

A UTILIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA: ESTUDO DE CASO DA EMPRESA X.

THE UTILIZATION OF COST ACCOUNTING ON THE SALE PRICE FORMATION: CASE STUDY OF THE COMPANY X

Brunno Pazini Orechio¹

Eduarda Oinhos Maralha²

Hugo Fardin Thomazini³

Vanderley Marques de Jesus Junior⁴

Patrick Cassago Cezário⁵

RESUMO

O objetivo deste estudo é analisar as etapas de produção de uma empresa em seu meio laboral, a fim de, após conhecer um pouco sobre o sistema de custeio de seus produtos, apresentar uma forma de reduzir alguns custos dentro da organização. Para isso, realizou-se um estudo de caso de uma empresa no setor de Rochas Ornamentais, localizada no Sul do Espírito Santo, onde, foram coletados dados sobre seus custos e como seu preço de venda é formado. Após a coleta de dados foi possível observar que a empresa estudada é bem organizada e possui seus custos e despesas devidamente separados e informados. Desse modo, detectou-se poucas formas de redução de seus custos; a principal medida para diminuir seus gastos apresentada a seus diretores e no trabalho foi a aquisição de um tear para a serragem dos blocos, que até então era um serviço feito por terceiros.

PALAVRAS-CHAVE: Estudo de caso, Custos, Preço de venda.

¹Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Cachoeiro de Itapemirim. brunnopazini_17@hotmail.com.

²Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Cachoeiro de Itapemirim. eduardamaralha1@gmail.com.

³Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Cachoeiro de Itapemirim. hugofardint@hotmail.com.

⁴Graduando em Ciências Contábeis pela Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Cachoeiro de Itapemirim. junior.cachu2010@hotmail.com.

⁵Professor Orientador, Especialista em Gestão Empresarial pela Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Cachoeiro de Itapemirim.patrickcezario@hotmail.com.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the production stages of a company in its working environment, in order to, after knowing a little about the costing system of its products, present a way to reduce some costs within the organization. For this, a case study of a company in the ornamental stones sector, located in the South of Espírito Santo was carried out, where data were collected on its costs and how its sale price is formed. After data collection it was possible to observe that the company studied is well organized and has its costs and expenses properly separated and informed. In this way, few ways of reducing its costs were detected; the main measure to reduce its expenses presented was the acquisition of agang saw for blocks sawing, that until then was a service done by third parties.

KEYWORDS: Analysis, Costs, Selling price.

1. INTRODUÇÃO

Diversos produtos não apresentam o alto valor investido que têm para ser fabricado. Há uma grande transformação para formar o seu preço de venda, devido a isso, muitas vezes algo que pode ser simples e sem muita utilidade possui um valor elevado. Mas, o que muitos avaliam é sua estrutura física, e não se permitem pensar na cadeia de elaboração que ele depreende. Como por exemplo: o inimaginável gasto com mão de obra que a produção exige, ela está em todas as etapas e sobrecarrega o tempo.

Simplificando o percurso utilizado na linha de produção, pode-se destacar os pontos mais fortes, que vão do início, onde se extrai ou realiza uma compra da matéria prima a ser transformada, passa pelo seu desenvolvimento que é a parte em que o produto se mantém por um longo período de fabricação e, por fim, depois de acabado chega para venda. Adequa-se em todos os momentos vários gastos em sua montagem, como as aquisições de materiais, custos de depreciações maquinarias, mão de obra, propagandas, publicidades, impostos e os mais variados problemas imprevistos do dia a dia. Após passar por todas essas etapas, os controladores da empresa analisam todos os custos e despesas que ocorreram durante o período de fabricação, calculam seus gastos e implementam a lucratividade pretendida e, assim, chegam ao seu preço de venda.

Segundo (Machado e De Souza, 2006) com a acirrada concorrência do mercado é necessário cada vez mais que as organizações tenham maior dedicação ao planejamento e controle dos seus fatores de produção, custos e receitas.

Atualmente as empresas - muitas vezes por um estudo não muito aprofundado de todos os gastos que estão incorridos em todo o ciclo do produto em que vendem - acabam sendo prejudicadas por um lucro relativamente pequeno. Isso ocorre pelo alto preço de custo e por não poder elevar também o seu preço de venda para que não saia da “competição” do mercado. Com isso o ideal para que a empresa elevasse seu lucro e sem abusar do preço de venda é uma redução dos custos para a produção desse produto.

Com essas ideias em pauta, deu-se a tarefa de analisar as principais etapas de produção que a empresa utiliza em seu meio laboral, visando demonstrar formas de diminuir o custo de produção e melhorar sua formação do preço de venda, enfatizando ações que podem auxiliar no controle, planejamento e desenvolvimento das operações através de um estudo de caso na sede da empresa X, para que se possa encontrar ideias objetivas que levem o custo de elaboração de determinado produto diminuir consideravelmente para futuramente a instituição chegue a uma lucratividade mais qualificada e, conseqüentemente, possa expandir e destacar-se no mercado em que se encontra.

Os conhecimentos da sociedade em relação aos gastos para criar os produtos não são tão claros como deveriam. A contabilidade de custo em sua essência tem o objetivo de controlar os custos de uma determinada empresa, levando em conta cada etapa necessária para chegar aos lucros de uma venda.

Portanto, um alto conhecimento dos custos da produção se faz necessário para melhorar a margem de lucro sem que se altere o preço final, isso pode ser um diferencial enorme dentro da empresa, saber qual forma de custeio usar é fundamental para que não acabe tendo prejuízos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo Oliveira, et al. (2008), a contabilidade de custos tem como função fundamental auxiliar nas tomadas de decisões de uma instituição, devendo cumprir seu papel de influenciar nas decisões dos superiores induzindo-os a escolherem melhores estratégias, à modo que os convençam utilizando fontes confiáveis e

experiências já vivenciadas por outras empresas que passaram por situações semelhantes.

O aumento de competitividade dos mercados, seja comercial, industriais e serviços são relevantes quanto à tomada de decisão. É essencial o conhecimento dos custos de cada produto para determinar, se o produto é rentável ou não rentável, se há meios de reduzi-los, assim com a modernidade, a contabilidade vem criando sistemas de custos e informações, que podem auxiliar o controle e a tomada de decisões gerenciais, segundo Martins (2006).

Para a tomada de decisão de todos os tipos, são necessárias informações, e a contabilidade de custos age como arquivo de dados, estando à disposição para elaboração das políticas da organização, isso segundo Leone (2008).

“O importante é que o sistema de custos produza informações úteis e consistentes com a filosofia da empresa, particularmente com a política de preços” (MARTINS, 2010, p 218), de modo que, visando a faixa de preços do mercado, faça com que o lucro venha da diminuição dos gastos gerados para fabricar seu produto.

Para Bruni (2008) os gastos sob a ótica contábil se subdividem em três formas distintas, que são elas: Investimentos, Custos e Despesas. Esses gastos nada mais são que recursos financeiros utilizados pelas empresas para obter um produto ou serviço que varia de acordo com o objetivo da empresa. Os investimentos são considerados “gastos” que a empresa se vê necessário em ter como por exemplo, aquisições de maquinas, para melhorar a quantidade produzida, no qual teria um retorno futuro para a empresa. Já os custos são os decorrentes da área de produção, como por exemplo, a mão de obra, a energia gasta pelas maquinas da produção e etc.. Por fim, as despesas são consideradas tudo aquilo que está na parte administrativa, desde a água para a empresa, como a comissão com vendas que é dada a determinados funcionários.

2.1. CUSTOS

“A contabilidade de custos pode ser definida como o processo ordenado de usar os princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio” (BRUNI, FAMÁ, 2011, p.22). Dessa maneira, fica mais plausível e acessível administrar os gastos consumidos na produção da fábrica.

“Custos são todos os gastos relacionados à produção de um bem, ou gerado por uma prestação de serviço” (VICECONTI e NEVES, 2003, p.12). Para Viceconti e Neves essa é a definição perfeita do que seria os Custos de um produto.

De acordo com o que diz Martins (2006), as tarefas de mais responsabilidade em uma empresa quando está relacionado a gerir seus custos passa a ser conduzir seu controle de decisão. Isso se deve ao fato de tomar medidas consideradas drásticas dentro da organização visando melhorar sua rentabilidade, mas deve-se ter cautela para agir e consciência para decidir sem extrapolar as limitações de sua empresa.

A contabilidade de Custos se concebeu durante muito tempo, fator limitador para demonstrar suas habilidades em assessorar os sócios, acionistas e investidores acerca de decisões gerenciais (SANTOS; SCHMIDT; PINHEIRO, 2006).

Os custos de uma empresa estão totalmente voltados a parte de produção, no qual deve-se ser medido de forma precisa para o conhecimento do quanto é realmente gasto por produto, desta forma, a precisão na hora de analisar qual será o preço de venda e o quanto vai obter de lucro é maior, ajudando a organização de determinada entidade. A contabilidade de custos deixou a tempo de ser uma ferramenta simples para atribuir valor dos estoques, é notório pelos atuantes na área. A contabilidade de custos passou a ter um papel imprescindível dentro das empresas, contribuindo com informações para o processo decisório, devido a avanços e aperfeiçoamento desta área de apuração de custos, de acordo com (OLIVEIRA, et al, 2008).

2.2. DESPESAS

Segundo Martins (2010) é necessário ter conhecimento dos produtos e seus respectivos custos, saber o grau de demanda, a competitividade do mercado concorrente e seus preços. Importante também é ter noção do preço dos produtos que podem substituir determinada mercadoria, o marketing e as estratégias das empresas. Também se deve analisar de forma completa as despesas operacionais, como por exemplo, comissões, salários e determinadas contas que não estejam ligadas de forma direta a produção é necessário ter esses conhecimentos para administrar o preço de venda, sendo um preço justo e competitivo no mercado e que não haja prejuízo futuro a entidade.

“As despesas são gastos com bens e serviços que não estão ligados com a produção, mas têm como finalidade a obtenção de lucros” (VICECONTI e NEVES,

2003, p.24). Essas despesas ficam nos bastidores de uma produção, onde se destacam nas áreas administrativas para controlar e melhorar o empenho na elaboração visando maior lucratividade.

Levando em consideração o que relatou (VICECONTI e NEVES, 2003), realizar investimentos é essencial para o crescimento de uma empresa, mas em especial investir em pontos-chaves de suas necessidades, onde visa-se um considerável retorno em curto ou longo prazo.

“Depreciação é o desgaste ocorrido em um ativo imobilizado durante o período de uso, por ações naturais ou por acidentes. Isso gera uma desvalorização monetária do ativo imobilizado” (LEONE, 2004, p.123). O ativo desvaloriza com o passar do tempo, mas as empresas estimam um valor residual para que o produto ainda tenha algum valor no mercado para comercialização.

As despesas estão relacionadas com os gastos usados para a obtenção de receitas a empresa. São entendidos como despesa, os gastos com salários, aluguel, telefone, propaganda, comissão de vendedores, entre outros. (MANZI, 2015).

2.3. CUSTOS DIRETOS

Os custos de aquisição de maneira geral englobam vários pontos. Entre eles estão o preço de compra, os tributos (exceto os recuperáveis), o transporte, materiais, serviços. Alguns itens são deduzidos na determinação dos custos de compra, que são eles: Descontos comerciais, abatimentos e etc. (CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL, 2011).

De acordo com Martins (2010), mão de obra direta é a que está relacionada com os funcionários que trabalham diretamente no setor de produção, no produto em elaboração, sendo possível mensurar o tempo gasto e identificar quem realizou o trabalho. Se for possível identificar apropriação indireta, ou estimativa e decisões proporcionais, deixa de ser considerada “direta”.

Rocha e Martins (2015) conseguem expressar ainda, de forma mais clara a classificação dos custos diretos. Quando é possível mensurar, identificar e calcular os custos que estão relacionados à produção, de maneira precisa, direta e economicamente viável esse custo é classificado custo direto. São exemplos, a matéria-prima pois é possível mensurar quanto é utilizada na fabricação de um

produto e a mão de obra direta o próprio nome já diz, está relacionada diretamente na produção.

2.4. CUSTOS INDIRETOS

O custo de transformação engloba os custos diretos e também os custos indiretos de produção. Os custos indiretos são subdivididos em fixos, que são aqueles que não variam independentemente do tamanho da produção, como, por exemplo, aluguel da área de produção, é um custo fixo, e os variáveis, que variam de acordo com a quantidade produzida, como por exemplo, a energia gasta para a produção (CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL, 2011).

Para Ribeiro (2013), os custos indiretos são os gastos que se aplicam de maneira indireta na fabricação do produto, são denominados dessa maneira por não integrarem o produto, são de impossível mensuração de quantidade e valor que está em cada produto fabricado, mas que devesse agregar no valor final do produto, a principal forma de agregação é por rateio, no qual é subdividido os valores de acordo com a demanda e produção.

2.5. CUSTOS VARIÁVEIS

De acordo com Ribeiro (2013), os custos para serem considerados variáveis dependem exclusivamente do volume produzido, de maneira onde obviamente quanto maior quantidade produzida, maior será o valor do custo para a fabricação. Exemplificando o termo, pode-se dizer que se para fazer um vestido se gasta 2 metros de tecido, para confeccionar cinquenta vestidos conseqüentemente utiliza-se 100 metros de tecido.

Segundo Martins (2003) a margem de contribuição nada mais é do que a diferença entre o preço de vendas e o custo variável de cada produto que cada unidade trás para a empresa.

2.6. CUSTOS FIXOS

Martins (2003) conceitua que custos fixos são valores que independem do volume produzido em empresas. Um exemplo clássico disso é o aluguel de uma fábrica, onde independentemente de ter fabricado um produto ou duzentos desse mesmo, o

aluguel do mês não sofrerá alteração no seu preço, porém é um valor que deve-se agregar no preço final do produto, pois tem este gasto.

Os custos fixos independem da produção sendo necessários para que se mantenha o nível mínimo de atividade dentro da determinada empresa, já os custos variáveis, como o próprio nome diz, são os que variam de acordo com o nível de atividades da empresa (PADOVEZE, 2009). Ainda sobre os custos fixos, segundo Guimarães Neto (2012), eles independem do volume de produção em um determinado período de tempo e capacidade instalada, e, ainda, são os custos de estrutura das empresas.

2.7. CUSTEIO POR ABSORÇÃO

Segundo Martins (2003) o custeio por absorção consiste na apropriação de todos os custos de produção (apenas os de produção), a todos os produtos e serviços feitos, buscando assim separar todos os custos gerados pela produção. Este custeio surgiu da aplicação dos princípios da contabilidade que são geralmente aceitos.

O custeio por absorção possibilita ainda a apuração de resultados e cálculos de impostos, por ter todos os seus custos distribuídos aos produtos, com a finalidade de valoração dos estoques e somente as despesas serão integradas ao resultado do exercício (DUTRA, 2010). Esse método consiste na apropriação de todos os custos de produção, ou seja, todos os gastos referentes às atividades realizadas para execução dos bens e serviços, alocando os custos de forma direta e indireta por critérios de rateio (SANTOS, 2006).

2.8. CUSTEIO POR ATIVIDADE OU CUSTEIO ABC

O custeio por ABC como é conhecido, fica de maneira inigualável e precisa como a principal forma de distribuir seus custos e despesas para que se tenha o valor mais próximo da realidade de cada produto, distribuindo principalmente os custos indiretos de maneira pela qual foi gasta, podendo assim obter um lucro específico para cada produto (MARTINS, 2010).

Dividir os custos indiretos por Atividade (ABC) é um modo mais seguro de dividir seus custos, principalmente quando há grande diversidade nos custos e quando os custos indiretos são relativamente expressivos. Desta forma ocorre uma subdivisão do que é gasto para cada produto, não sobrecarregando nenhum produto específico, mas sim de acordo com o quanto é produzido, fazendo de forma justa para melhor

formação no preço de venda futuro. Com isso, o Custeio por ABC é uma ótima ferramenta para a tomada de decisões nas empresas. (FERREIRA, 2007).

2.9. PREÇO DE VENDAS

Segundo Ribeiro (2013), para se alcançar o preço de vendas de um produto à necessidade de considerar todos os custos que incorreram durante a fabricação, ainda considerando as despesas e também agregando a margem de lucro que ele espera ter.

Para Martins (2003), no que diz respeito à tomada de decisão, cabe a esta a constante alimentação de informações sobre valores relevantes que englobam o curto e médio prazo, tendo assim a capacidade de decidir entre cortes de produtos/serviços, preço de vendas, compras, produção, entre outros. Sendo assim a contabilidade de custo no século XXI passou de ser mera avaliação de estoque para uma importante arma/ferramenta de controle e tomada de decisões. É nítida a diferença de uma empresa organizada com seus custos e uma que não é, a que é organizada consegue um crescimento rápido e contínuo, sem muita dificuldade. Já a empresa que não é organizada com seus custos, sente muita dificuldade em tomar decisões que levem a empresa a um crescimento, sendo assim não cresce na mesma proporção da organizada, mostrando o quanto é necessário e fundamental a utilização da contabilidade de custos para uma formação no preço de venda.

3. METODOLOGIA

Como apresentado inicialmente, a empresa selecionada para pesquisa é do setor de Rochas Ornamentais e foi solicitada a preservação do nome da empresa.

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica nas bases de dados do Scielo, Capeselbict verificando aportes teóricos sobre o tema em questão, sendo esta de caráter qualitativo e descritiva. Posteriormente foi realizado um estudo de caso através de uma visita/entrevista a empresa, onde foi coletado dado sobre como funciona o beneficiamento das rochas ornamentais, os seus custos, gastos, o preço de venda e a maneira como ele é formado.

Neste contexto, Gil (2010), afirma que um estudo de casos requer possível dar ênfase do tema em estudo, geralmente utilizado quando se quer focalizar o problema como um todo. Notadamente em questões que tem relações com decisões

de preços nas empresas, dentre essas relações existem dimensões a serem consideradas, como estratégias de marketing, questões de custos e análises de microeconômicas, para chegar à definição final do preço de venda essas relações devem ser tratadas concomitantemente.

Foi realizada a entrevista na sede da empresa, com o profissional responsável pela área administrativa da mesma, percorreu-se pelo seu meio laboral, conhecendo minuciosamente cada processo, podendo identificar cada custo necessários no beneficiamento de Rochas Ornamentais. Foram realizadas algumas questões formuladas previamente ao tema: A utilização da contabilidade de custos na formação do preço de venda. Para esclarecimentos de dúvidas e firmou-se conhecimentos adquiridos, onde foram obtidas informações que permitiram o alcance do objetivo principal deste estudo. O responsável pela empresa explicou como é formado seu preço de venda, foram apresentadas planilhas eletrônicas que a empresa utiliza para o controle de custos e gastos dos produtos da linha de produção e assim formando o seu preço de venda.

4. RESULTADOS ENCONTRADOS

Analisando os dados obtidos na visita realizada a sede da empresa de rochas ornamentais, localizada no sul do Espírito Santo, o gerente forneceu uma tabela na qual está estruturada toda a forma de controle empresarial com relação aos seus custos e o quanto se espera de rentabilidade em suas vendas. Vale ressaltar que a empresa trabalha apenas com a Exportação dos seus produtos, no qual é sempre necessário analisar a cotação do Dólar no mercado.

A tabela 1 simula a variação de custos e preços de venda de materiais “Básicos” em chapas com espessura de 02 cm e 03 cm e também há uma comparação com material “Exótico” em chapas de 03 cm. Os valores citados abaixo são aproximados e baseados em determinados produtos da empresa.

Tabela 1:Tabela Referente ao controle de custos da empresa.

	Material Básico	Material Básico	Material Exótico
	Chapas 02 cm	Chapas 03 cm	Chapas 03 cm
Valor M³	R\$ 400,00	R\$ 400,00	R\$ 1500,00
Valor do Bloco M²	R\$ 12,12	R\$ 16,00	R\$ 60,00
Frete	R\$ 6,36	R\$ 9,66	R\$ 20,00
Serrada	R\$ 20,00	R\$ 26,00	R\$ 35,00
Polimento	R\$ 8,00	R\$ 8,00	R\$ 32,00
Resinagem	R\$ 4,00	R\$ 4,00	R\$ 12,00
Corte	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Perca	R\$ -	R\$ -	R\$ -
Desp. Ex.	R\$ 10,00	R\$ 16,00	R\$ 16,00
Comissão	R\$ 4,86	R\$ 4,86	R\$ 19,80
Desp. Adm.	R\$ 1,00	R\$ 1,00	R\$ 1,00
Impostos	R\$ 2,92	R\$ 4,10	R\$ 11,88
Total de Custos (M²)	R\$ 69,26	R\$ 89,62	R\$ 207,68
Preço de Venda (M²)	R\$ 97,20	R\$ 136,80	R\$ 396,00
Taxa Dólar	R\$ 3,60	R\$ 3,60	R\$ 3,60
Lucro (M²)	R\$ 27,94	R\$ 47,18	R\$ 188,32
Lucro sobre o custo (%)	40,35%	52,64%	90,68%
Preço de Venda (Dólar)	\$ 27,00	\$ 38,00	\$ 110,00

(Fonte: Empresa X; Data: Janeiro/2018)

Observa-se que empresa possui duas linhas de materiais, a Básica e a Exótica. O material básico é aquele produto, considerado pela empresa, fácil de encontrar na natureza, mais barato de beneficiar a chapa e em menor tempo, possui um custo menor, porém o seu preço de venda também é inferior ao do material Exótico. Entretanto, o material básico é de muita importância para a rotatividade do estoque da empresa, pois como seu beneficiamento é mais rápido em comparação ao material Exótico, sua saída acaba sendo mais constante, mais rápida, com uma rotatividade de estoque mais ágil. Exemplificando, a cada venda de 10 chapas de material Exótico, vende-se 50 chapas de material Básico. Sendo assim, para custear os gastos diários da empresa, como a aquisição de canetas, papéis, água e demais gastos operacionais são de muita importância a venda do material básico.

Já os materiais Exóticos são voltados para extrair o maior lucro da empresa, seu gasto para beneficiamento é elevado, demorado e mais delicado do que o Básico, porém seu preço de venda final compensa todos os gastos, é onde a empresa consegue manter os custos e despesas mais elevados, como o de salário de funcionários, possíveis investimentos feitos em produtos e equipamentos e obviamente o lucro da empresa. Por outro lado, requer da empresa um capital de giro mais elevado e o investimento passam a ser maior, sendo muitas vezes uma aposta da empresa a produção de determinado material.

De acordo com o pedido do cliente, a empresa varia a espessura de suas chapas, de 02 cm e 03 cm. Essa divisão é um ponto que requer muita atenção para a formulação de custos e preço de venda. Os materiais exóticos são serrados apenas em 03 cm, em circunstâncias de ser um produto frágil, com risco de perdas, e também para atender a demanda do mercado da empresa, visto que a maioria dos clientes que visam materiais exóticos exige uma espessura mais reforçada.

Vários custos variam de acordo com a espessura das chapas, comparados com os valores em metro quadrado (M^2), como se observa na tabela.

A empresa terceiriza o trabalho de serrada das chapas, no qual é um gasto relativamente alto. Atualmente a empresa em estudo compra o bloco, porém não possui a máquina que é utilizada para serrar e transformar esses blocos em chapas; ou seja, possui um gasto para levar o bloco até aonde será serrado, o gasto com o serviço de serragem e o gasto com o frete de retorno de chapas da serrada. Todos estes gastos estão inclusos como “Serrada” na linha da tabela acima apresentada. Nos materiais Exóticos o custo é mais elevado pelo motivo de que os blocos exóticos são mais frágeis e precisam de um maior cuidado para sua serragem, gerando um valor maior de serviço cobrado pelas empresas terceirizadas.

Os beneficiamentos das chapas de materiais básicos e exóticos precisam de três procedimentos que são característicos das empresas de rochas, que são o Levigamento, Polimento e a Resinagem. Estes não variam de acordo com a espessura da chapa. Nos materiais básicos, possuem um valor menor, pois são necessários menos etapas para que a chapa fique pronta para venda. Já nos materiais Exóticos, são necessárias duas, três, ou até quatro vezes mais do mesmo procedimento que os materiais básicos, por isso o custo com o Polimento e Resinagem das chapas Exóticas é maior.

A parte das despesas varia de acordo com o tipo de chapa, a chapa Exótica é mais cara, pois requer mais tempo para estarem prontas para serem vendidas, e suas despesas com comissão são maiores também, pois a comissão dos vendedores é com base no preço de venda, a empresa estudada, disponibiliza ao vendedor, 5% sobre o preço de venda do produto, como o preço de venda do produto Exótico é maior, acaba-se sendo uma despesa maior do que a do produto Básico.

As despesas da Administração apresentada na tabela são as despesas fixas, que não variam de um produto para o outro.

Outra despesa que varia de acordo com o preço do produto é o Imposto a ser pago na compra de seus materiais (Pis, Confins, IR, CSLL, etc.). A empresa encontra-se no Lucro Presumido, e o imposto é de aproximadamente 3% sobre o preço de venda do produto. Essa taxa se tem por conta da empresa possuir incentivo fiscal, que por sua vez, pode reduzir e até anular os impostos a serem pagos, diminuindo suas despesas e conseqüentemente gerando um maior lucro por produto.

O preço de venda dos produtos segue uma tabela, na qual não se pode variar muito, pois prejudica o mercado. A empresa estudada pensa muito na melhor qualidade do produto, com isso não se pode abaixar o preço do produto para que não haja uma desvalorização do seu trabalho. E como dito acima, a empresa por ser exportadora sempre se baseia o seu preço de vendas de acordo com a cotação do dólar atual, podendo ser favorável ou desfavorável para a empresa. Como por exemplo, foi feita uma venda no dia 10/05 com a cotação do dólar a três reais, e o pagamento será feito em 90 dias, foi calculado para a formação do preço de vendas sobre os três reais, mas caso após o prazo de pagamento o dólar caia para 2,50 será algo desfavorável para a empresa, pois recebera menos do que havia calculado. Caso aconteça o contrário, a empresa acabaria recebendo um pouco a mais se o dólar valorizasse nesse meio tempo, entre o cálculo do preço de vendas e o pagamento do seu cliente.

O lucro que a empresa necessita para conseguir se precaver de alguma perda ou algum gasto que esteja fora dos planos seria de 30% por produto. Pode-se observar que em casos de baixa no Dólar essa porcentagem pode não ser alcançada, principalmente nos produtos Básicos, mas em compensação nos produtos Exóticos consegue-se algo muito maior do que o mínimo necessário para essa precaução.

4.1. FORMAS DE DIMINUIÇÃO DE CUSTOS PARA MELHOR FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDAS

O principal procedimento que foi apresentado à empresa como forma de diminuir seus custos e assim aumentar sua lucratividade foi a aquisição de um Tear para efetuar a serragem das chapas, que como dito anteriormente, é um serviço terceirizado atualmente, e embasado nos cálculos, foi definido que realmente será um bom investimento, ideia essa que foi acatada pelos sócios.

Outro procedimento apresentado como forma de aumentar sua lucratividade, foi o de realizar acordo com algum vendedor externo que seja fluente em língua estrangeira, ou representante comercial, para realizar negociações, de forma a estimular a venda e redução no custo de venda da empresa, a comissão sobre a venda esta em torno de 5%, conforme apresentado na tabela, R\$ 4,86 para material básico e R\$ 19,80 para material exótico. Porém este foi recusado devido à empresa ainda estar em fase de crescimento e já possuir uma pessoa de confiança ocupando este cargo para efetuar as vendas e alguns clientes certos.

Um terceiro procedimento sugerido de nós à empresa foi à utilização das chapas que se quebram ou com defeito para o feitiço de soleiras, mesas ou pias e tanques, mas, esta ideia foi logo descartada, pois seria mais um ramo para a empresa ter atenção e a ideia é que sejam os melhores no que fazem atualmente, e também esse material é utilizado para fazer a recuperação de outras chapas, todavia, a empresa não descartou a possibilidade de futuramente ter esse produto em seu catálogo.

4.2. CONTROLE DE CUSTOS

Após a visita na empresa, concluiu-se que a entidade possui um alto nível de organização, servindo de exemplo para demais entidades do ramo, onde estão sempre dispostos a honrar seus compromissos, pagando as contas em dia e sempre com saldo para reagir aos imprevistos que acontecem diariamente. Isto, graças a um excelente planejamento financeiro realizado por profissionais do ramo contábil que trabalham com dedicação e comprometidos com a empresa, onde realizam um eficiente controle de todos os gastos na produção da mesma, como apresentado anteriormente. Feito de maneira manual pelos representantes da empresa, utilizando-se de planilhas do Excel, separando e atualizando os valores de seus

custos e despesas a cada compra de materiais novos de acordo com as mudanças da cotação do dólar, sempre encaixando maneiras de minimizar seus custos objetivando sempre aumentar seu lucro.

Analisando os setores de produção da empresa, nota-se uma grande organização e segurança para o serviço ser realizado, onde cada etapa tem seu espaço definido e seu galpão pôde ser ampliado ao dobro de seu tamanho, sendo que o mais recente fica para a exposição de suas chapas de mármore e granito, todas subdivididas por categorias e com grande espaço e conforto para transição de seus operadores e clientes.

Outro fato a chamar atenção foi à obsessão pela qualidade que foi apresentada, onde não se arriscam a comercializar chapas com devidos defeitos, prezando sempre a confiabilidade de seu cliente. Essas mercadorias não comercializáveis acabam sendo reaproveitadas em outros processos da produção, de maneira que não comprometam a qualidade de seu serviço.

4.3. PROCEDIMENTOS VISANDO AUMENTAR A LUCRATIVIDADE

No decorrer da visita a empresa, pudemos observar que a mesma não faz o desmembramento de chapas (transformar o bloco em chapas), que se dá o nome de serviço de serrada, onde é necessário se ter uma máquina denominada de Tear, que realiza esse processo. No momento a empresa paga a terceiros para a realização desses serviços, tendo que adicionar mais esse custo ao valor do produto.

Com isso começamos a analisar como seriam os custos, gastos e lucratividade para a empresa, se ela investir na aquisição de um tear. Para isso foi necessário verificar se a empresa havia capital para adquirir esse investimento, ou recorrer há um empréstimo bancário. Além dos custos que a empresa já tinha no beneficiamento, com a aquisição do tear teria mais alguns custos.

Com base em cálculos realizados com a empresa, foi possível observar que a empresa tem capital para investir e que seria um bom investimento para a mesma. Aumentaria a produção, reduziria o custo da serrada, aumentando a sua lucratividade e pode oferecer a terceiro o serviço de serrada conseguindo lucrar ainda mais.

Tabela 2: Tabela comparando os Custos com Serrada Terceirizada e os Custos com Serrada após aquisição do Tear.

Comparativo Serviço de Serrada Terceirizada x Serrada Própria (Material Básico - Chapas 02 cm)		
Custos	Serrada Terceirizada	Serrada Própria
Frete (Serraria à Empresa X)	R\$ 2,50	R\$ -
Custos Serviço Serrada	Fio Diamantado	R\$ 6,00
	Mão de Obra	R\$ 1,45
	Energia	R\$ 1,05
	Depreciação do Tear	R\$ 0,90
	Tratamento de Agua	R\$ 0,30
	Remoção de Residuos	R\$ 0,25
TOTAL (m²)	R\$ 20,00	R\$ 9,95

Fonte: (Elaboração própria).

Conforme podemos observar a tabela 2, que demonstra o comparativo do serviço de serrada terceirizado com o de serviço de serrada da própria empresa usado como exemplo o material básico de chapas 02 cm. É possível ter uma redução de custos significativa com a aquisição do Tear, pois como demonstrado o custo do serviço de serrada terceirizado não é possível mensurar o custo dos seus itens, pois a empresa que faz esse serviço aplica sobre esses custos uma margem de lucro. Com a aquisição do Tear esses custos são reduzidos, sem contar o controle de qualidade da serrada evitando perdas de materiais.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após análise das etapas de produção da empresa, concluímos que as chapas de materiais Exóticos geram um maior lucro para a empresa, a partir do seu investimento nessa linha de produção, porém as chapas de materiais Básicos são de essencial importância, já que garantem um ciclo de estoque e uma maior rotatividade de mercado.

Outro detalhe importante que foi observado é a organização através de seus controles de custos, e por sua vez deveria ser seguido por empresas do mesmo ramo que estão em fase de implantação do controle de custos, pois sua elaboração é fundamental, contendo todos os custos, despesas, gastos que possam ocorrer; tudo isso controlado através de planilhas com gráficos e tabelas.

Mesmo com toda essa organização e controle de custos, ainda indicamos uma situação para que a empresa tenha maior lucro. A indicação foi à aquisição de um Tear Multifio, em substituição a terceirização deste serviço. A diminuição do preço de venda é uma ideia inviável pelo fato dos valores dos produtos serem tabelados, através de uma política interna de preços mínimos e também de análise de mercado. Isso acarretaria numa quebra do mercado fazendo com que a concorrência baixasse seus preços desvalorizando os produtos, porém a redução dos custos aumenta seu lucro, sem afetar o mercado, dependendo unicamente de fatores internos da empresa, principalmente com base nas chapas de materiais exóticos, que é a principal fonte de lucro da empresa.

6. REFERÊNCIAS

- BRUNI, A. L.; FAMÁ, B. **Gestão de custos e formação de preços**: complicações na calculadora HP 12c e Excel. 5 ed. 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011. – (Série Finanças na Prática).
- BRUNI, ADRIANO LEAL; **Administração de Custos, Preços e Lucros** – Soluções Completas. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. **Contabilidade para pequenas e médias empresas**, Porto Alegre: CRCRS, 2ed, p. 102 – 103, janeiro de 2011.
- DUTRA, R. G. **Custos: uma abordagem prática**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- FERREIRA, Jose A. Stark **Contabilidade de custo**. São Paulo – SP. Editora Pearson Education do Brasil 2007.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5^a. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GUIMARÃES NETO, O. **Análise de custos**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012.
- LEONE, G.S.G.; LEONE, R.J.G. **Dicionário de custos**. São Paulo: Atlas, 2004. onetária do ativo imobilizado (LEONE, 2004, p.123).
- LEONE, George S. Guerra. **Custos Planejamento, implantação e controle**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MACHADO, Débora G.; de Souza, Marcos A. **Análise das relações entre a gestão de custos e a gestão do preço de venda: um estudo das práticas adotadas por empresas industriais conserveiras estabelecidas no RS**. Disponível em:

<<http://gorila.furb.br/ojs/index.php/universocontabil/article/view/109/68>> Acesso em: 26 de Agosto de 2018.

MANZI, Matheus. Contabilidade de Custos. Projeto de pesquisa – Ituiutaba, 2015.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9 ed. - São Paulo: Atlas, 2003

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, A. A. et al. **Contabilidade de custos: temas atuais**. Curitiba: Juruá. 2008.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

RIBEIRO, OSNI MOURA. **Contabilidade de custos fácil** 8.ed. ampl. e atual. – São Paulo : Saraiva, 2013.

ROCHA, Welington e MARTINS, Eliseu. **Métodos de Custeio Comparados: Custos E Margens Analisados sob Diferentes Perspectivas**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SANTOS, J. L.; SCHMIDT, P.; PINHEIRO, P. R. **Fundamentos de gestão estratégica de custos**. São Paulo: Atlas, 2006.

VICECONTI, P.E.V.; NEVES, S. das. **Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo**. 7 ed. rev. e ampl. São Paulo: Frase Editora, 2003.