



XVIII Congresso Internacional de Custos
XXX Congresso Brasileiro de Custos

15 a 17 de novembro de 2023
Natal / RN / Brasil



Gestão de custos e precificação no processo decisório empresarial: um estudo na produção de mármore e granitos

Bianca Maciel de Paula (UFES) - bianca.macieldepaula@hotmail.com

Marcela Fiorotti Carolino (UFES) - marcelafiorotti@hotmail.com

Carlos Roberto Vallim (UFES) - vallim.ufes@gmail.com

Resumo:

O objetivo da pesquisa foi identificar as contribuições da gestão de custos e precificação no processo decisório das empresas de mármore e granito. E, de forma específica, por meio de estudo de caso único, identificar custos e despesas de determinado período, aplicar a modelagem de precificação com base no mark-up e comparar com a precificação praticada pela empresa. Para atingir os objetivos, a metodologia utilizada foi uma pesquisa descritiva e exploratória, um estudo de caso com pesquisa de campo, observação não participante, coleta de dados com base nas demonstrações contábeis e entrevistas com o gestor, documentos gerenciais e relatórios de controle elaborados pela empresa. Com abordagem qualitativa e quantitativa com o auxílio do software Microsoft® Office Excel 365. Os achados da pesquisa permitiram concluir, que as informações de custos e precificação são importantes, pois proporcionam ao administrador uma melhor gestão de custos e precificação. Principalmente pelo fato de a empresa pesquisada não utilizar informações detalhadas sobre a gestão de custos e, por consequência, distorções entre o preço praticado e preço calculado, o que gera preços desproporcionais, menor ou maior do que os custos reais, podendo ocasionar prejuízos à empresa. Com a pesquisa foi possível obter informação de qualidade para subsidiar a assertividade durante a tomada de decisão dos proprietários, pois, a descoberta é calcular, controlar e realizar a gestão de custos com foco no resultado. Dessa forma o problema foi respondido de forma adequada e o objetivo alcançado por meio de diversas análises inclusas no texto.

Palavras-chave: *Gestão de Custos. Preço de venda. Tomada de decisão. Mark-up.*

Área temática: *Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões*

Gestão de custos e precificação no processo decisório empresarial: um estudo na produção de mármore e granitos

RESUMO

O objetivo da pesquisa foi identificar as contribuições da gestão de custos e precificação no processo decisório das empresas de mármore e granito. E, de forma específica, por meio de estudo de caso único, identificar custos e despesas de determinado período, aplicar a modelagem de precificação com base no *mark-up* e comparar com a precificação praticada pela empresa. Para atingir os objetivos, a metodologia utilizada foi uma pesquisa descritiva e exploratória, um estudo de caso com pesquisa de campo, observação não participante, coleta de dados com base nas demonstrações contábeis e entrevistas com o gestor, documentos gerenciais e relatórios de controle elaborados pela empresa. Com abordagem qualitativa e quantitativa com o auxílio do software *Microsoft® Office Excel 365*. Os achados da pesquisa permitiram concluir, que as informações de custos e precificação são importantes, pois proporcionam ao administrador uma melhor gestão de custos e precificação. Principalmente pelo fato de a empresa pesquisada não utilizar informações detalhadas sobre a gestão de custos e, por consequência, distorções entre o preço praticado e preço calculado, o que gera preços desproporcionais, menor ou maior do que os custos reais, podendo ocasionar prejuízos à empresa. Com a pesquisa foi possível obter informação de qualidade para subsidiar a assertividade durante a tomada de decisão dos proprietários, pois, a descoberta é calcular, controlar e realizar a gestão de custos com foco no resultado. Dessa forma o problema foi respondido de forma adequada e o objetivo alcançado por meio de diversas análises inclusas no texto.

Palavras-chave: Gestão de Custos. Preço de venda. Tomada de decisão. *Mark-up*.

Área Temática: Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões.

1 INTRODUÇÃO

A construção civil é um setor representativo na economia brasileira, pois, a partir de seu desenvolvimento, proporciona às cidades melhoria em sua infraestrutura, impactando diretamente na geração de emprego, renda e aumento da arrecadação de tributos. Segundo a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC, 2022), em um momento no qual o país busca consolidar o seu processo de crescimento, o ramo da construção civil segue se destacando e contribuindo de forma estratégica para esse progresso.

Significativo para a economia mundial e para as etapas de acabamento das construções, o setor de rochas ornamentais ocupa lugar de destaque no cenário industrial brasileiro, conforme dados publicados pelo Centro Brasileiro dos Exportadores de Rochas Ornamentais (CENTROROCHAS, 2022). O Brasil encontra-se como o quarto maior produtor mundial e o estado do Espírito Santo destaca-se como o maior exportador de rochas no âmbito brasileiro (BI CENTROROCHAS, 2022).

Nesse contexto, o setor industrial mostra-se extenso e com alto nível de concorrência, principalmente no Espírito Santo. Dessa forma, os gestores necessitam de informações de qualidade, além de conhecer teorias e modelos que sejam úteis para subsidiar o processo de tomada de decisão. Para Wernke (2018) os gestores tendem a buscar constantemente processos e recursos que favoreçam um melhor rendimento e funcionamento da gestão dos custos, sobretudo em um meio onde a competitividade e concorrência aumentam constantemente.

Do mesmo modo, Megliorini (2006) ressalta que entender custos é essencial para a gestão da empresa, independentemente do seu tipo e porte. Assim, uma boa administração atrelada ao conhecimento do ramo, são determinantes para a continuidade das atividades, uma vez que o mercado é altamente competitivo e, portanto, é necessário realizar o gerenciamento dos custos.

Vallim e Souza (2014) afirmam que a estruturação dos custos é primordial para a sustentação e crescimento dos negócios. Desse modo, a formação do preço de venda exige que a empresa conheça os custos dos materiais comercializados e as condições que são originadas e exigidas pelo mercado. Além disso, “a gestão estratégica dos custos é um procedimento gerencial muito importante para os produtores atentos ao melhor desempenho financeiro de seu negócio” (Crepaldi e Crepaldi, 2017, p. 466).

Diante do exposto, a presente pesquisa tem como finalidade responder à seguinte questão: Quais as contribuições da gestão de custos e precificação no processo decisório das empresas de mármore e granito?

Dessa forma, o objetivo geral é identificar as contribuições da gestão de custos e precificação no processo decisório das empresas de mármore e granito. E de forma específica, por meio de estudo único em empresa de mármore e granito, que utiliza o processo por ordem de produção e venda, identificar os custos e despesas de determinado período e aplicar a modelagem de precificação com base no *mark-up* e comparar com a precificação praticada pela empresa; e explorar bibliograficamente o tema proposto.

A pesquisa se justifica por propor a aplicação de ferramentas gerenciais por meio da gestão de custos e a precificação em empresas que exploram a sua produção por ordem, onde o ambiente é caracterizado pela diversidade de produtos e alta concorrência.

De acordo com Martins (2018), a incorporação do processo de gestão de custos com o processo de gestão da empresa é fundamental para a sobrevivência do negócio em um mercado competitivo e em constante evolução. Além disso, os gestores precisam obter informações úteis, tempestivas e fidedignas para dar suporte ao processo decisório, como também manter os padrões de qualidade, eficiência e produtividade elevados, suprimindo os custos. Outra justificativa é que a empresa em estudo não possui nenhum modelo de controle de custos, apresentando dificuldade no processo gerencial, ficando exposta às incertezas do mercado e sensível à competitividade derivada da alta concorrência.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A proposta inicial da seção é apresentar os conceitos de gestão de custos e formação do preço de venda, além de abordar o setor de mármore e granito no estado do Espírito Santo e Brasil, assim como os estudos anteriores acerca do tema.

2.1 Gestão de Custos

Gestão de custos é o ato de gerenciar os custos, buscar reduzi-los e eliminar custos desnecessários. De acordo com Hansen e Mowen (2001), o objetivo da gestão de custos é fornecer informações para os usuários internos, a partir do conhecimento, mensuração e classificação das informações fundamentais para o direcionamento na tomada de decisão. Para Garrison, Noreen e Brewer (2013) o custeio por ordem de produção se aplica em empresas que possuem produtos e serviços distintos, de acordo com a escolha do cliente. Além disso, Martins (2018) ressalta a importância em saber atribuir o tratamento contábil correto para a produção por ordem, tendo em vista que, de forma específica, o custo de cada ordem ou encomenda tenha seus custos direcionados para uma conta individual, e essa conta só pare de receber os custos quando a ordem estiver finalizada.

Hansen e Mowen (2001), salientam que a aplicação do método de custeio variável é uma ferramenta eficaz, para atingir um melhor desempenho em relação à gestão desses custos. Além disso, no estudo de Castro, de Oliveira, Cisne, & Bezerra (2018), esse tipo de custeio mostra-se como o método mais apropriado para utilização dos resultados na aplicação de indicadores que auxiliam na tomada de decisão. Padoveze (2018) adiciona que o método aplicado para alcançar o resultado do custo unitário de determinado produto ou serviço é realizado, por meio da atribuição de custos e despesas variáveis do respectivo produto ou serviço, sejam estes diretos ou indiretos. Megliorini (2011) complementa que o custeio variável ajuda a determinar o preço de venda baseado nos custos, na decisão de como aplicar os recursos limitados de maneira mais lucrativa e a identificar os produtos mais rentáveis.

Consoante a isso, o passo inicial do processo de gestão da empresa, de acordo com Prata e Vallim (2020), caracteriza-se em definir quais produtos ou serviços serão produzidos e vendidos, sobretudo em empresas que possuem uma gama diversificada destes. Neves e Viceconti (2018), expõem que a análise custo-volume-lucro (CVL) é um meio que possibilita fazer a projeção do lucro que seria atingido em diferentes níveis de vendas e produção, e observar o impacto direto sobre a lucratividade da empresa. Wernke, Faccenda e Junges (2018) reforçam que além da lucratividade, o ponto de equilíbrio operacional ou econômico e simulações de possíveis cenários futuros do mercado, são obtidos pela análise CVL.

Segundo Bornia (2010), a análise CVL está ligada com a margem de contribuição, pois diversas decisões de curto prazo são tomadas apoiadas nesses conceitos. A partir disso, complementa que a margem de contribuição é o montante da receita subtraído dos custos variáveis. O índice de margem de contribuição é a margem de contribuição dividida pela receita, identificando igualmente a parte das vendas que irá cobrir os custos fixos e resultará no lucro, sendo importantes para o planejamento estratégico e tomada de decisão. Wernke et al. (2018) também enfatizam que, teoricamente, os produtos com maiores margens de contribuição são os que geram maior lucro.

2.2 Formação do Preço de Venda

Para Martins (2018), não é apenas o custo que precisa ser levado em conta na formação do preço de venda. É necessário considerar a precificação dos concorrentes, a elasticidade da demanda, os preços de produtos substitutos, a estratégia de *marketing* da empresa, entre outros fatores. Bortoluzzi, Chiossi, Camargo, Manfroi e Correa (2020) destacam que para o crescimento e continuidade

da empresa, independentemente do setor ou porte, a adequada formação do preço de venda é essencial.

De acordo com Bruni e Famá (2019) o cálculo do preço de venda deve se aproximar de quatro objetivos fundamentais, sendo: atingir o maior lucro possível, buscar potencialização dos lucros, aumentar a capacidade de produção evitando desperdícios e intensificar o capital utilizado para sustentar os negócios. Para obter o preço a ser praticado, pode-se muitas vezes, aplicar o *mark-up*, Bernardi (2017) complementa que o *mark-up* é um método simples, pois a partir da estrutura de custos e despesas e do lucro esperado, é empregado um multiplicador, formando-se o preço. Assim, o preço irá cobrir os custos, despesas, tributos e, ao final, terá o lucro das vendas. Logo, um preço abaixo do *mark-up* representará um resultado deficitário. Correia e Vallim (2019), complementam que a utilização do *mark-up* como meio para formação do preço de venda, propicia aos gestores realizar simulações e ajustes no mix, nos preços e variações, para ajustar antecipadamente os custos e preços às oscilações do mercado.

Bruni e Famá (2019) apresentam duas maneiras de calcular o *mark-up*, conforme exposto no quadro 1: o *mark-up* multiplicador, que é o mais utilizado e representa o índice a ser multiplicado pelos custos variáveis para obter o preço de venda a ser praticado; e o *mark-up* divisor, que é menos utilizado e representa o percentual do custo variável em relação ao preço de venda. Seguindo os conceitos de Bruni e Famá (2019), Vallim (2012) apresenta modelagem ou uma visão gráfica com os elementos utilizados na formação do preço de venda, com base no *mark-up* multiplicador e *mark-up* divisor, descritos na figura 1 e quadro 1. Logo após, no quadro 2, descreve a lógica de formação do preço de venda a prazo utilizando o preço de venda à vista e o Fator de Capitalização (Fator PMT) considerando parcelas iguais e sucessivas.

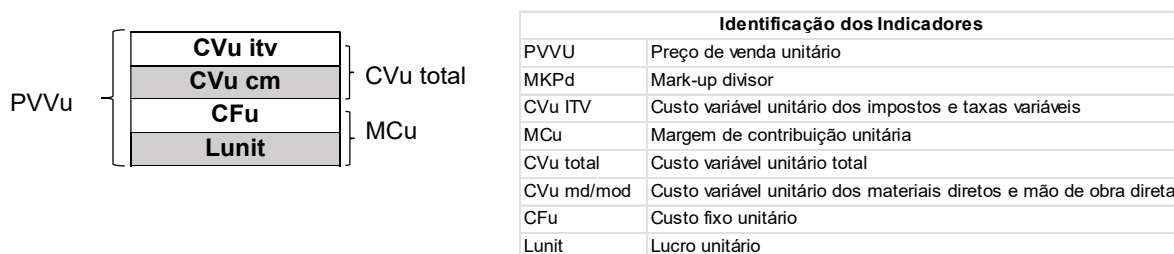


Figura 1. Visão gráfica dos componentes utilizados na apuração do preço de venda

Fonte: Adaptado de Vallim (2012)

Lógica do <i>Mark-up</i> Divisor	Lógica do <i>Mark-up</i> Multiplicador
$MKPd = PVVu - CVu - CFu - Lucro$ $MKPd = PVVu - CVu - MCu$ $PVVu = CVu (MD + MOD) / MKPd$	$MKPm = \frac{1}{MKPd}$ $PVVu = CVu (MD + MO) * MKPd$

Quadro 1. Fórmulas do *Mark-up*

Fonte: Adaptado de Bruni e Famá (2019)

Preço de venda a prazo na lógica do <i>Mark-up</i>
$PVPu = PVVu * Fator PMT * n$ $Fator PMT = \frac{(1 + i)^n * i}{(1 + i)^n}$

Quadro 2. Cálculo do preço a prazo na lógica do *Mark-up*

Fonte: Elaborado pelos autores

2.3 Setor de Mármore e Granito no Brasil

O setor de mármore e granito apresenta grande importância para a economia brasileira. Entre os anos de 1999 e 2020, as exportações de rochas ornamentais evoluíram de US\$ 200 milhões para US\$ 1 bilhão, apresentando indicadores de desempenho positivos. No 1º semestre de 2022 o faturamento atingiu cerca de US\$ 634,7 milhões (ABIROCHAS, 2021, 2022). Na esfera mundial, o Brasil é o quinto maior exportador nesse setor (CENTROROCHAS, 2022).

No ramo de rochas ornamentais, as marmorarias são responsáveis por mais de 60% das empresas desse setor, que predominam micro e pequenas empresas. Dessa maneira, as marmorarias geram a maior parte dos empregos dessa categoria no Brasil, cerca de 50% de participação (ABIROCHAS, 2021). À vista disso, a marmoraria caracteriza-se como um ramo que impulsiona a economia por meio da construção civil. Além disso, um país que busca intensificar seu crescimento é interessante que crie mecanismos para buscar o fomento da área, pois causa grande impacto na geração de empregos.

Consoante a isso, os estados do Espírito Santo, Minas Gerais e Ceará, são responsáveis por cerca de 95% das exportações de rochas ornamentais do Brasil (CENTROROCHAS, 2019). O Espírito Santo conta com o maior conjunto produtivo de rochas brasileiro, envolvendo extração, beneficiamento, comércio interno e externo, produção de máquinas, equipamentos, insumos e serviços, o que impacta diretamente o PIB (SINDIROCHAS, 2020). Além disso, o setor gera mais de 130 mil empregos diretos e indiretos e representa atualmente 10% do PIB capixaba, destacando-se pela sua enorme importância econômica para o estado (SINDIROCHAS, 2022).

2.4 Estudos anteriores

A apresentação de estudos anteriores enfatiza a justificativa do artigo e amplia a compreensão sobre os temas referidos em gestão de custos e precificação. Foram coletados estudos dos últimos 9 anos, das principais bases com enfoque em custos, tais como: Anais do Congresso Brasileiro de Custos e Revista ABC (Associação Brasileira de Custos). Dessa forma, o quadro expõe pesquisas que se assemelham ou tangenciam a proposta deste estudo.

Ano	Tema	Autores	Objetivo	Alcance
2022	Gestão Estratégica de Custos: um estudo sobre sua aplicação e utilização em Micro e Pequenas Empresas do Setor de Serviços	Mendes, R. C.; & Montibeler, E. E.	Entender de que forma a Gestão Estratégica de Custos é utilizada e aplicada em micro e pequenas empresas do setor de serviços.	Concluíram que as MPE's elaboram estratégias com o objetivo de manter a competitividade e que a gestão de custos é o foco principal para construção dessas.
2022	Mix e precificação na prestação de serviços: um estudo em uma empresa contábil	Costa, I. M.; Araújo, M. N.; & Vallim, C. R.	Aplicar o mix de serviços por meio do custeio variável, juntamente com a formação de preço dos serviços contábeis com base no <i>mark-up</i> .	Os resultados obtidos demonstraram aos gestores da empresa a precificação dos serviços contábeis de maneira detalhada.

2020	Contabilidade de Custos e Formação do Preço de Venda: Um Estudo de Caso em uma Padaria	Bortoluzzi et al.	Identificar os custos e a formação do preço de venda dos produtos de uma indústria de panificação.	Evidenciaram a relevância de informações obtidas e apuradas de maneira correta dos custos de produção e formação do preço de venda, para controlar os custos, e traçar estratégias utilizando os recursos financeiros disponíveis.
2020	Um estudo comparativo entre o preço de venda com base no <i>mark-up</i> e o preço de venda praticado no comércio eletrônico	Oliveira, K. H., Ribeiro, P. P., & Vallim, C. R.	Realizar a comparação entre o preço de venda praticado no canal eletrônico e o preço de venda apurado com base no <i>mark-up</i> , com intuito de identificar as contribuições da gestão de custos e precificação no processo decisório dos gestores.	Perceberam que o uso do método <i>mark-up</i> como base de custos na formação de preços permite que ajustes nos preços praticados possam ser realizados antecipadamente e adaptados às variações do mercado, gerando vantagem competitiva.
2018	Gestão de Custos em Escola de Idiomas: Estudo de Caso com aplicação da Análise CVL	Wernke, R; Faccenda; L. S.; & Junges, I.	Identificar as informações gerenciais que podem ser obtidas por meio da análise CVL no contexto empresarial.	Concluíram que a utilização da Análise CVL permitiu a obtenção de diversas informações de caráter gerencial que não detinham.
2018	Custeio por Absorção x Custeio Variável: o método de custeio mais apropriado para gerar informações que auxiliam na tomada de decisão	Castro et al.	Identificar o método de custeio mais apropriado para geração de informações que contribui no processo de tomada de decisões.	Concluíram que o método de custeio mais apropriado é variável, pois considera apenas os custos variáveis para apuração, podendo assim, aplicar indicadores para auxiliar os gestores na tomada de decisão.
2017	Formação do preço alinhado à mix de produtos: o caso da arte reborn	Vallim, C. R.; Lima, L. T.; Vallim, M. P. B.; & Fiorio, G.G.T.	Aplicação do mix de produtos com base no custeio variável e alinhado à formação do preço de venda em busca de contribuir com a tomada de decisão.	Observaram que a partir da utilização do modelo conjunto mix, formação de preço de venda e testes nas relações de CVL, é possível gerar informações tempestivas e relevantes.
2015	Gestão estratégica de custos: Estudos de casos de empresas industriais do setor de construção naval localizadas no estado do Rio de Janeiro	de Paula, H. A., & Gomes, J. S.	Apurar as características dos sistemas de custos e uso destas informações, para auxílio à gestão estratégica nas empresas da indústria de construção naval do Estado do Rio de Janeiro.	Foi constatado que gerir os custos de maneira eficiente e estratégica contribui em diversas ações necessárias que são tomadas pelas empresas em que questão.

2014	Sistema de Custeio e Formação do Preço de Venda: Estudo de Caso no Ramo de Marmoraria	Rohenkohl, L. B.; Vieira, E. P.; & Filipi, R.	Implantação de um sistema de custos em uma empresa de marmoraria, englobando a apuração dos custos totais com produção, a formação de preço de venda e a análise dos resultados obtidos pela empresa, a fim de melhorar a gestão.	Os resultados demonstraram que foi possível utilizar de forma confiável a formação do preço de venda, garantindo a lucratividade e a competitividade, além da atribuição de valor percebido pelos clientes nas diferenciações dos produtos, garantindo a continuidade da empresa.
------	---	---	---	---

Quadro 3. Pesquisas anteriores

Fonte: Elaborado pelos autores

3 METODOLOGIA

Sob a ótica de Vergara (2016) são apresentados dois critérios de tipos de pesquisa, quanto aos fins e quanto aos meios. Consoante a isso, expõe diferentes aplicações possíveis para uma pesquisa, logo, quanto aos fins o presente estudo caracteriza-se como exploratório e descritivo. Exploratório, por entender que a gestão de custos e precificação dos produtos produzidos por ordem, ainda é um campo que há conhecimento a ser explorado. E, descritivo por explicar características de determinada população ou fenômeno, mas não possui o dever de esclarecer os fenômenos analisados.

Já em relação aos meios, a pesquisa é bibliográfica, porque tem como base os materiais publicados em artigos científicos, livros, jornais, sites, entre outros materiais de acesso público. E, também, um estudo de caso com pesquisa de campo, pois o estudo compreende uma empresa específica, com objetivo de aprofundar e detalhar a análise através da pesquisa de campo. Além disso, a coleta dos dados foi realizada em visita a empresa.

Em relação a abordagem, a pesquisa é caracterizada como quantitativa e qualitativa, pois busca analisar a relação entre as variáveis e ao mesmo tempo examinar a situação da empresa investigada (Creswell & Creswell, 2021). Na metodologia foram observadas as contribuições da gestão de custos e a seleção das informações necessárias para precificar os diversos itens a partir do método *mark-up*. Inicialmente, coletou-se os custos fixos e variáveis, calculou-se a média dos custos entre os anos de 2018 e 2022 e selecionou-se os três produtos com os três granitos que possuem a maior demanda de encomenda, sendo os produtos: bancada, soleira e divibox; e os granitos: Verde Ubatuba, Cinza Ocre e Branco Siena. Além disso, utilizou-se o preço praticado pela empresa, o preço base obtido na teoria e a comparação destes, em busca de um melhor confronto entre os resultados obtidos. Os dados foram coletados com base nas demonstrações contábeis, entrevistas com o gestor, documentos gerenciais e relatórios de controle elaborados pela empresa.

Em seguida, os dados foram separados em formato de tabela, com o auxílio do software *Microsoft® Office Excel 365*, a fim de obter melhor visualização e clareza dos dados coletados. Em seguida, os custos foram separados entre fixos e variáveis para a realização da análise gerencial do estudo de caso.

4 ESTUDO DE CASO

Nesta seção são apresentados o histórico da empresa, a apuração dos custos fixos e variáveis utilizados no processo produtivo, a modelagem da formação de preços baseado na teoria do *mark-up*, a comparação entre a modelagem aplicada e o preço praticado e finaliza-se com a análise qualitativa entre o preço praticado e o preço pautado na teoria, considerando as mutações do mercado.

4.1 Empresa foco do estudo

O estudo foi realizado em uma empresa de mármore e granitos, localizada na cidade de Serra – ES. A empresa está no mercado há 37 anos, possui uma estrutura de 2.000 m² e conta com oito funcionários. Além disso, é optante pelo regime tributário Simples Nacional, possui um faturamento bruto de R\$ 1.620.000,00 por ano e uma carteira diversificada de clientes, constituída por pessoas físicas e jurídicas.

O processo de produção da empresa é por ordem e os produtos diferenciam-se pelo material utilizado, tamanho e necessidade do cliente. A pedido do responsável, a identidade da empresa não será divulgada e será denominada no estudo como “Rei do Mármore e Granito”

4.2 Apresentação e análise dos dados

A partir das informações fornecidas pela empresa entre os anos de 2018 e 2022, foram coletados dados para o levantamento dos custos fixos e variáveis da empresa “Rei do Mármore e Granito”, considerando os produtos de maior demanda. Em seguida, com base na modelagem *mark-up*, executou-se uma análise comparativa e qualitativa, relacionando-a com as mutações de mercado, com base no preço praticado *versus* o preço com base na teoria.

4.2.1 Custos Fixos e Variáveis

Baseado nas entrevistas, nos relatórios e no acompanhamento dos processos produtivos da marmoraria, foram coletados os custos fixos e variáveis mensais gastos para a fabricação e venda de três produtos pré-projetados, e para continuidade das demais atividades da empresa. Conforme a Tabela 1 os custos fixos mensais descritos foram obtidos com base na média anual de cada custo referente ao ano de 2022, para isso utilizou-se o valor anual, dividido por 12 meses para obter o valor médio mensal.

Tabela 1

Custos fixos da empresa

CUSTOS FIXOS		
Custos	Valor médio mensal	Valor anual
Aluguel	R\$ 13.500,00	R\$ 162.000,00
Energia elétrica	R\$ 950,00	R\$ 11.400,00
Água	R\$ 380,00	R\$ 4.560,00
Depreciação	R\$ 550,00	R\$ 6.600,00
Telefone/internet	R\$ 220,00	R\$ 2.640,00
IPTU	R\$ 1.120,00	R\$ 13.440,00
Contabilidade	R\$ 1.705,00	R\$ 20.460,00

Frete	R\$ 1.200,00	R\$ 14.400,00
Combustível	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00
Manutenção de máquinas	R\$ 1.300,00	R\$ 15.600,00
Seguro	R\$ 235,00	R\$ 2.820,00
Material de escritório	R\$ 230,00	R\$ 2.760,00
Material de uso e consumo	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
Total dos custos fixos	R\$ 23.190,00	R\$ 278.280,00

Fonte: Elaborado pelos autores

Os custos variáveis são diretamente proporcionais à especificidade do produto, a partir disso, na tabela 2, são apresentados os custos variáveis para a produção específica dos três produtos pré-projetados que geram, em média, 63% da receita bruta da empresa, com os três granitos de maior demanda, sendo eles:

- Bancada com dimensões de 1,50m x 60m, com rodabanca de 0,15m, acabamento de 45° graus de 0,04m, com cuba;
- Soleira com dimensões de 0,80m x 0,13m, com acabamento simples;
- Divibox com dimensões de 1,20m x 0,08m.

Tabela 2

Custos variáveis de cada produto

Custo variável - Bancada			
Granito	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
Quantidade	1,43	1,43	1,43
Unidade de medida	m²	m²	m²
Matéria prima			
Valor unitário de compra da matéria prima	R\$ 90,00	R\$ 70,00	R\$ 160,00
Valor total	R\$ 128,70	R\$ 100,10	R\$ 228,80
Insumos			
Valor unitário de compra dos insumos	R\$ 21,67	R\$ 21,67	R\$ 21,67
Valor total	R\$ 30,99	R\$ 30,99	R\$ 30,99
Mão de obra			
Quantidade departamento. de corte	20	20	20
Unid. de medida	Minuto	Minuto	Minuto
Valor unitário	R\$ 0,30	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Quantidade departamento acabamento	480	480	480
Unid. de medida	Minuto	Minuto	Minuto
Valor unitário	R\$ 0,20	R\$ 0,20	R\$ 0,20
Valor total	R\$ 102,00	R\$ 102,00	R\$ 102,00
Custo variável total	R\$ 261,69	R\$ 233,09	R\$ 361,79
Custo variável - Soleira			
Granito	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
Quantidade	0,10	0,10	0,10
Unidade de medida	m²	m²	m²

Matéria prima			
Valor unitário de compra da matéria prima	R\$ 90,00	R\$ 70,00	R\$ 160,00
Valor total	R\$ 9,00	R\$ 7,00	R\$ 16,00
Insumos			
Valor unitário de compra dos insumos	R\$ 21,67	R\$ 21,67	R\$ 21,67
Valor total	R\$ 2,17	R\$ 2,17	R\$ 2,17
Mão de obra			
Quantidade departamento de corte	5	5	5
Unid. de medida	Minuto	Minuto	Minuto
Valor unitário	R\$ 0,30	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Quantidade departamento de acabamento	20	20	20
Unid. de medida	Minuto	Minuto	Minuto
Valor unitário	R\$ 0,14	R\$ 0,14	R\$ 0,14
Valor total	R\$ 4,30	R\$ 4,30	R\$ 4,30
Custo variável total	R\$ 15,47	R\$ 13,47	R\$ 22,47
Custo variável - Divibox			
Granito	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
Quantidade	0,24	0,24	0,24
Unidade de medida	m²	m²	m²
Matéria prima			
Valor unitário de compra da matéria prima	R\$ 90,00	R\$ 70,00	R\$ 160,00
Valor total	R\$ 21,60	R\$ 16,80	R\$ 38,40
Insumos			
Valor unitário de compra dos insumos	R\$ 21,67	R\$ 21,67	R\$ 21,67
Valor total	R\$ 5,20	R\$ 5,20	R\$ 5,20
Mão de obra			
Quantidade departamento de corte	10	10	10
Unid. de medida	Minuto	Minuto	Minuto
Valor unitário	R\$ 0,30	R\$ 0,30	R\$ 0,30
Quantidade departamento acabamento	120	120	120
Unid. de medida	Minuto	Minuto	Minuto
Valor unitário	R\$ 0,14	R\$ 0,14	R\$ 0,14
Valor total	R\$ 19,80	R\$ 19,80	R\$ 19,80
Custo variável total	R\$ 46,60	R\$ 41,80	R\$ 63,40

Fonte: Elaborado pelos autores

Os custos variáveis dos produtos descritos na tabela 2, foram apurados da seguinte forma: 1) levantamento das quantidades de matéria prima e insumos utilizados; 2) tempo gasto com mão de obra para produção.

O custo de matéria prima é baseado na quantidade (em m²) gasta para a fabricação de cada tipo de produto e pelo valor unitário de compra da matéria prima. Consoante a isso, encontra-se o custo variável unitário da matéria prima a partir da

apuração do m² utilizado em cada produto, multiplicado pelo valor unitário de compra de cada tipo de granito.

Para apuração do custo variável por m² dos insumos utilizados para cada produto, aplicou-se o seguinte rateio: mensalmente, a marmoraria utiliza em média 300 m² de matéria prima, gerando gasto total de R\$ 6.500,00 com insumos. A partir dessa relação, foi realizada a divisão entre o custo total mensal gasto com insumos e a média de m² utilizados no mês. Por fim, multiplicou-se a quantidade (m²) utilizada para a fabricação de cada tipo de produto pelo custo variável apurado dos insumos.

A produção de uma bancada, por exemplo, passa por dois departamentos da empresa: corte e acabamento. No departamento de corte, o custo salarial mensal é de R\$ 4.000,00, enquanto no departamento de acabamento é de R\$ 2.600,00. O colaborador está disponível para a empresa durante 13.200 minutos (220 horas) por mês. Portanto, o cálculo do custo com mão de obra para a bancada segue o seguinte processo: primeiro, divide-se o custo mensal com o salário do departamento pelo tempo total mensal disponível do colaborador. Em seguida, multiplica-se o valor obtido por minuto pelo tempo gasto para a produção no departamento.

Como a produção da bancada envolve dois departamentos, basta somar os custos dos dois departamentos para obter o custo total com mão de obra. Os demais produtos seguem a mesma lógica para apurar o custo com mão de obra.

4.2.2 Formação do preço de venda praticado pela empresa

No período analisado, a empresa não utilizava teorias ou métodos de custeio para formação de seu preço de venda, mas aplicava uma procedimentos que foram adquiridos após a abertura da marmoraria, da seguinte forma:

Tabela 3

Formação do preço de venda dos produtos: Bancada, Soleira e Divibox sob a ótica da empresa

Preço de venda praticado - Bancada			
Granito	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
Quantidade	1,43	1,43	1,43
Unidade de medida	m²	m²	m²
Preço unitário de venda por m ²	R\$ 330,00	R\$ 280,00	R\$ 500,00
Preço do produto por m ²	R\$ 471,90	R\$ 400,40	R\$ 715,00
Furo	R\$ 150,00	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Acabamento	R\$ 275,00	R\$ 275,00	R\$ 275,00
Preço praticado	R\$ 896,90	R\$ 825,40	R\$ 1.140,00
Preço praticado à vista (5% desconto)	R\$ 852,06	R\$ 784,13	R\$ 1.083,00
Preço de venda praticado - Soleira			
Granito	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
Quantidade	0,10	0,10	0,10
Unid. de medida	m²	m²	m²
Preço unitário de venda por m ²	R\$ 330,00	R\$ 280,00	R\$ 500,00
Preço praticado	R\$ 33,00	R\$ 28,00	R\$ 50,00
Preço praticado à vista (5% desconto)	R\$ 31,35	R\$ 26,60	R\$ 47,50
Preço de venda praticado - Divibox			
Granito	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena

Quantidade	0,24	0,24	0,24
Unid. de medida	m ²	m ²	m ²
Preço unitário de venda por m ²	R\$ 330,00	R\$ 280,00	R\$ 500,00
Preço do produto por m ²	R\$ 79,20	R\$ 67,20	R\$ 120,00
Acabamento	R\$ 42,00	R\$ 42,00	R\$ 42,00
Preço praticado	R\$ 121,20	R\$ 109,20	R\$ 162,00
Preço praticado à vista (5% desconto)	R\$ 115,14	R\$ 103,74	R\$ 153,90

Fonte: Elaborado pelos autores

Para a formação do preço praticado, a empresa utiliza as experiências do gestor ao analisar o mercado (oferta x demanda) e o preço praticado pelos concorrentes, conforme apresentado na tabela 3. Em relação ao valor de venda do m² do granito, o gestor busca precificar a um valor que seja em média 3,5 vezes maior que o valor de compra; já a precificação do furo para cuba e acabamentos, são baseados no tempo gasto para produção e no salário do colaborador. De acordo com a percepção do gestor em relação ao mercado, esses valores vão se alterando, buscando manter seu preço de venda atualizado.

4.2.3 Formação do preço de venda apurado com base na teoria proposta

Com base no modelo de formação de preço apresentado por Bruni e Famá (2019), na tabela 4 foram apurados os custos unitários no preço de cada produto, como também o *mark-up* divisor, e o resultado do preço de venda à vista e a prazo de cada produto pré-projetado.

Para apurar o preço de venda fundamentado na teoria proposta, considera-se como base o preço de venda à vista (PVVu) que representa o todo, ou seja, 100%. Os custos e lucro objetivado foram elaborados da seguinte forma: os custos variáveis unitários de material direto e mão de obra direta ($\Sigma CVu_{md} + CVu_{mod}$) são obtidos por meio dos gastos com a produção, conforme a tabela 2; o custo variável dos impostos e taxas variáveis (CVu ITV) são em função do regime do Simples Nacional, ao qual a empresa é optante, visto que a alíquota efetiva incide sobre a receita bruta da empresa; o custo fixo unitário (CFu) foi apurado por meio da divisão entre o percentual que os produtos analisados representam do custo fixo total anual (63%), e o faturamento anual; e por fim, o lucro unitário, é o lucro objetivado pelo gestor.

Para o resultado da margem de contribuição unitária (MCu), basta realizar a soma entre o percentual do custo fixo com o percentual de lucro desejado de cada produto.

Após concatenar todos os dados necessários para a formação de preço conforme Bruni e Famá (2019), é possível apurar o *mark-up* divisor (MKPd), por meio do preço de venda à vista (PVVu), subtraído do CVu ITV, CFu e Lucro.

Mediante a apuração do preço de venda à vista (PVVu), a teoria proposta possibilita o cálculo do preço de venda a prazo (PVPu); basta utilizar o PVVu, multiplicado pelo Fator PMT e pela quantidade de parcelas (n).

Tabela 4

Formação do preço de venda dos produtos Bancada, Soleira e Divibox com base na teoria

Bancada			
Indicadores	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
CVu md + CVu mod	R\$ 261,69	R\$ 233,09	R\$ 361,79
PVVu	100%	100%	100%
CVu ITV	9,81%	9,81%	9,81%
CFu	10,82%	10,82%	10,82%
Lucro	37%	37%	37%
MCu	47,82%	47,82%	47,82%
MKPD	42,37%	42,37%	42,37%
PVVu	R\$ 617,67	R\$ 550,17	R\$ 853,94
PVPu	R\$ 648,43	R\$ 577,56	R\$ 896,47
Soleira			
Indicadores	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
CVu md + CVu mod	R\$ 15,47	R\$ 13,47	R\$ 22,47
PVVu	100%	100%	100%
CVu ITV	9,81%	9,81%	9,81%
CFu	10,82%	10,82%	10,82%
Lucro	30%	30%	30%
MCu	40,82%	40,82%	40,82%
MKPD	49,37%	49,37%	49,37%
PVVu	R\$ 31,33	R\$ 27,28	R\$ 45,51
PVPu	R\$ 32,89	R\$ 28,64	R\$ 47,78
Divibox			
Indicadores	Verde Ubatuba	Cinza Ocre	Branco Siena
CVu md + CVu mod	R\$ 46,60	R\$ 41,80	R\$ 63,40
PVVu	100%	100%	100%
CVu ITV	9,81%	9,81%	9,81%
CFu	10,82%	10,82%	10,82%
Lucro	42%	42%	42%
MCu	52,82%	52,82%	52,82%
MKPD	37,37%	37,37%	37,37%
PVVu	R\$ 124,71	R\$ 111,87	R\$ 169,67
PVPu	R\$ 130,92	R\$ 117,44	R\$ 178,12

Fonte: Elaborado pelos autores

4.2.4 Comparação entre o preço de venda praticado pela empresa e preço de venda com base na teoria proposta

Ao realizar o confronto entre preço de venda com base no método *mark-up* e o preço praticado pela empresa, foi possível avaliar e estabelecer considerações sobre tais diferenças. Nas tabelas 5 e 6 foi realizada a comparação da variação percentual entre o preço de venda formado pelo *mark-up* e o preço de venda praticado pela empresa, ambos apurados à vista e a prazo, relacionando-os com as variações da margem de lucro (ML) e a margem de contribuição (MC) de cada produto.

Os resultados indicaram que as bancadas (Verde Ubatuba, Cinza Ocre e Branco Siena), praticam preços de venda, em média 35,77% maior à vista e 36,13%

maior a prazo, em comparação ao realizado com base no *mark-up*. Ao contrário do que acontece com a divibox (Verde Ubatuba, Cinza Ocre e Branco Siena), onde seu preço médio à vista é 8,08% menor que o demonstrado pelo *mark-up*, bem como o preço a prazo, que também se apresenta 7,83% menor que a teoria proposta. Em relação à soleira (nas três especificações de granito), foi o produto que apresentou maior aproximação ao valor abordado pelo *mark-up*, atingindo variação de 0,65% maior à vista e 0,92% a prazo. A bancada de Verde Ubatuba a prazo, apresentou a maior margem de lucro (ML), com 12,12% maior do que o lucro desejado, já a divibox em Branco Siena à vista, apresentou variação negativa de -9,12% em relação a sua margem de lucro almejada. As margens de contribuição (MC) das bancadas e soleiras de Verde Ubatuba e Branco Siena, foram superiores na comparação entre os preços praticados e preços calculados com base na teoria *mark-up*, mas a soleira em Cinza Ocre e a divibox, apresentaram margem de contribuição (MC) negativas.

Tabela 5

Comparação entre o preço de venda à vista com base na teoria do *mark-up* e preço praticado pela empresa

Bancada			
Granito	Preço calculado à vista	Preço praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	R\$ 617,67	R\$ 852,06	37,95%
Cinza Ocre	R\$ 550,17	R\$ 784,13	42,53%
Branco Siena	R\$ 853,94	R\$ 1.083,00	26,82%
Granito	ML calculado à vista	ML praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	37,00%	48,66%	31,50%
Cinza Ocre	37,00%	49,64%	34,17%
Branco Siena	37,00%	45,96%	24,22%
Granito	MC calculado à vista	MC praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	47,82%	62,18%	30,01%
Cinza Ocre	47,82%	63,39%	32,56%
Branco Siena	47,82%	58,86%	23,08%
Soleira			
Granito	Preço calculado à vista	Preço praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	R\$ 31,33	R\$ 31,35	0,06%
Cinza Ocre	R\$ 27,28	R\$ 26,60	-2,49%
Branco Siena	R\$ 45,51	R\$ 47,50	4,37%
Granito	ML calculado à vista	ML praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	30,00%	30,03%	0,10%
Cinza Ocre	30,00%	28,74%	-4,20%
Branco Siena	30,00%	32,07%	6,89%
Granito	MC calculado à vista	MC praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	40,82%	40,86%	0,09%
Cinza Ocre	40,82%	39,31%	-3,70%
Branco Siena	40,82%	43,30%	6,07%
Divibox			
Granito	Preço calculado à vista	Preço praticado à vista	Varição
Verde Ubatuba	R\$ 124,71	R\$ 115,14	-7,67%

Cinza Ocre	R\$ 111,87	R\$ 103,74	-7,26%
Branco Siena	R\$ 169,67	R\$ 153,90	-9,30%
Granito	ML calculado à vista	ML praticado à vista	Variação
Verde Ubatuba	42,00%	38,89%	-7,40%
Cinza Ocre	42,00%	39,07%	-6,97%
Branco Siena	42,00%	38,17%	-9,12%
Granito	MC calculado à vista	MC praticado à vista	Variação
Verde Ubatuba	52,82%	48,90%	-7,42%
Cinza Ocre	52,82%	49,13%	-7,00%
Branco Siena	52,82%	47,99%	-9,15%

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 6

Comparação entre o preço de venda a prazo com base na teoria do *mark-up* e preço praticado pela empresa

Bancada			
Granito	Preço calculado a prazo	Preço praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	R\$ 648,43	R\$ 896,90	38,32%
Cinza Ocre	R\$ 577,56	R\$ 825,40	42,91%
Branco Siena	R\$ 896,47	R\$ 1.140,00	27,17%
Granito	ML calculado a prazo	ML praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	39,01%	50,19%	28,67%
Cinza Ocre	39,01%	51,13%	31,06%
Branco Siena	39,01%	47,63%	22,10%
Granito	MC calculado a prazo	MC praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	50,30%	64,07%	27,38%
Cinza Ocre	50,30%	65,22%	29,67%
Branco Siena	50,30%	60,91%	21,11%
Soleira			
Granito	Preço calculado a prazo	Preço praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	R\$ 32,89	R\$ 33,00	0,33%
Cinza Ocre	R\$ 28,64	R\$ 28,00	-2,23%
Branco Siena	R\$ 47,78	R\$ 50,00	4,65%
Granito	ML calculado a prazo	ML praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	32,34%	32,50%	0,48%
Cinza Ocre	32,34%	31,27%	-3,31%
Branco Siena	32,34%	34,43%	6,47%
Granito	MC calculado a prazo	MC praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	43,63%	43,82%	0,43%
Cinza Ocre	43,63%	42,34%	-2,94%
Branco Siena	43,63%	46,14%	5,75%
Divibox			
Granito	Preço calculado a prazo	Preço praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	R\$ 130,92	R\$ 121,20	-7,43%

Cinza Ocre	R\$ 117,44	R\$ 109,20	-7,01%
Branco Siena	R\$ 178,12	R\$ 162,00	-9,05%
Granito	ML calculado a prazo	ML praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	43,77%	40,92%	-6,52%
Cinza Ocre	43,77%	41,09%	-6,13%
Branco Siena	43,77%	40,23%	-8,09%
Granito	MC calculado a prazo	MC praticado a prazo	Variação
Verde Ubatuba	55,06%	51,46%	-6,55%
Cinza Ocre	55,06%	51,67%	-6,16%
Branco Siena	55,06%	50,59%	-8,12%

Fonte: Elaborado pelos autores

Os resultados apresentados evidenciam que as informações são importantes, pois proporcionam ao administrador uma melhor gestão da precificação. Principalmente pelo fato de a empresa não utilizar informações detalhadas sobre a gestão de custos e, por consequência, reflete na apuração do custo real dos produtos, o que pode causar a realização de um preço desproporcional, menor que os custos reais ou muito maior, podendo ocasionar prejuízos à empresa pela falta de controle.

No caso das bancadas, a empresa poderia praticar preços de venda mais baixos no mercado, a fim de ganhar competitividade diante da alta concorrência do setor e aumentar seu volume de vendas. Em contrapartida, com preços mais atrativos, a empresa pode aumentar seu número de vendas e, consequentemente, seus lucros. Já em relação à divibox, o lucro desejado e a margem de contribuição (MC) não foram positivos. Nesse caso, é fundamental realizar uma análise para buscar estratégias na gestão de custos, a fim de minimizar os custos de produção e maximizar as vendas.

4.2.5 Análise qualitativa entre o preço praticado e o preço com base na teoria e mutações do mercado

Bruni e Famá (2019) apontam que a tomada de decisão associada à gestão financeira deve estar relacionada aos custos incorridos e aos preços praticados. Aplicar mecanismos que auxiliem na gestão de custos, precificação e auxílio para tomada de decisão, são pontos importantes para que as empresas se mantenham competitivas e aumentem sua geração de lucro.

Também é necessário analisar o valor percebido pelo mercado, que justifica a cobrança de preços oportunos. Dessa forma, constata-se que os aspectos qualitativos influenciam na formação do preço de mercado, e podem justificar algumas variações entre o preço praticado e o preço calculado.

Por meio de uma entrevista não estruturada com o gestor da marmoraria, responsável pela tomada de decisão, observou-se que este reconheceu a qualidade da informação originada pela modelagem de precificação com base na teoria, pois afirmou que adquiriu a possibilidade de selecionar alternativas que maximize seus resultados, em função das escolhas baseadas na teoria do *mark-up*, possibilitando criar estratégias para fidelizar e impulsionar os clientes a adquirirem outros produtos da empresa, como por exemplo: praticar um preço de venda um pouco abaixo que o preço apurado na teoria, para torná-lo atrativo, mas que consiga compensar a compra feita pelo cliente por meio de outros produtos com margens de contribuição maiores.

Além de proporcionar maior assertividade na tomada de decisão e na formação de preço de venda, o gestor ressaltou que por se tratar de um setor sensível à

economia, a marmoraria necessita de métodos que a façam gerir seus custos de maneira eficiente, proporcionando maior preparo para enfrentar possíveis mutações do mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo da pesquisa foi identificar as contribuições da gestão de custos e precificação no processo decisório das empresas de mármore e granito e de forma específica por meio de estudo de caso único, identificar custos e despesas de determinado período e aplicar a modelagem de precificação com base no mark-up e comparar com a precificação praticada pela empresa. Para atingir os objetivos, metodologicamente uma pesquisa descritiva e exploratória, um estudo de caso com pesquisa de campo, observação não participante e dados coletados com base nas demonstrações contábeis, entrevistas com o gestor, documentos gerenciais e relatórios de controle elaborados pela empresa. Com abordagem qualitativa e quantitativa com o auxílio do software *Microsoft® Office Excel 365*.

Os achados da pesquisa permitiram concluir, que as informações de custos e precificação são importantes, pois proporcionam ao administrador uma melhor gestão de custos e precificação. Principalmente pelo fato de a empresa pesquisada não utilizar informações detalhadas sobre a gestão de custos e, por consequência, distorções entre o preço praticado e preço calculado, o que gera preços desproporcionais, menor ou maior do que os custos reais, podendo ocasionar prejuízos à empresa. Com a pesquisa foi possível obter informação de qualidade para subsidiar a assertividade durante a tomada de decisão dos proprietários, pois, a descoberta é calcular, controlar e realizar a gestão de custos com foco no resultado. Os resultados evidenciam que a comparabilidade entre a gestão de custos e precificação praticada com base no mercado e a gestão e precificação com base na teoria de custos, aumentam a qualidade das informações geradas, e consequentemente amplia a assertividade do gestor durante o processo de tomada de decisão, permitindo um melhor ajuste e/ou adequação do preço de venda a ser praticado. Uma melhor prática da apuração dos cálculos dos custos e precificação dos produtos, e a ampliação do controle e gestão dos custos e preço pode garantir melhores resultados na empresa. A possibilidade de adequação do preço de venda praticado, permite priorizar a venda dos produtos com maior margem de contribuição e consequentemente desempenho superior aos concorrentes.

A pesquisa contribuiu para que o administrador da marmoraria pudesse conhecer, desenvolver e utilizar as informações de gestão de custos em conjunto com a modelagem de formação do preço de venda no processo decisório empresarial, observando aspectos externos do mercado.

Destaca-se que a pesquisa possui limitações, por ser realizada em uma empresa única do setor de marmoraria e a aplicação da análise em três produtos, portanto, os resultados não podem ser generalizados para outras empresas, mas, podem servir de base para outras pesquisas e discussões acerca da gestão de custos, precificação e tomada de decisão.

Para futuras pesquisas, sugere-se estudo múltiplo em empresas do ramo de mármore e granito, incluindo maior variedade de produtos, bem como análise detalhada sobre o impacto dos fatores externos no preço praticado.

REFERÊNCIAS

- Bernardi, L. A. (2017). *Formação de Preços - Estratégias, Custos e Resultados* (5ed.). Grupo GEN.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597011531>
- Bornia, A. C. (2010). *Análise gerencial de custos: aplicação em empresas modernas* (3ed.). Grupo GEN.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522485048>
- Bortoluzzi, C. A. P.; Chiossi, S.; Camargo, T. F.; Manfroi, L. & Correa, J. C. (2020). Contabilidade de custos e formação do preço de venda: um estudo de caso em uma padaria. *Revista ABCustos*, v. 15(1), 176-206.
<https://doi.org/10.47179/abcustos.v15i1.552>.
- Bruni, A. L. & Famá, R. (2019). *Série Finanças na Prática - Gestão de Custos e Formação de Preço* (7ed.). Grupo GEN.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597021059>
- Correia, T. A., & Vallim, C. R. Mix e Preço na Tomada de Decisão: Um estudo de caso em uma empresa de pequeno porte de tintas imobiliárias. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de
<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4688>.
- Machado Costa, I., Nascimento Araújo, M., & Roberto Vallim, C. (2022). Mix e precificação na prestação de serviços: um estudo em uma empresa contábil. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de
<https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/4943>
- Crepaldi, S. A., & Crepaldi, G. S. (2017). *Contabilidade Gerencial - Teoria e Prática* (8ed.). Grupo GEN.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597011654>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto* (5ed.). Grupo A.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9786581334192>
- de Castro, T. A., de Oliveira, O. V., Cisne, A. T. C., & Bezerra, L. O. G. (2018). Custeio por absorção x custeio variável: o método de custeio mais apropriado para gerar informações que auxiliam na tomada de decisão. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de
<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4524>
- de Paula, H. A.; & Gomes, J. S. (2015). Gestão estratégica de custos: estudos de casos de empresas industriais do setor de construção naval localizadas no estado do Rio de Janeiro. *Revista ABCustos*, v. 10(3), 1-25.
<https://doi.org/10.47179/abcustos.v10i3.209>
- Filho, C. C; Rodrigues, E. P, & Artur, A. C. (2004). Panorama técnico - econômico do setor de rochas ornamentais no Brasil. *Geociências*, v. 23, 5-20.
<http://hdl.handle.net/11449/106896>.

- Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2012). *Contabilidade gerencial* (14ed.). Grupo A.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788580551624>
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2012). *Gestão de Custos: Contabilidade e Controle*. Cengage Learning Brasil.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522109364>
- Martins, E. (2018). *Contabilidade de Custos* (11ed.). Grupo GEN.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597018080>
- Megliorini, E. (2006). *Análise e gestão de custos* (2ed.). Pearson Prentice Hall.
- Mendes, R. C. & Montibeler E. E. (2022). Gestão estratégica de custos: um estudo sobre sua aplicação e utilização em micro e pequenas empresas do setor de serviços. *Revista ABCustos*, v. 17(1),56-79.
<https://doi.org/10.47179/abcustos.v17i1.619>
- CENTROROCHAS (2022). *Mercado: Perfil do setor brasileiro*. Disponível em:
<https://centrorochas.org.br/mercado/>. Acesso em: 27/09/2022.
- oliveira, K. H., Ribeiro, P. P., & Vallim, C. R. Um estudo comparativo entre o preço de venda com base no mark-up e o preço de venda praticado no comércio eletrônico. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4793>.
- Padoveze, C. L. (2014). *Contabilidade de custos*. Cengage Learning Brasil.
<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522113835>. Acesso em: 26/10/2022.
- Prata, D. da S., & Vallim, C. R. Gestão de custos e o processo decisório por meio de mix de produtos e serviços: um estudo em uma empresa do ramo de festas e eventos. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de <https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/4683>.
- Rohenkohl, L. B., Vieira, E. P., & Filipin, R. Sistema de Custeio e Formação do Preço de Venda: Estudo de Caso no Ramo de Marmoraria. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de <https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/3722>
- SINDIROCHAS Espírito Santo, 2022. Disponível em:
<https://www.sindirochas.com/associe-se.php>. Acesso em 28/09/2022.
- Vallim, C. R. (2012). *Formação do Preço de Venda*. Apostila da disciplina Contabilidade de Custos II–Curso de Ciências Contábeis. Vitória, UFES.
- Vallim, C. R., Lima, L. T., Vallim, M. da P. B. L., & Fiorio, G. G. T. (2017). Formação do preço alinhado à mix de produtos: o caso da arte reborn. *Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC*. Recuperado de <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4357>

- Vallim, C. R., & de Souza, H. F. R. Gestão de custos através do custeio variável de mix de produtos: estudo e aplicação em uma indústria de rochas ornamentais no município de Mimoso do Sul. Anais Do Congresso Brasileiro De Custos - ABC. Recuperado de <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3688>.
- Vasconcelos, I. Informativo Econômico: A Construção Civil mostra sua força e cresce acima da economia nacional. Banco de dados, Câmara Brasileira da Indústria da Construção. Disponível em: <https://cbic.org.br/wp-content/uploads/2022/09/informativo-economico-pib-2-tri-2022.pdf>. Acesso em: 26/09/2022.
- Viceconti, P. & Neves, S. D. (2018). *Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo* (12ed.). Editora Saraiva. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788553131297>. Acesso em: 25/10/2022.
- Vergara, S. C. (2016). *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração* (16ed.). Grupo GEN. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597007480>. Acesso em: 04/02/2023.
- Wernke, R. (2018). *Análise de custos e preço de venda* (2ed.). Editora Saraiva. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788553131860>. Acesso em: 20/10/2022.
- Wernke, R., dos Santos Faccenda, L., & Junges, I. (2018). Gestão de custos em escola de idiomas: estudo de caso com aplicação da Análise Custo/Volume/Lucro. *ABCustos*, 13(1), 77-108.