de pagamento representa um acréscimo de 12,5% em relação ao valor do produto à vista, o que exige da empresa um grande volume de capital de giro para financiar a produção

(representando um custo de oportunidade), fazendo com que muitas vezes a empresa tenha de descontar suas duplicatas (pagando juros compostos de 4% a.m.). Além deste prazo, o referido exige um desconto de 11% no valor do produto.

O estudo conseguiu também atingir seus objetivos específicos: identificou os processos produtivos através da observação e construiu o fluxograma de produção; calculou o custo de fabricação dos produtos; diagnosticou as despesas fixas e mostrou as formas de apropriação das mesmas aos produtos; calculou os custos de oportunidades necessários e, por fim, apresentou como formar o preço básico dos produtos.

Portanto, com base nos resultados verificados, foi possível recomendar à organização estudada o reconhecimento da importância dos custos e a efetiva contratação de um profissional habilitado para acompanhar a implementação do sistema de custos que nesta oportunidade foi criado e sugerido, para auxiliar às tomadas de decisões e o controle eficiente do processo produtivo. Ou, pelo menos, habilite alguém do seu quadro administrativo para pôr em prática os conhecimentos transmitidos por este trabalho, destacando-se os não praticados pela organização, a exemplo do cálculo do custo de transformação e sua alocação precisa no cálculo dos custos dos produtos, o custo de oportunidade, além da alocação das despesas fixas e variáveis no cálculo do preço básico dos produtos.

A contratação ou capacitação de um profissional, aliada à aplicação do respectivo sistema de custos, deverá trazer um considerável controle de sua produção. O mesmo deverá informar: onde será necessário intervir para reduzir os custos de produção, quais as atividades que não agregam valor para o produto e, portanto devem ser eliminadas, e, principalmente, quais os itens que devem ser renegociados junto ao Bompreço, para que a empresa fornecedora não tenha prejuízo e sim, uma crescente rentabilidade em suas relações comerciais.

REFERÊNCIAS

- BEUREN, Ilsen Maria. *Como Elaborar Trabalhos Monográficos: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2003.
- CHING, Hong Yuh. *Gestão Baseada em Custeio por Atividade*, 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- KAPLAN, Robert. *Organização Orientada para a Estratégia*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- LEONE, S. George. *Curso de Contabilidade de Custo*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- MARTINS, Eliseu. *Contabilidade de Custo*. V. 7, São Paulo: Atlas, 2000.
- MEDEIROS, Edmilson Soares de. *Metodologia para Implementação do Sistema de Custeio Baseado em Atividade (ABC) nos Serviços de Logística da Indústria de Exploração no Provedor de Transporte do Órgão de Exploração & Produção da Petrobras na Bacia de Campos*. 1999. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção).
- ROCHA, José S. *Estruturação de Custos em Pequenas Indústrias do Vestuário de Campina Grande: uma abordagem crítica*. 1993. 161 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção). Centro de Tecnologia. Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa.
- SANTOS, Joel José dos. *Análise de Custos*. São Paulo: Atlas, 2000.
- SANTOS, Rosineide Batista dos. *Composição do Preço Básico do Produto e Divergências Sistêmicas na Apuração dos Resultados: Estudo de Caso*, Dissertação do Curso de Pós-graduação em Planejamento e Gestão Financeira. 2004.
- WERNKE, Rodney. *Gestão de Custos: Uma Abordagem Prática*. São Paulo: Atlas, 2004
- SEBRAE. *Formação de Preço*. Disponível em:
www.ce.sebrae.com.br/novo/paginas/informacoesempresariais/formacaodepreco.php. Acesso em 03/04/2005.