

Área Temática: Finanças.

CONTABILIDADE DE CUSTOS: Uma análise do método de custeio utilizado pelo estabelecimento Alfa na cidade de Uruçuí - PI

RESUMO

O objetivo geral “analisar o método de custeio para definição do preço de custo dos produtos vendidos do estabelecimento Alfa na cidade de Uruçuí-PI”. Para tanto, realizou-se uma pesquisa aplicada, exploratória, qualitativa e quantitativa, utilizando como estratégia de pesquisa o estudo de caso único, adotando como técnicas de coleta de dados a entrevista semiestruturada, observação e documentos. Por fim, como técnica de análise, utilizou-se a análise de conteúdo e estatística descritiva, por meio da utilização do software de apoio Excel (2013). Como resultado, observou-se que a aplicação do método de custeio por absorção alcançou entre custos e despesas para produzir uma porção de arrumadinho de 0,627g, o valor de R\$ 8,44. Como resultado, também, constatou-se que a porção é comercializada a R\$ 10,00. Permitindo com isso a constatação de que o estabelecimento obtém lucro de 16,6%, resultando em um lucro mensal de R\$ 298,8 somente com este produto, levando em consideração a capacidade produtiva do estabelecimento, que são de 180 (cento e oitenta) unidades de arrumadinhos mensais.

Palavras-chaves: Custos. Métodos de custeios. Preço de venda.

ABSTRACT

The general objective “to analyze the costing method to define the cost price of products sold at the Alfa establishment in the city of Uruçuí-PI”. For that, an applied, exploratory, qualitative and quantitative research was carried out, using as a research strategy the single case study, adopting semi-structured interviews, observation and documents as data collection techniques. Finally, as an analysis technique, content analysis and descriptive statistics were used, using the support software Excel (2013). As a result, it was observed that the application of the absorption costing method reached between costs and expenses to produce a tidy portion of 0.627g, the value of R \$ 8.44. As a result, it was also found that the portion is sold at R \$ 10.00. Thus allowing the verification that the establishment obtains a profit of 16.6%, resulting in a monthly profit of R \$ 298.8 only with this product, taking into account the productive capacity of the establishment, which are 180 (one hundred and eighty) monthly of “arrumadinhos” units.

Keywords: Costs. Costing methods. Sale price.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Martins (2008), a administração financeira, que na primeira revolução industrial desempenhava o papel somente de controle financeiro do pessoal, do rendimento e definia por quanto o produto seria vendido, evoluiu em decorrência do surgimento e da guinada das grandes indústrias. Assim, fez-se necessário aprofundar-se no conceito de custos (CREPALDI, 2009).

Por seu turno, Santos (2011, p. 18) quando aborda sobre tal temática, afirma que, “no sentido mais amplo, a finalidade dos custos é mostrar os caminhos a serem percorridos na prática da gestão de um negócio” [...]. Ou seja, refere-se ao planejamento do controle de custos e lucros. Pois, é extremamente importante para enfrentar os concorrentes que trabalham no mesmo ramo, que comercializam os mesmos produtos.

Portanto, estudar o tema em questão, surge de uma indagação quanto ao uso da contabilidade de custos e ao método de custeio utilizado pelo estabelecimento Alfa do setor alimentício na cidade de Uruçuí - PI, tendo para análise específica uma pequena empresa local.

Diante das considerações expostas, a presente pesquisa visa responder a seguinte pergunta: **“Qual o método de custeio utilizado pelo estabelecimento Alfa para a definição do preço de custo dos produtos vendidos?”** Para responder esse questionamento, estabeleceu-se como objetivo geral “analisar o método de custeio para definição do preço de custo dos produtos vendidos do estabelecimento Alfa na cidade de Uruçuí-PI”. Dito isso, o presente trabalho justifica-se pela importância de se buscar saber os custos de uma produção, que por um lado pode afetar o consumidor, caso seja superestimado, e caso seja subestimado, pode gerar prejuízos ao comerciante, sobretudo em empresas de pequeno porte e informais. As informações geradas e o método aplicado permitem mais consciência na tomada de decisões futuras, por discriminar minuciosamente o valor dos insumos, os custos totais fixos e variáveis e possíveis lucros. Permite ainda contribuir com estudos futuros que visam empresas do mesmo porte.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contabilidade de Custos

Segundo Slavov (2012, p. 141) custo é o sacrifício de recursos econômicos para atingir determinado objetivo. Esse conceito mais abrangente de custo, já permite visualizar dentro das organizações, as formas como se dá esses sacrifícios e os objetivos almejados. Diante desse cenário, surge a contabilidade de custos (MARTINS, 2008).

No entanto, Ferreira (2013) separa a contabilidade de custos na área de serviços e industrial. Pois estas, que são responsáveis pelos gastos decorrentes da produção de determinado produto ou prestação de um serviço, através dos sistemas de custeios, que são técnicas, critérios, métodos usados para apropriar os custos a produção, sendo alguns deles: custeio por absorção, variável, ABC e custo-padrão. Conceitos estes, que serão abordados em maior profundidade nas seções posteriores.

2.2 Métodos de Custeios

De acordo com a literatura revisada, os motivos que justificam a importância dos métodos de custeio, destacam-se Hoji (2010) e Santos (2011), pois os autores relatam que a apuração e análise dos custos permite aos gestores subsídios, propriedades para tomar decisões, quanto a: negociações de preços com clientes;

quanto a escolha de fornecedores; e os gastos individuais que compõem o preço do produto, assim, permitindo o controle, para sempre procurar reduzir custos. De modo geral, permite lucidez no processo de gestão da produção.

Portanto, esses métodos, de acordo com a literatura revisada, dividem-se vários métodos de custeio. Entretanto, para esse trabalho foram utilizados: Custeio por Absorção; Custeio Variável; e Custeio ABC. Como vê-se nos tópicos seguintes

2.2.1 Custeio por Absorção

De acordo com Santos *et al.* (2006) e Garrison *et al.* (2013) afirmam que o custeio por absorção trata todos os custos de produção como custo de produto, o que independe de serem variáveis ou fixos. Dessa forma, o custeio por absorção aloca uma porção dos custos gerais de produção fixos a cada unidade de produto, com os custos de produção variáveis.

Por fim, para Berto; Beulke (2017) o sistema de custeio por absorção apropria aos produtos, as mercadorias ou aos serviços tanto custos e despesas diretas (fixas e variáveis) como custos e despesas indiretas (fixas e variáveis) incorridos na atividade empresarial.

2.2.2 Custeio Variável

Segundo Santos *et al.* (2006) e Galvão *et al.* (2008) afirma que o custeio variável agrega muitas vantagens, o que possibilita de ser utilizado para uma gama mais ampla de produtos, divisões, mercadoria e serviços, permitindo maior atenção na análise do potencial de cada um na geração dos lucros. Nesse sentido, pelo fato de também ser conhecido como custeio direto e custeio marginal, o custeio variável permite visualizar apenas os custos variáveis atribuído à produção do produto ou serviço, os custos fixos gerais ficam de fora, por serem constantes independentemente de haver produção ou não (GARRISON *et al.* 2013). Entretanto, para Viceconti; Neves (2017) o custeio variável, de acordo os autores, pelo fato de no período que a empresa não produz, o custo fixo mantém-se constante, não há como considerá-los como custo de produção, considerando assim, somente os custos variáveis.

Portanto, de acordo com Coronado (2017) conclui-se que o custeio variável pode ser classificado “como sendo um método mais gerencial, pelo fácil entendimento, e a facilidade que ele permite a atribuição dos preços de venda”.

2.2.3 Custeio ABC

O método de custeio por atividade (ABC - abreviatura do inglês “Activity Based Costing”) originou da tentativa de melhorar a qualidade da informação contábil para a tomada de decisões nas organizações (DUTRA, 2003; SANTOS *et al.* 2006). Assim, para Garrison *et al.* (2013), os autores destacam que mesmo sendo usado mais como um método de complemento, o custeio ABC tem a capacidade de alocar os custos fixos e variáveis, e algumas despesas que porventura tenham sido geradas pela produção, tudo isso para permitir gerar relatórios com informações de custos mais complexa que deem mais confiança para os gestores (GUIMARÃES NETO, 2016; WERNKE, 2017).

Por fim, o custeio ABC, surge como sendo o aperfeiçoador do custeio por absorção, já que defini mais que critérios de rateio, usando rastreamentos dentro dos setores de produção para que a alocação dos valores dentro desses setores seja atribuída de acordo com o consumo proporcional das atividades.

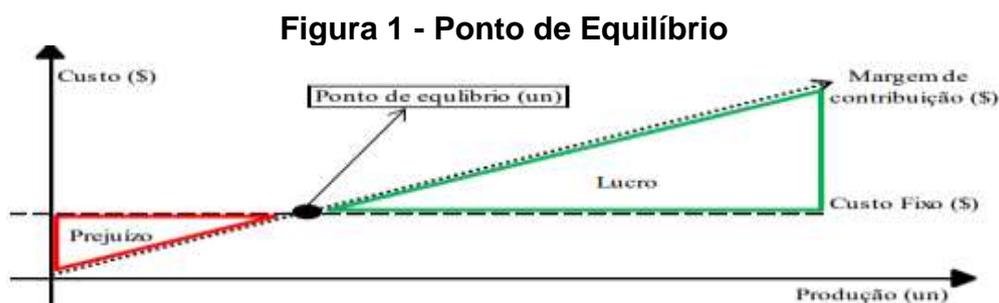
2.3 Margem de Contribuição

De acordo com Espindula (2015) “a margem de contribuição indica quanto sobra das vendas para que a empresa possa pagar suas despesas fixas e ainda assim gerar lucros”. De acordo com o autor é fundamental que o valor da margem de contribuição seja superior aos custos e despesas fixas, permitindo assim a geração de lucro (DAMASCENO; AVALCA, 2012).

Portanto, ainda de acordo com os autores, a margem de contribuição é um indicador importante para analisar o quanto a empresa está fazendo sobrar para pagar as despesas fixas e realizar os investimentos. Ela também é essencial para o cálculo do ponto de equilíbrio.

2.3.1 Ponto de Equilíbrio

Segundo Hoji (2010) e Santos (2011), o ponto de equilíbrio (PE) é o volume de vendas necessários para pagar todos os custos e despesas fixos. Já para Espindula (2015) o ponto de equilíbrio determina o faturamento mínimo necessário da empresa para cobrir seus custos totais. É uma ferramenta que auxilia quando a empresa precisa equilibrar as suas receitas com os seus custos e suas despesas. Conforme observa-se na Figura 1:



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de Matiola (2018)

Sendo assim, o ponto de equilíbrio resume aos gestores o momento exato em que a receita se iguala aos seus gastos, garantindo informações precisas quanto ao volume de vendas necessário para o alcance do lucro desejado.

2.4 Formação do preço de venda

De acordo com a literatura revisada, a determinação do preço de um produto ou serviço em processo de negociação costuma orientar as empresas para o uso racional dos recursos. Portanto, segundo Miqueletto (2008, p. 49), essa prática permite inserir “quantidades de produtos compatíveis com as reais tendências e capacidades de absorção da produção realizada” (CARDOSO, 2011). Desse modo, o custo e o preço de venda estimulam o planejamento e o controle da organização, tanto em termos de atenção ao cliente quanto de cobertura dos custos (GARRISON et al., 2013; LIZOTE et al. 2015).

Para que isso ocorra, Coltro e Pazzini (2017) destacam que a gestão financeira deve focar na estratégia de formação de preço que encaixe com o tipo de negócio, tipo de mercadoria e perfil dos clientes. Garantindo assim lucratividade do negócio, cobrindo os custos e uma competitividade atrativa para os clientes.

2.5 Métodos de Formação do Preço de Venda

2.5.1 Baseado no custo

Os sistemas de acumulação de custos são importantes mecanismos

utilizados nas sucessivas transferências de valores aos produtos ou serviços ofertados pelas empresas (VIDIGAL FILHO et al, 2013). Segundo Guerreiro e Amaral (2015) há certas empresas que tomam frente e formam seus preços, estas, se fazem de fórmulas e técnicas no qual inserem seus custos, de modo a averiguar determinadas variáveis muito influentes, como a maturidade conceitual da empresa, as características dos produtos e dos clientes e os objetivos.

Já para Martins (2008) o custo de um bem ou serviço “é a base do cálculo para se obter o preço desejado”, no qual se acrescenta em seguida os gastos não incluídos nos custos, comissões, tributos e o lucro desejado pela empresa - a esse conjunto de contas dar-se o nome de mark-up, ou seja, o custo do bem ou serviço mais o mark-up é que formará o preço final (SANTANA; SILVA; GONÇALVES, 2017). Assim, o preço unitário que a empresa define vender seus produtos multiplicado pela quantidade vendida, resultará na receita bruta. Para formação desse preço unitário usasse a seguinte fórmula: receita bruta resulta da soma dos custos mais despesas mais lucro mais tributos.

2.5.2 Baseado na concorrência

De acordo com Hoji (2010, p. 363) “em um mercado globalizado, existem muitos produtos com qualidades semelhantes, e a competitividade se dá pelo preço”. Para o autor, este preço, ainda segundo o autor, é regido pelo mercado, fazendo com que haja mais pressão por uma gestão eficaz da redução de custo e despesas, tendo em vista vender produzindo pelo menor custo possível para que se possa atingir um lucro maior.

Pinto e Moura (2011) julgam como sendo o método mais simples, por ter como fator de análise, somente a concorrência, deixando de lado a demanda e seus custos. (Canever *et al*, 2012) menciona os concorrentes e seus preços como sendo guias para tomada de decisão de preço para os produtos semelhantes e ou substitutos.

2.5.3 Método de formação de preço misto

Essa lógica, parte da necessidade em formar o preço-base, apoiado nos custos, e criticá-lo frente às características de mercado (concorrentes, volume de vendas, condições de entrega, qualidade etc.) para fixação do preço mais apropriado para a precificação das mercadorias (BRUNI et al, 2003).

Assim, Loch (2011) considera que a precificação adequada das mercadorias garante a continuação das organizações no mercado, posto isso ele segue afirmando que o preço deve ser atrativo, competitivo no mercado, deve cobrir os gastos da organização e gerar lucro. Características essas que são inerentes ao método misto de formação do preço de venda.

Por seu turno, Canever et al. (2012, p. 15-27) comentam que a determinação e a formação do preço de venda requerem um planejamento cuidadoso dos aspectos internos e externos da organização. Nessa conjuntura, a definição do preço de venda representa uma atribuição importante dos indivíduos que atuam no processo de planejamento e tomada de decisão (RIZZI, 2018).

Para Silva (2017) a gestão da empresa tem e estar sempre à procura de conhecimento sobre o assunto de formação de preço de venda, é o primeiro passo para ter o retorno ideal sobre os investimentos e um modelo de gestão consolidado, o segundo, é utilizar mais que uma base de precificação, o ideal seria apoiar-se no modelo misto, de custos, na concorrência e no mercado, melhorar sua rentabilidade.

Por fim, o método de formação de preço misto torna-se mais abrangente que

os demais se levado em consideração que este é originado de fatores internos e externos à empresa, possibilitando que as organizações formem o preço de seus produtos ou serviços mais competitivos por não se basearem apenas em si mesma de forma isolada, mas de forma holística considerado o mercado e a concorrência.

2.5.4 Mark-up

O Mark-up é provavelmente um dos métodos mais utilizados do mercado, se não o mais utilizado (SILVA; SILVA, 2015). Segundo Santos (2016) o Mark up é definido como a soma de uma margem fixa ao custo unitário do produto a fim de se obter o preço final, tendo como objetivo cobrir outros custos que porventura não tenha sido alocado no cálculo dos custos unitários. Na lógica dos autores, esta margem, geralmente percentual, deve cobrir todos os custos e despesas e propiciar um determinado nível de lucro. As variações possíveis em sua aplicabilidade dependem da base de custos escolhida.

2.6 FOOD SERVICE

Leal (2010) contribui ao definir “O *food service* é o termo utilizado para refeições preparadas fora do lar e que abrange as refeições realizadas nos locais de trabalho, lazer, em hotéis e hospitais, refeições (adquiridas pelos consumidores) consumidas no domicílio, porém preparada em outro local. De acordo com Moysés Filho (2013) com o ritmo que a vida contemporânea demanda os hábitos dos consumidores têm sofrido modificações, o que acaba por incentivar o crescimento da oferta de alimentos. Ainda segundo o autor a propagação da alimentação fora do lar é um fenômeno mundial decorrente da elevada urbanização ocorrida a partir da segunda metade do século XX, como também da crescente participação da mulher no mercado de trabalho e o aumento do tempo de locomoção nas áreas urbanas.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), em 2018 o faturamento dos serviços de Food Service chegou a R\$ 172,6 bilhões, ou seja, 32,9% das vendas no mercado interno. É um mercado com 1,3 milhões de pontos de vendas no Brasil, ainda segundo a (ABIA) em 2018 esse segmento apresentou um crescimento de 4,8%.

Segundo o estudo realizado pelo Instituto Foodservice Brasil (IFB) (2018), o gasto médio do brasileiro com alimentação fora de casa atingi 28%, com um ticket médio de R\$ 13 reais. O que para Serson; Machline; Moura (2018) decorrem de motivos como: maior participação das mulheres no mercado de trabalho, faltando-lhes tempo para as tarefas domésticas e também por mudanças na estrutura familiar, que passam a ter maior orçamento para lazer ao abrirem mão de terem filhos.

De acordo com o levantamento da pesquisa “Preço médio da refeição fora do lar” produzido pela Associação Brasileira das Empresas de Benefício ao trabalhador (ABBT) 2019, a população nordestina é a que menos gasta para comer fora de sua residência tendo como média R\$ 32,66, média essa que é menor que a média nacional de R\$ 34, 84.

Ainda de acordo com a pesquisa, se comparado as cinco regiões, o Nordeste foi o que teve a menor evolução percentual no preço médio da alimentação fora de casa nos últimos 5 anos, passando de R\$ 26,98 em 2014 para R\$ 32,66 em 2019, um aumento de 21,05 %. a região sudeste por sua vez lidera a lista de mais cara com média de R\$ 35,72, em segundo Centro-Oeste com média de R\$ 35,16, o Sul ocupa a terceira posição com média de R\$ 34,18, logo após vem o norte na quarta

colocação com média de R\$ 33,74 e só então vem o Nordeste na quinta posição.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa foi classificada em um estudo de natureza quantitativo e qualitativo para responder ao seguinte questionamento: “Qual o método de custeio utilizado pelo estabelecimento Alfa para a definição do preço de custo dos produtos vendidos?”. No que tange à abordagem do problema, caracteriza-se como mista, ao passo que pesquisas mistas são aquelas que se caracterizam pelo emprego e quantificação na coleta e no tratamento das informações por meio de técnicas estatísticas (RICHARDSON *et al.*, 2009). Nesse sentido, a pesquisa se enquadra como descritiva e exploratória quanto aos seus objetivos.

Segundo Bertucci (2012), pesquisas exploratórias são aquelas que buscam descrever com detalhamento, proximidade e de forma inovadora determinados problemas. A pesquisa se classifica como um estudo de caso único, pois “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2010 p. 39), auxiliando para alcançar os objetivos traçados.

Na perspectiva de Bertucci (2012), o estudo de caso analisa e descreve um problema específico em profundidade e acrescenta que este não deve ser confundido com o método de caso ou *case study*, pois o último objetivo torna conhecido a estudantes uma situação prática organizacional levando-os através de metodologia didática e de desenvolvimento própria a simular situações desses ambientes. Podendo também reunir dados mais aprofundado com a utilização de diferentes técnicas de pesquisa procurando entender determinado caso e descrever a complexidade de um dado caso (MARCONI; LAKATOS, 2011).

O protocolo de estudo de caso foi estruturado com base em Eisenhardt (1989), conforme explicitado no Quadro 1.

Quadro 1 - Processo de construção da teoria no estudo de caso

Etapas	Diretrizes	Procedimento metodológico da pesquisa
Início	Definição do problema de pesquisa.	Literatura analisada
Selecionar o caso	Especificar e selecionar o caso.	Literatura analisada
Construir instrumentos e protocolos	Utilizar múltiplos métodos de coleta de dados, para realizar a triangulação, e assim, fortalecer a fundamentação teórica.	Entrevista semiestruturada e análise documental.
Entrar no campo	Sobreposição da coleta e análise dos dados, incluindo notas de campo e coleta de dados flexíveis.	Entrevista semiestruturada e análise documental.
Analisar os dados	Analisar caso a caso.	Analisar caso a caso
Refinar proposições	Tabulação iterativa de evidências.	Entrevista semiestruturada e análise documental.
Envolver a literatura	Comparação com literatura conflitante; e Comparação com literatura semelhante, uma vez que desenvolve a validade interna, aumenta o nível teórico e aprimora as definições de construção, e ainda aumenta a generalização, melhora a definição da construção e eleva o nível teórico.	Literatura analisada, Entrevista semiestruturada e análise documental.
Alcançar o encerramento	Saturação teórica quando possível.	Entrevista semiestruturada e análise documental.

Fonte: Adaptado de Eisenhardt (1989, p.533)

Além do roteiro de entrevista semiestruturada, foram coletados documentos comprobatórios visando à triangulação dos dados e diminuindo a possibilidade de viés que pode ocorrer em estudos qualitativos, conforme sugerido por Eisenhardt (1989), Yin (2010) e Creswell (2010). A coleta de dados foi dividida em duas etapas. A primeira etapa compreendeu a coleta bibliográfica sobre as temáticas de contabilidade de custos. A segunda etapa envolveu o estudo de caso na empresa pesquisada, com a utilização dos seguintes métodos de coleta de dados: (i) entrevista semiestruturada; (ii) análise documental; e (iii) observações.

A entrevista semiestruturada que foi aplicada a proprietária se faz necessária para entender a contabilidade da empresa de modo geral e como é realizado o custeio para a formação do preço de venda. Seguida da análise documental, que servirá ou para colocar a prova o método que ela utiliza ou para aplicar um método adequado segundo a literatura. Para isso serão feitas observações da produção para captar os custos e despesas inerentes ao produto.

Conforme requisitos apresentados em Yin (2010) e em Creswell (2010), este estudo seguiu os padrões éticos, protegendo a identificação dos sujeitos que participaram da pesquisa, e obtendo o consentimento informado de todas as pessoas que farão parte da pesquisa. Destaque-se que os documentos coletados, de acordo com o que recomenda Cellard (2010), foram organizados para fornecerem indicadores e relatórios de análise, de modo a complementar as entrevistas, conforme a caracterização apresentada no Quadro 2.

Quadro 2 - Caracterização dos documentos coletados

Cód	Documento	Setor	Fonte
D001	Contas de energia elétrica	Gerência	primária
D002	Contas de água	Gerência	primária
D003	Notas de compras	Gerência	primária

Fonte: Elaborado pelo autor (2019).

Assim, estes documentos citados acima foram analisados e usados como referências para alcançar o objetivo geral de analisar o método de custeio para definição do preço de custo dos produtos vendidos do estabelecimento Alfa na cidade de Uruçuí - PI.

Por fim, os dados quantitativos, foram analisados, por meio da estatística descritiva. A estatística descritiva é formada por um conjunto de medidas que têm por objetivo melhorar a compreensão do comportamento de dados (FÁVERO et al., 2009). Além disso, serve para organizar, resumir e apresentar dados estatísticos (GIL, 2008). Por seu turno, os dados coletados via observação (diário de campo) e entrevista (transcrições) foram analisados, conforme proposto por Creswell (2007), a partir da extração de sentido desses dados, interpretando-os.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Descrição do Estudo de Caso

O local alvo do estudo é enquadrado em uma microempresa pelo porte, mas que não é formalizada. O estabelecimento, iniciou suas atividades em março de 2018 vendendo como prato principal, o beiju com vários tipos de recheios, também conhecido como tapioca. Por seguinte, passou a compor o cardápio, um prato típico da região, que é conhecido como “arrumadinho”. Este é composto por uma porção de Maria Isabel, creme de galinha e acompanhado com carne na chapa. Destaque-se que desde o início do empreendimento, até os dias atuais, não foi contratado nenhuma pessoa, sendo a família a responsável por toda a gestão do negócio.

Assim, mais especificamente, uma pessoa na cozinha e outra no atendimento, quando a filha está, ajuda na cozinha.

4.2 Apresentação da contabilidade do estabelecimento

A entrevistada foi questionada como funcionava toda a contabilidade do local, a proprietária alegou que assim que abriu o estabelecimento mantinha registros somente das entradas do que era vendido, e que no dia seguinte era retirada o valor para compras de mais matérias primas, restando um valor que a mesma acreditava ser o seu lucro, afirmou ainda que ao longo do tempo deixou de fazer esses registros, alegando que o aumento da demanda fez com que perdessem o controle.

Em relação a retirada previamente estabelecida do pró-labore, ela afirma não fazer essa retirada. De modo geral o estabelecimento não mantinha nenhuma prática contábil gerencial. Questionada sobre as despesas administrativas, alegou que não havia, pois, o estabelecimento não é registrado, tendo somente despesa com internet e nenhuma mão de obra.

De acordo com as observações de campo, percebe-se que a contabilidade do empreendimento familiar é insuficiente ou quase inexistente no sentido gerencial, pois, não mantém até o momento, nenhum registro contábil. Fato este que de acordo com Faria; Azevedo; Oliveira, (2012) justifica-se pelo fato de o proprietário na maioria das vezes continuar à frente da gestão do negócio, mesmo sem formação específica em contabilidade ou áreas afins. Nos relatos, a proprietária também deixou claro que em relação a definição do preço de venda dos produtos, não há uma consciência em levar em consideração a matéria prima, mão de obra e outros gastos, para formular o preço final de venda.

Por fim, a implementação de um método de custeio para o local teria de superar dificuldades extremas, pois, o estabelecimento funciona na frente da casa, estando interligadas às contas de água e luz e o uso do gás de cozinha é consumido pela lanchonete e para fazer refeições da casa, tornando complexo o trabalho de rateio destas contas, que teria de ter a princípio uma separação do consumo da lanchonete.

4.3 Método de custeio adequado para o estabelecimento

Tendo em vista a literatura e as especificidades dos métodos de custeio abordados neste trabalho, foi possível constatar que, atribuindo os custos diretos e indiretos, fixos e variáveis aos produtos, ou seja, o custeio por absorção é o mais vantajoso para este tipo de negócio. Para aplicar o método de custeio por absorção, foi necessário a princípio a escolha de um produto em específico. Para o caso, foi considerado o produto 'arrumadinho', vendido por R\$ 10 reais e é composto por Maria Isabel, creme de galinha e carne frita na chapa, tendo em vista que este é um prato típico da região e comercializado em muitos estabelecimentos da cidade.

O Quadro 3, logo abaixo, é composto pela soma dos insumos/ingredientes da Maria Isabel, creme de galinha e carne na chapa, com suas respectivas quantidades que a compõe e valor.

Quadro 3 - Relação dos insumos para o preparo do “Creme de galinha”

Produto: Creme de Galinha	Valor	Quant. por porção	Unid.	Unid. de medida	Total
Milho Verde	R\$ 1,90	1	Sachê		R\$ 1,90
Maisena	R\$ 1,99	1	Caixa		R\$ 1,99
Creme de leite	R\$ 1,69	1	Caixa		R\$ 1,69
Azeitona	R\$ 1,50	1	Sachê		R\$ 1,50

Caldo de carne	R\$ 1,85	3	Cubos	12	R\$ 0,46
Pct. de leite	R\$ 3,65	1	Pacote		R\$ 3,65
Frango desfiado	R\$ 8,99	970,7	Gramas	1000	R\$ 8,73
Cebola	R\$ 3,80	195,4	Gramas	1000	R\$ 0,74
Tomate	R\$ 4,00	122	Gramas	1000	R\$ 0,49
Sazon	R\$ 3,00	2	Sachê	12	R\$ 0,50
Alho	R\$ 1,00	22	Gramas	63,9	R\$ 0,34
Pimentão	R\$ 5,50	31	Gramas	1000	R\$ 0,17
Sal	R\$ 0,80	16	Gramas	1000	R\$ 0,01
Total por porção					R\$ 22,18

Fonte: Pesquisa de Campo (2019)

Os insumos que compõem o creme de galinha em sua maior parte não consomem o ingrediente por total, por exemplo: caldo de galinha, cebola, alho etc., necessitando assim, mensurar a quantidade utilizada por meio das unidades de um pacote ou peso, com uma balança de precisão e calculando o respectivo valor da quantidade utilizada. Estes ingredientes permitem a produção de aproximadamente 4 kg de creme de galinha (Quadro 4).

Quadro 4 - Relação dos insumos para o preparo da “Maria Isabel”

Produto:	Maria Isabel	Valor	Quant. por porção	Unid.	Unid. de medida	Total
Carne		R\$ 23,00	448	Gramas	1000	R\$ 10,30
Arroz		R\$ 13,25	1092	Gramas	5000	R\$ 2,89
Alho		R\$ 1,00	13,2	Gramas	63,9	R\$ 0,21
Caldo de carne		R\$ 1,85	3	Cubos	12	R\$ 0,46
Total por porção						R\$ 13,87

Fonte: Pesquisa de Campo (2019)

Dentre os insumos para o preparo da Maria Isabel, pode-se notar o quanto o valor da carne onera no valor total para o preparo deste prato, chegando a 74% do valor total da porção. Isto possibilita ao gestor rever os fornecedores para negociar não só o valor da carne, mais de outros ingredientes, visando reduzir os custos e assim aumentar o poder de barganha.

Quadro 5 - Relação dos insumos para o preparo da “Carne na chapa”

Produto:	Maria Isabel	Valor	Quant. por porção	Unid.	Unid. de medida	Total
Carne		R\$ 23,00	100	Kg	1000	R\$ 2,30

Fonte: Pesquisa de Campo (2019)

Dentre os três itens que compõem o Arrumadinho, a carne preparada na chapa que é comprada no varejo consome 23% do valor de venda do arrumadinho, entre os custos somente da matéria prima, o valor chega a 36,47%. A porção vendida do arrumadinho totaliza 0,627 gramas, sendo 100g de carne na chapa, 277g de creme de galinha e 250g de Maria Isabel, vendidos a R\$ 10,00 reais. Devido a coleta de dados ter sido realizada em quatro dias e o estabelecimento não manter anotações quanto às saídas, fez-se necessário tirar uma média com base no registro dos quatro dias, que totalizaram 37 pedidos de arrumadinho, resultando em uma média de 9 pedidos ao dia. Tal observação se dá para chegar ao valor total de pedidos em um mês, que é de 180. Levando em consideração que o local só funciona de segunda a sexta. Assim, pega-se o número de pedidos/mês e multiplica-se pelo peso em gramas de cada prato vendido, chega-se a produção

mensal em kg. Conforme disposto a seguir: $180 \times 0,627 = 112,86$ kg/mês, que será a produção base para rateio.

No quadro 6, estão os custos variáveis diário e mensal de matéria prima, e o valor correspondente ao consumo da venda diária dos 9 arrumadinhos, visto que essa saída não atinge a capacidade total do que é produzido. A média de 9 pedidos, para o item Maria Isabel corresponde a 75% da capacidade total, enquanto do creme de galinha corresponde a 50%, a outra parte é vendida separadamente, e a carne na chapa permanece inalterado.

Quadro 6 - Custos com matéria prima dos itens do arrumadinho

Itens	Custo diário	Utilizado no arrumadinho	Custo mensal
Maria Isabel	R\$ 13,87	R\$ 10,40	R\$ 208,05
Creme de galinha	R\$ 22,18	R\$ 11,09	R\$ 221,8
Carne na chapa	R\$ 20,7	R\$ 20,70	R\$ 414,00
Total	R\$ 56,75	R\$ 42,19	R\$ 843,85

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

As matérias primas descritas anteriormente permitem visualizar no Quadro 7 os custos médios com insumos em um mês. Em seguida, a composição do preço de venda vai ganhando forma com outros custos variáveis.

Quadro 7 - Custos Variáveis mensal

Matéria Prima (alimentos)	R\$ 843,85
Gás	R\$ 13,33
Embalagem	R\$ 56,00
Produtos auxiliares	R\$ 51,92
Energia elétrica	R\$ 19,29
Água	R\$ 6,80
Custos com pessoal	R\$ 221,61
Total	R\$ 1.212,76
Produção em Kg	112,86
Custo Variável em R\$ por kg	R\$ 10,74

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Além do arrumadinho, o estabelecimento produz outros pratos, que também demandam da mesma mão de obra e outros gastos. Para isso, por falta de registro contábil, levou-se em consideração mais seis produtos que têm muita saída, segundo estimativas da proprietária. Então, um só produto corresponde a 16,66% do total. Que serviram para rateio de algumas contas variáveis. Como o gás por exemplo, com o valor de R\$ 80,00 rateado entre os seis produtos ou em porcentagem 16,66%, resulta em R\$ 13,33 por mês para preparo do arrumadinho. Assim, a soma dos totais permite chegar ao valor de R\$ 1.212,76, dividindo pela produção mensal em kg (112,86), resultou em R\$ 10,74 de custos variáveis para a produção de 1 kg.

Quadro 8 - Custos e despesas fixas mensal do restaurante

Mão de obra	R\$ 221,61
Combustível	R\$ 19,92
Internet	R\$ 21,41
Depreciação	R\$ 26,9
Produtos higiene e limpeza	R\$ 9,96
Taxas e licenças	R\$ 7,95
Total	R\$ 307,75

Produção em Kg	R\$ 112,86
Custo Fixo em R\$ por Kg	R\$ 2,72

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

O mesmo rateio ocorreu com as contas fixas, resultando em um valor de R\$ 2,72 por kg. A depreciação foi das principais máquinas envolvidas na produção, chapa, fogão e geladeira. E segundo SEBRAE (2019) a contribuição do MEI (microempreendedor individual), corresponde a R\$ 47,85, que após rateio tem como participação o valor de R\$ 7,95.

Quadro 9 - Custos Totais do alimento produzido (R\$)

Custo total da produção	Valor (R\$)
Total dos custos variáveis	R\$ 1.212,76
Total dos custos e despesas fixas	R\$ 307,75
Custos Totais	R\$ 1.520,51
Produção em Kg	R\$ 112,86
Custo total em R\$ por Kg	R\$ 13,47

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

A soma dos custos e despesas fixas e variáveis resultam no valor de R\$ 1.520,51, que ao dividir pela produção mensal em kg permite chegar ao custo de R\$ 13,47 por kg produzido. Como já descrito anteriormente o peso médio do arrumadinho é de 0,627 gramas, multiplicando com o valor obtido do kg, 13,47, chega-se ao valor de R\$ 8,44 pela porção de 0,627g que é vendida. Com isso pode-se ver que o estabelecimento teria um lucro unitário de R\$ 1,66, cerca de 16% e que o custo variável mensal iria onerar em 79,76% dos custos totais e 20,24% com custos fixos, isso permitiria procurar reduzir o valor dos custos totais a partir da renegociação com fornecedores dos insumos, a procura de vender por um preço mais barato ou aumentar a margem de lucro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi analisar o método de custeio para definição do preço de custo dos produtos vendidos do estabelecimento Alfa na cidade de Uruçuí-PI. O alcance de tal objetivo se fez ao atingir etapas subdivididas, descritas abaixo para melhor entendimento.

Analisou-se que não havia método para formar preço de venda, através da entrevista semiestruturada onde a proprietária relatou não levar em consideração o valor unitário dos ingredientes, nem outros gastos, tendo por base somente o preço praticado nos concorrentes.

Identificou-se os custos diretos e indiretos de produção, bem como as despesas, através da observação de campo e documental, acompanhando a produção para mensurar os ingredientes utilizados e outros custos variáveis, realizando a conferência de alguns valores por meio de documentos, como notas de compras, energia etc. Esta mensuração permitiu atingir elaborar com base na literatura um método de custeio apropriado para o estabelecimento, pois, a aplicação do método de custeio por absorção, necessitaria dos valores decorrentes dos custos de produção e despesas envolvidos na confecção do arrumadinho.

Dentre os três métodos de custeio aqui analisados e como citado anteriormente, a utilização do método de custeio por absorção justifica-se pela legalidade e por abranger custos diretos e indiretos, fixos e variáveis e as despesas. A não utilização do método ABC, se dá pela complexidade na aplicação e

manutenção.

Respondido o objetivo geral, têm-se as limitações do estudo que se deram especialmente na fase de coleta de dados, mas especificamente na apuração dos custos, pois, o estabelecimento funcionava na frente da casa, estando assim, interligadas as contas de energia, água e de gás, necessitando de estimativas para alcance do valor médio de consumo do estabelecimento. Mas isso não reduz a contribuição teórica e prática da pesquisa.

Dentre os benefícios alcançados com o trabalho, pode-se elencar: a possibilidade de negociar descontos para fechar contratos a partir da clareza dos custos para produzir, tratar com fornecedores os preços de compra como forma de diminuir custos, permitiu a proprietária ver a importância das anotações das entradas e saídas, e a separação das contas do estabelecimento e da casa, devido à dificuldade para coletar os dados.

Para a realização de estudos futuros, sugere-se que sejam realizados outros estudos na área com micro e pequenas empresas, pois, “24,4% delas fecham as portas com menos de dois anos de existência. E esse percentual pode chegar a 50% nos estabelecimentos com menos de quatro anos” (SEBRAE, 2013). Fica ainda a oportunidade para implementação do método de custeio nos demais produtos ofertados pelo estabelecimento, como as tapiocas e outros.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS - ABIA. **Canais de distribuição da ind. da alimentação no mercado interno**. 2018. Disponível em: <<https://www.abia.org.br>>. Acesso em: 05 de janeiro de 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE BENEFÍCIO AO TRABALHADOR. **Crescimento do mercado de food Service (ABBT)**. 2019. Disponível em: <<https://abbt.org.br>>. Acesso em: 05 de janeiro de 2020.

BERTO, D. J.; BEULKE, R. **Gestão de Custos**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

BERTUCCI, J. L. de O. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos: ênfase na elaboração de tcc de pós-graduação lato sensu**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

BRUNI, A. L.; FIRMINO, A.; GAMA, A.; FAMÁ, R. O Anúncio Da Distribuição De Dividendos E Seu Efeito Sobre Os Preços Das Ações: Um Estudo Empírico No Brasil. In: III Congresso USP de Controladoria e Contabilidade (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo), 2003, São Paulo - SP. **Anais...** v.1. p.1 - 20, 2003.

CANEVER, F. P.; LUNKES, R. J.; SCHNORREBERGER, D.; GASPARETTO, V. Formação de Preços: um estudo em empresas industriais de Santa Catarina. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ (online)**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 2, p. 15-27, maio/ago, 2012.

CARDOSO, J. F.; Custos e preço de venda: um estudo em restaurantes à la carte. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. VIII, n. 2, p. 103-120, jul/dez. 2011.

CELLARD, A. A análise documental. *In*: POUPART, J. **A pesquisa qualitativa:**

enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2010.

CORONADO, O. **Contabilidade Gerencial Básica**. 2. ed. Saraiva, 2017.

COLTRO, A.; PAZZINI, É. S. F. A Função do Planejamento Estratégico Dentro de uma Organização. **Revista de Ciências Gerenciais, Paraná**, v. 20, n.32, 2017.

CREPALDI, S. A. **Curso básico de contabilidade de custo**. 4. ed. Atlas S. A, 2009.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DAMASCENO, R. K.; AVALCA, A. K. **Gestão de custo e preços para produtos e serviços**. 1. ed. A.S. Sistemas, 2012.

DUTRA, R. G. **Custos: uma abordagem prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 1, p. 57-74, 1989.

ESPINDULA, I. R. **Gestão de custos logísticos: análise de viabilidade dos modelos operacionais em uma empresa de transportes rodoviários**. UNES. Trabalho de conclusão de curso. 2015.

FERREIRA, R. J. **Contabilidade de custos e análise das demonstrações: teoria e questões comentadas conforme a lei das S/A e pronunciamentos do SPC**. - 8. ed. - Rio de Janeiro: Ed. Ferreira, p. 424, 2013.

FÁVERO, L. P. L.; BELFIORE, P. P.; SILVA, F. L.; CHAN, B. L. **Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2009.

FARIA, J. A.; AZEVEDO, T. C.; OLIVEIRA, M. S. A Utilização da Contabilidade como ferramenta de apoio a gestão nas micro e pequenas empresas do ramo de comércio de materiais de construção de Feira de Santana/Ba. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, Campo Limpo Paulista, v.6, n.2, p.89-106, 2012.

VIDIGAL FILHO, A. L. V.; OLIVEIRA, J. L. R.; CHRISTINO, J. M. M.; ZIVIANI, C. F. Formação do preço de venda no setor ceramista de empresas associadas à Anicer e Sindicer-RO. FACEF. **Pesquisa: Desenvolvimento e Gestão**, v.16, n.1 - p.97-114 - jan/fev/mar/abr 2013

MOYSÉS FILHO, J. E. **Poder gerando valor em canais de distribuição: estudo de caso no mercado food service a partir de relações bilaterais entre restaurantes e fornecedores no Brasil e na Espanha**. 217 f. Tese (doutorado) - Universidade Nove de Julho - UNINOVE, São Paulo, 2013.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade Gerencial**. 11. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GALVÃO, A.; BRESSAN, A. A.; CAMPOS, B. **Finanças corporativas: teoria e prática empresarial no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

GUERREIRO, R.; AMARAL, J. V. O preço baseado no custo e o preço baseado no valor são abordagens conflitantes? XXII Congresso Brasileiro de Custos. **Anais...** Foz do Iguaçu, PR: Brasil, 11 a 13 de novembro de 2015

GUIMARÃES NETO, O. **Análise de Custo**. Curitiba: Iesde Brasil SA. p. 67, 2016.

HOJI, M. **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial / Masakazu Hoji**. - 9. - São Paulo: Atlas, 2010.

INSTITUTO FOODSERVICE BRASIL (IFB). **Food Service no Brasil**. 2018. Disponível em: <https://www.institutofoodservicebrasil.org.br/reports>. Acesso em: 22 dez. 2019.

LEAL, D. **Crescimento da alimentação fora do domicílio**. Segurança Alimentar e Nutricional, Campinas, 17(1): 123-132, 2010

LIZOTE, S. A.; VERDINELLI, M. A.; NASCIMENTO, S.; VIEIRA, E. P.; FILIPIN, R. Custos de produção e formação do preço de venda: um estudo do desempenho e orientação empreendedora em pequenas empresas. **XXII Congresso Brasileiro de Custos** - Foz do Iguaçu, PR, Brasil, 11 a 13 de novembro de 2015.

LOCH, D. L. **Proposta de Formação do Preço de Venda: Um Estudo de Caso em uma Empresa Varejista de Pequeno Porte**. Universidade Do Extremo Sul Catarinense – Unesc Curso De Graduação Em Ciências Contábeis, 2011.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 5. ed. - São Paulo: Atlas, 2011.

MATIOLA, A. H. G. S. **A gestão de projetos como vantagem competitiva: estudo de caso em uma empresa de pré-moldados localizada em morro da fumaça**. 2018.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9. Ed. São Paulo: atlas, 2008.

MIQUELETTO, E. M. **Formação do Preço de Venda: uma análise do processo de formação de preço em empresas madeireiras de grande porte de Curitiba e Região Metropolitana**. 2008. 103 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Paraná - UFPR, Curitiba, 2008.

PINTO, L. J. S.; MOURA, P. C. C. Formação do Preço de Venda e Estratégias de Precificação: o Caso da Leader Magazine. **VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, 2011.

RICHARDSON, R. J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2009.

RIZZI, D.; ZANIN, A. Estratégia de Formação de Preço de Venda / Serviço dos Empreendedores Incubados na RECEPETI. **HOLOS**, ISSN, 1807 - 1600. DOI: 10.15628/holos.2018.5262.

SANTANA, G. L. S.; SILVA, A. R. P.; GONÇALVES, T. J. C. A Influência dos Custos na Formação de Preços: Um Estudo no Processo de Beneficiamento do Pescado no Município de Augusto Corrêa – Pará. **XI Congresso UFPE de Ciências Contábeis**, Recife, 2017.

SANTOS, J. et al. **Fundamentos de Contabilidade de Custos**. São Paulo: Atlas, 104p. 2006.

SANTOS, J. J. **Contabilidade e análise de custos**. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE. **Entenda o motivo do sucesso e do fracasso das empresas**. 2013. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/bis/entenda-o-motivo-do-sucesso-e-do-fracasso-das-empresas>>. Acesso em: 20 dez. 2019.

_____. **Perguntas e respostas sobre a contribuição mensal do MEI (DAS)**. 2019. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/perguntas-e-respostas-sobre-a-contribuicao-mensal-do-mei>>. Acesso em: 03 de dez. de 2019.

SERSON, F. M.; MACHLINE, C.; MOURA, S. I. Determinação do Potencial de Mercado para um Restaurante Fast-Casual de comida saudável no Itaim Bibi. **13º Congresso Latino-Americano de Varejo e Consumo: "Building purpose through stakeholders in retailing"**, 2018.

SILVA, G. R. **Formação de preço de venda no comércio varejista de medicamentos à luz da competição e regulação: um estudo de caso múltiplo no município de Sertânia- PE / Gesiane Rodrigues Silva**. 2017.

SILVA, J. B. C.; DA SILVA, M. A. Precificação de multiprodutos sob o contexto do ponto de equilíbrio: estudo multicasos no varejo de materiais para construção. In: **Congresso UFSC de Controladoria e Finanças**. Florianópolis – SC, 2015.

SLAVOV, T. N. B. **Gestão estratégica de custos: uma contribuição para construção de sua estrutura conceitual** - São Paulo, 2012.

VICECONTI, P. E. V.; NEVES, S. **Contabilidade de custos** - Paulo Viceconti, Silvério das Neves. - 11. ed., rev, e atual. - São Paulo: Saraiva, 2017.

WERNKE, R. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais / Saraiva**, 2017.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.