



A relevância dos Métodos de Custeio na formação dos preços de venda no mercado

Glauco Cruz Pinto¹; Mariana Araujo Alves Ramos²; Naialy De Almeida Davila³; Zuila Paulino Cavalcante⁴

Como Citar:

PINTO, Glauco Cruz; RAMOS, Mariana Araujo Alves; DAVILA, Naialy De Almeida. Gestão de custos como ferramenta estratégica para a formação de preços competitivos: abordagem analítica para maximizar lucros. Revista Sociedade Científica, vol.7, n. 1, p.6007-6035, 2024. <https://doi.org/10.61411/rsc202490617>

DOI: [10.61411/rsc202490617](https://doi.org/10.61411/rsc202490617)

Área do conhecimento: Ciências Sociais.

Palavras-chaves: Custos; Precificação; Venda; Empresa.

Publicado: 17 de dezembro de 2024.

Resumo

O presente trabalho visa demonstrar a importância da utilização de métodos e sistemas de custeio na formação do preço de venda. Para isso, o estudo realizado foi de natureza básica, metodologicamente, trata-se de uma revisão bibliográfica, com abordagem qualitativa, apresentando fins de pesquisa descritivas, na qual apanhou ferramentas de coleta de dados a partir de legislações, livros e artigos que tratam do tema em questão. As empresas apresentam deficiências na elaboração da precificação, essas lacunas podem ser atribuídas à falta de conhecimento dos novos empresários ou à incerteza sobre os métodos mais apropriados a serem adotados. Através de estudos de casos analisados, apresenta a aplicação dos métodos de custeio e precificação em empresas brasileiras, no segmento industrial, comercial e prestação de serviço. Desse modo, a contabilidade de custos influencia na eficácia da produção de um produto, tornando-se uma ferramenta de controle de produção, conseqüentemente na elaboração da precificação.

Cost management as a strategic tool for competitive pricing: analytical approach to maximize profits

Abstract

This work aims to demonstrate the importance of using costing methods and systems in establishing the sales price. For this, the study carried out was of a basic nature,

¹Centro Universitário Fametro (CEUNI). Manaus, Brasil. ✉

²Centro Universitário Fametro (CEUNI). Manaus, Brasil. ✉

³Centro Universitário Fametro (CEUNI). Manaus, Brasil. ✉

⁴Centro Universitário Fametro (CEUNI). Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM). ✉



methodologically, it is a bibliographical review, with a qualitative approach, presenting descriptive research purposes, in which data collection tools were used from legislation, books and articles that deal with the topic in question. Companies present deficiencies in the preparation of pricing, these gaps can be attributed to the lack of knowledge of new entrepreneurs or uncertainty about the most appropriate methods to be adopted. Through analyzed case studies, it presents the application of costing and pricing methods in Brazilian companies, in the industrial, commercial and service provision segments. In this way, cost accounting influences the effectiveness of the production of a product, becoming a production control tool, consequently in the preparation of pricing.

Keywords: Costs, pricing, sales, company.

1. **Introdução**

Diante do mercado amplo e competitivo a contabilidade de custo se torna companheiro no crescimento da empresa, visando estabelecer uma base sólida de informações necessárias que reflitam não apenas no custo de produção, mas também na organização de vendas do mercado. Esses métodos de custo alocam precisamente os custos e despesas, permitindo que as companhias desenvolvam uma precificação competitiva e adequada ao mercado.

Conforme Abbas et al. (2012) [1], os métodos de custeio são utilizados por diversos setores, isto é, organizações industriais, comerciais e de serviços. Normalmente estes métodos tem como objetivo o controle sobre os custos, seja na determinação do valor dos objetos de custeio, a redução de custos operacionais, a otimização de processos produtivos, a eliminação de desperdícios e entre outros. Complementando Martins (2023) [2], na qual condiz que a precificação ocorre com fulcro nos custos, no mercado ou em ambos, desde que o sistema de custos forneça dados consistentes e alinhados à política de preços da organização, mas que também, embora os custos



forneçam informações essenciais, há outros fatores que possa intervir, como, concorrência, produtos substitutos e estratégias de marketing e outros tipos de estratégias de vendas.

Já, Padoveze (2003) [3], afirma que a utilização dos custos como fator estratégico no preço de venda é uma grande vantagem em um mercado amplo. Isto afirma que para desenvolvimento da precificação ou da margem de lucro. É imprescindível não obter os parâmetros necessários dos custos, pois isto acarretará na adoção de preços mais assertivos. Condizente com Oliveira e Junior (2000) [4], no que diz “o preço obtido a partir do custo é uma referência valiosa para comparar com o preço de mercado e determinar a conveniência ou não de vender o produto pelo preço que o mercado estiver disposto a pagar”.

Os mesmos autores destacam que o preço baseado no custo serve como referência importante para comparar com o preço real do mercado, auxiliando a avaliar a viabilidade de vender o produto pelo valor que o mercado aceita.

Ao analisar artigos e livros de autores renomeados com o domínio de custos e precificação, esta pesquisa busca compreender e repassar aos gestores, diretores e proprietários de pequenas empresas uma revisão de como os métodos de custeio em sua totalidade auxiliam na elaboração de preços para venda, não só isso, como também, demonstrar modelos de estratégias de venda. Se ressalta que os resultados obtêm eficiência no que se refere aos diversos métodos de custeio utilizados na prática por outros autores, concluindo que a contabilidade de custos amplia uma visão sob os gastos da companhia.

Para consecução da pesquisa traçou-se alguns objetivos: a) Apresentar as técnicas de métodos de custeio, como custeio por absorção, custeio variável e custeio direto, e suas aplicabilidades em diferentes cenários empresariais, b) Demonstrar os métodos de precificação, c) Apresentar estudos correlatos, discutindo o papel da gestão



de custos na avaliação de desempenho, no planejamento orçamentário e no controle de custos.

O trabalho se desenvolve de natureza qualitativa, com uso de meios bibliográficos para acesso a obras da temática, artigos, livros e outros materiais publicados. Além desta introdução, os demais tópicos contemplam referencial teórico, discussão do tema, boas-práticas de outros autores no que se aplica os métodos em empresas reais e considerações finais.

2. **Referencial Teórico**

A gestão de custos se configura como um pilar fundamental para o sucesso empresarial, a prática demonstra ser essencial, pois se concentra na administração diligente dos recursos financeiros da empresa, buscando otimizar os gastos e maximizar o retorno sobre o investimento sem comprometer, em hipótese alguma, a qualidade dos produtos ou serviços oferecidos. Ao contrário do que se pode supor, a gestão de custos não se resume à mera redução cega de despesas. Trata-se de um processo estratégico e multifacetado que exige análise aprofundada, planejamento meticuloso e tomada de decisões assertivas. (APOLLARO, 2023) [5].

Segundo Prada (2019) [6], o gerenciamento de custos em projetos abrange atividades estratégicas para o sucesso do empreendimento. Partindo deste pressuposto, o objetivo fica alinhado com o orçamento predefinido, assegurando a sustentabilidade e viabilidade financeira. O controle de custos empresariais se destaca como uma ferramenta estratégica crucial para a gestão eficiente de um negócio, Magalhães (2019) [7] afirma que sua aplicação abrangente auxilia os gestores na tomada de decisões assertivas, impulsionando a lucratividade e a sustentabilidade da organização.

Conforme Zambelli (2023) [8], o objetivo do controle de custos visa assegurar a saúde financeira da entidade. Enquanto Cavalcante (2023) [9], aborda que tendo em



conta que o gerenciamento de custos é baseado em fatos concretos, o achismo e suposições se tornam abomináveis.

A gestão de custo se torna uma ferramenta de extrema importância para as entidades que têm por objetivo controlar os gastos desnecessários e transcender a lucratividade. A mesma assegura a otimização dos recursos e o crescimento sustentável a longo prazo, como também, repassar a confiabilidade ao cliente a apresentar que a companhia possa lograr manter o domínio da empresa e tomar as decisões corretas na elaboração dos preços para venda. (DUMER, 2011) [10].

A princípio, os autores Bruni e Famá (2012) [11], no âmbito da contabilidade é utilizado diferentes termos técnicos, denominados de: Gastos, investimentos, custos e despesas, desembolsos e perda. Embora confundidos como sinônimos, esses conceitos revelam diferenças entre os mesmos, tal tema gera importância significativa para as companhias.

Como afirma Mosmann (2020) [12], é considerado gasto todo o desembolso, seja na aquisição de um produto até pagamentos salariais, ou seja, é o montante dos gastos para garantir o funcionamento da empresa, os mesmos intervêm na saída monetária do Caixa.

Os investimentos são determinados como dispêndios realizados no presente com a expectativa que prevalecerá positivamente no vindouro, isto é, o objetivo do investimento é gerar benefícios econômicos futuros (MARTINS, 2023).

O NPC 2 (Pronunciamento Instituto dos Auditores Independentes do Brasil – IBRACO 1999) [13], classifica os custos como a soma dos gastos necessários para o desenvolvimento da produção, ou seja, são recursos utilizados para a transformação do produto para venda ou realização da prestação de serviço.

Constata-se no linguajar contábil a despesa, na qual engloba todo gasto que não influenciará diretamente na produção de itens para venda ou prestação de serviço, mas pode ter influência no funcionamento das atividades e manutenções. Embora esteja



ligada indiretamente com a produção, seu valor é significativo no aumento da receita. Como salários, material de escritório, publicidade e entre outros. (Rodrigues, 2021) [14].

3. **Metodologia**

A pesquisa desenvolvida foi realizada através de pesquisas qualitativa através de análise bibliográfica, utilizando fundamentos fenomenológicos, desta forma, sendo realizado uma análise profunda dos dados coletados, seguindo nestes termos, o autor Zanella (2013) [15] descreve que a pesquisa deve ser detalhada, e nele inclui-se a abordagem do estudo [teórico, teórico-empírico, qualitativo, quantitativo], o tipo de estudo, os sujeitos de pesquisa [população e amostra], as técnicas de coleta e a análise de dados. Podendo ser utilizado para estruturar os conceitos e significados necessários para o objetivo final almejado.

Neste sentido, para a obtenção dos resultados, houve a interpretação e observado fenômenos relatados em artigos e livros que abordam sobre o tema de gestão de custos que resultam no valor final do produto ou serviço, sendo possível descrever as consequências de forma precisa e analítica decorrentes de sua utilização, neste aspecto os autores Prodanov e Freitas (2013) [16] afirmam que de acordo com a natureza da pesquisa, determinamos as técnicas que serão empregadas na coleta de dados e na definição da amostra, que deverá ser representativa e suficiente para apoiar as conclusões.

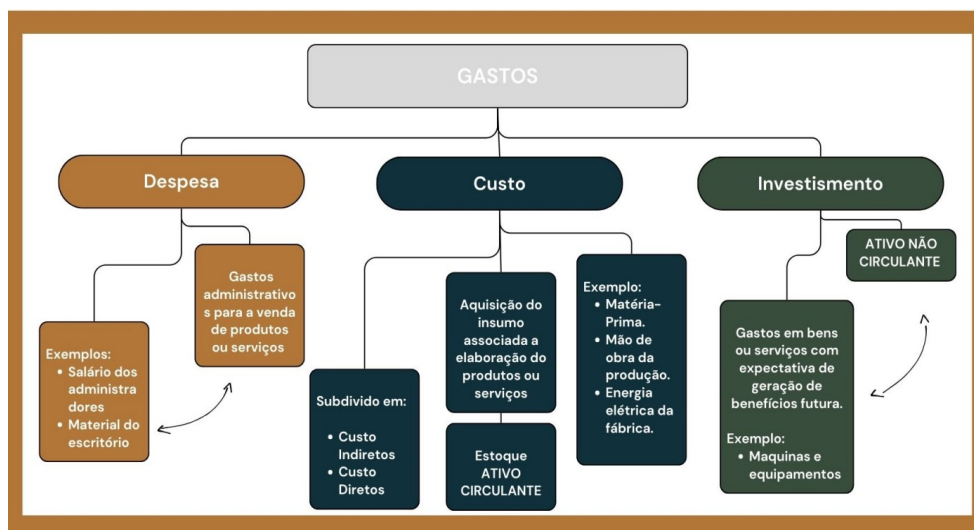
Para que haja a garantia de validade científica se buscou apresentar pesquisas mais adequadas por meio de investigação, podendo delimitar as técnicas e métodos a serem utilizados, planejando de forma sucinta que a pesquisa básica irá apresentar os leitores de forma mais eficiente.

4. Desenvolvimento e Discussão

4.1 Abordagem contabilística

Na linha de raciocínio o autor Martins (2023), distingue as despesas não são classificadas pelo seu valor, mas pela contextualização da conta, na qual a mesma é subdividida em despesas fixas e variáveis. A grande diferença das duas contas é a regularidade. A despesas fixas em todo seu percurso mensal não é alterado o valor monetário, já as despesas variáveis, sofrem alteração monetária de acordo com o nível de consumo da empresa.

Figura 1: Mapeamento da diferença entre Despesa, custo e Investimento



Fonte: Elaboração Própria.

No intrincado universo da contabilidade, os termos de gasto, despesa, investimento e custos frequentemente se entrelaçam, resultando em desordem, consequentemente a mesma afeta a saúde monetária da entidade. Por isso, compreender a nuance da terminologia desses desembolsos facilita a abordagem dos cálculos em que visa gerar retorno assertivo na tomada de decisão.



4.2 **Apuração do custo de venda**

Dentro do processo da venda de produtos, fabricação ou serviços prestados, todos os gastos diretamente relacionados a este processo podem ser classificados como custo de venda, englobando desde a aquisição do produto até o custo da transformação do produto, possibilitando a futura determinação do valor final para a venda, com destaque a margem de lucro.

Nesta esteira, para que seja possível determinar o valor resultante do custo de venda, é necessário a utilização de métricas, como por exemplo o custo de mercadorias vendidas (CMV) para determinar o estoque da mercadoria da empresa, o custo de produto vendido (CPV), para o estoque da empresa de uma Indústria, e o custo de serviço vendido (CSV) para as empresas que têm a prestação de serviços como renda.

4.2.1 **Custo de Mercadoria Vendida - CMV**

De acordo com Ribeiro (2009) [17], abordar o tema sobre custo de mercadoria vendida, nos referimos aos custos que estão envolvidos diretamente na aquisição dos produtos e do valor resultante da venda durante determinado período pela empresa, possibilitando a determinação do valor do custo da empresa ao adquirir a mercadoria durante o período determinado. Segundo Oliveira e Santos (2018) [18], o método consiste em calcular os custos totais de determinado período para cada centro de custo (cada departamento da empresa) e, posteriormente, alocar estes custos aos produtos.

Com este entendimento, é perceptível que os estoques compreendem bens adquiridos e destinados à venda, incluindo, por exemplo, mercadorias compradas por varejista para revenda ou terrenos e outros imóveis para revenda (Santos, 2018) [19]. O resultado do custo da mercadoria vendida impacta diretamente sobre o cálculo que busca encontrar o lucro bruto da empresa, pois deve ser menor que a receita da empresa naquele período, devendo sempre ter um controle extenso sobre o estoque de forma eficiente.



Como é possível observar a seguir através da fórmula, para que seja alcançado o resultado, é necessário a soma do estoque inicial mais as aquisições realizadas da mercadoria durante aquele período, o qual deve ser subtraído o valor resultante pelo estoque de mercadoria do período final, vejamos:

Figura 2: Fórmula do CMV

$$CMV = EI + C - EF$$

EI: Estoque Inicial
C: Compras
EF: Estoque Final

Fonte: Elaboração Própria

Portanto, o custo de mercadoria vendida possibilita a visualização de aquisições exacerbadas e/ou ineficientes, podendo definir os preços de venda ao consumidor final bem como o lucro para uma empresa, possibilitando um planejamento financeiro e orçamentário dos lucros.

4.2.2. Custo de Produto Vendido - CPV

Em uma entidade industrial, os custos relacionados aos estoques refletem os gastos incorridos na fabricação dos produtos. Esses custos estão registrados como estoques de produtos em elaboração e/ou como estoques de produtos acabados, conforme o estágio do processo produtivo. Ao ocorrer a venda, esses custos serão reconhecidos como custos dos produtos vendidos – CPV

Segundo Fernandes (2018) [20], normalmente visto na ala industrial, o Custo de Produto Vendido – CPV se dirige ao custo do produto fabricado durante determinado período, isto inclui, todo o processo produtivo, como materiais diretos, mão de obra direta e gastos gerais de fabricação.



Dentro do cálculo, o insumo abrange toda matéria-prima, embalagem e outros materiais aplicados no produto (MEGLIORINI, 2001) [21]. E Gastos Gerais de Fabricação abarca as contas como aluguel, energia elétrica, depreciações, mão-de-obra indireta e entre outros. Destaca-se que a Mão de Obra Direta (MOD), não se associa aos encargos sociais dos supervisores, gestores ou departamentos de administração (FERNANDES, 2018).

Em regra, na apuração da Demonstração do Resultado do Exercício – DRE industrial, em sua estrutura o Custo de Mercadoria Vendida – CMV, é alterada para o Custo de Produto Vendido – CPV.

Figura 3: Fórmula CPV

$$CPV = EI + (In + MO + GGF) - EF$$

El = Estoque Inicial
In = Insumos
MO = Mão de Obra Direta
GGF = Gastos Gerais de Fabricação
EF = Estoque Final (inventário final)

Fonte: Elaboração Própria

Ao observar a tabela, é perceptível a inclusão dos gastos relacionados à produção e transformação do produto no meio da equação, isto ocorre, pois, estes gastos determinam o valor final do produto, conforme destaca a legislação Brasileira, por meio do seu decreto de nº 1.598/1977 que delimita o que é os custos de produção, como pode se observar a seguir:

Art 13 - (...) § 1º - O custo de produção dos bens ou serviços vendidos compreenderá, obrigatoriamente:

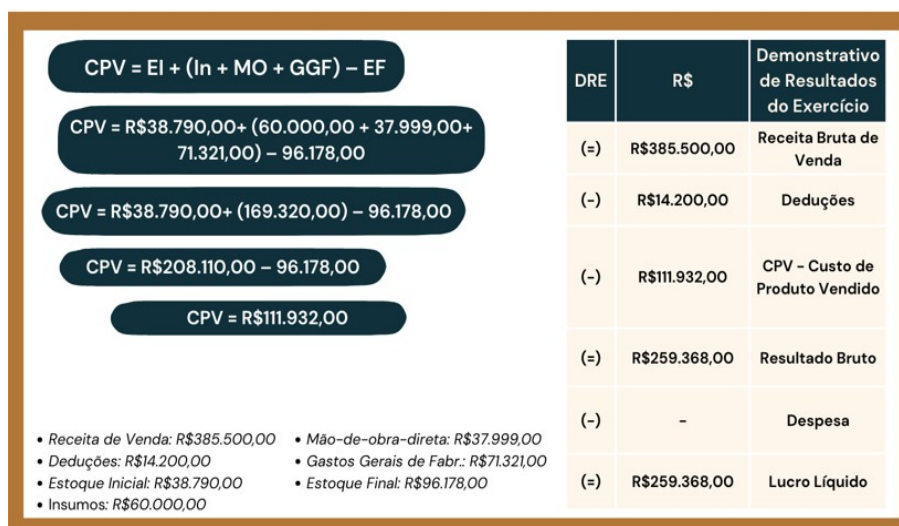
- a) o custo de aquisição de matérias-primas e quaisquer outros bens ou serviços aplicados ou consumidos na produção, observado o disposto neste artigo;
- b) o custo do pessoal aplicado na produção, inclusive de supervisão direta, manutenção e guarda das instalações de produção;
- c) os custos de locação, manutenção e reparo e os encargos de depreciação dos bens aplicados na produção;



- d) os encargos de amortização diretamente relacionados com a produção;
- e) os encargos de exaustão dos recursos naturais utilizados na produção.

Para ilustrar a aplicação do conceito abordado, considere-se o seguinte exemplo. Uma indústria ABC, obteve os seguintes dados:

Figura 4: Exemplo CPV



Fonte: Elaboração Própria

Nota-se que o desenvolvimento da métrica para apuração do CPV é divergente a outras apurações de custos, isto porque se trata de fabricação de produtos para venda. Seguindo este raciocínio, é possível visualizar e identificar com mais precisão os custos absorvidos e assim determinar a precificação.

4.2.3 Custo de Serviço Vendido - CSV

Nesta situação, as fórmulas abordadas anteriormente são adaptadas ao contexto de empresas que obtêm a sua renda proveniente de serviços prestados ao consumidor final, para poder determinar o custo real dos serviços prestados (Ribeiro, 2009) [22].



Ao ser adaptado a métrica para empresas que prestam somente serviços, é possível determinar o custo do serviço prestado, atravessar da soma o saldo inicial do serviço, a mão de obra direta realizada, os gastos diretos do serviço, e subtraindo pelo saldo final do serviço, como pode se observar a seguir:

Figura 5: Fórmula CSV

The diagram consists of a rectangular box with a brown border. On the left side, there is a dark blue rounded rectangle containing the formula $CSV = Sin + (MO + GDS + GIS) - Sfi$ in white text. On the right side, there is a list of definitions for the variables: Sin = Saldo Inicial dos Serviços em Andamento, MO = Mão de Obra Direta, GDS = Gastos Diretos, GIS = Gastos Indiretos, and Sfi = Saldo Final dos Serviços em Andamento.

Fonte: Elaboração Própria

Portanto, ao adaptar a fórmula às empresas prestadoras de serviço é possível determinar os custos do serviço realizado, podendo determinar o preço do serviço ofertado ao consumidor final.

4.3 **Análise da relação entre Custos Fixos Vs Custos Variáveis e Custos Indiretos Vs Diretos**

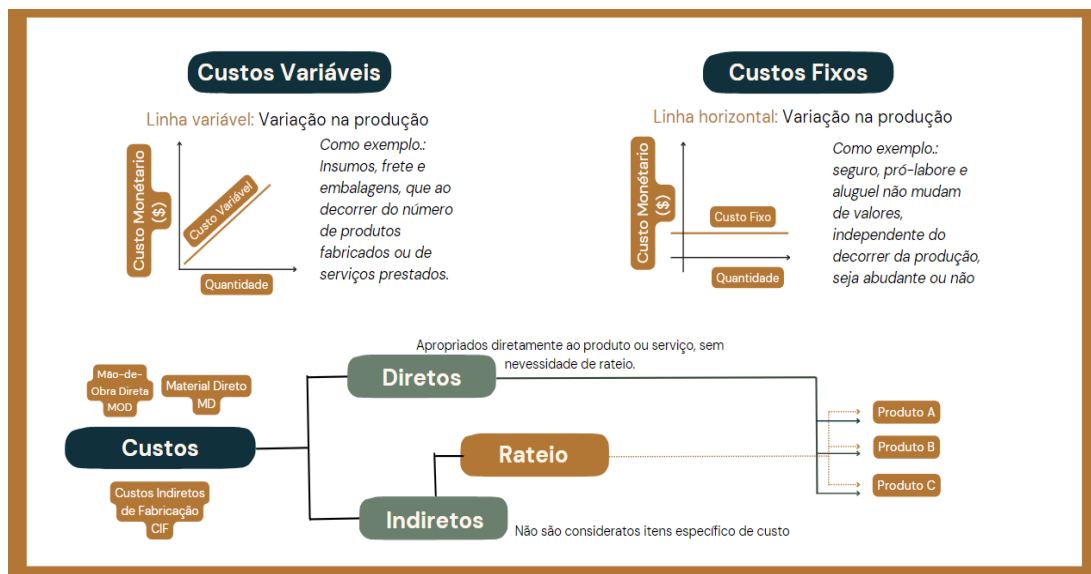
A análise de custos é um conjunto de procedimentos adotados pela empresa que desejam obter uma rentabilidade maior. Todavia, a escolha da classificação correta garante que os custos sejam devidamente categorizados, essa identificação facilita a compreensão de como cada tipo de custos impacta a produção da atividade da entidade e a determinação do preço de venda ou serviço, como também, influencia na competitividade no mercado. Neste contexto é crucial destacar o conhecimento dos métodos de custos variáveis e fixos, classificações que se distanciam pelo nível de produção.

O custo fixo é determinado pelo recurso monetário permanente, independente se a quantidade de produção tenha sido elevada ou diminuída. O custo fixo é visto nos contratos de aluguel de galpão, máquinas e entre outros. Enquanto o custo variável

retrata o contrário, quanto maior o nível de produção, maior o desembolso. O custo variável é reconhecido como matéria-prima e entre outros gastos. É através do método de custeio variável que abordam a margem de contribuição e norteiam a tomada de decisão. Sua relevância reside na apropriação estratégica de custos de fabricação, concentrando-se em custos variáveis, diretos e indiretos (FERNANDES, 2018) [23].

Com fulcro na Resolução CFC nº1366/11 (2011) [24], situa a definição do custo direto como o conjunto de todo gasto atribuído diretamente ao produto ou serviço prestado. Em contraposto, o custo indireto considera os gastos que não se apropriam diretamente do produto ou serviço prestado.

Figura 6: Mapeamento de custos variáveis, fixos, indiretos e diretos



Fonte: Elaboração Própria

Portanto, a imagem demonstra claramente como os custos de uma empresa podem ser classificados para facilitar o controle financeiro e a precificação de produtos ou serviços. Custos variáveis, que modificam de acordo com a produção, e custos fixos, que permanecem constantes, são essenciais para entender a estrutura. Além disso, a distinção entre custos diretos, que podem ser atribuídos diretamente ao produto, e custos

indiretos, que requerem rateio entre produtos, permite uma alocação mais precisa, melhorando a tomada de decisão e o planejamento financeiro de um negócio.

4.3.1 Análise do Método de Custeio por Absorção

O autor Martins (2023) descreve que o método de custeio por absorção utiliza o rateio em custos fixos e indiretos, o mesmo método, abrange todos os custos de produção, isto inclui, custos indiretos, custos diretos, custos variáveis e custos fixos. Desta forma, é fundamental separar despesas e custos, isto é, alocar todos os desembolsos relativos à produção, como CMV/CPV/CSP. E os demais desembolsos, como despesas financeiras, despesas administrativas e despesas com vendas devem alocar-se nas despesas do resultado do período.

Figura 7: Método de custeio por absorção.



Fonte: Elaboração Própria

O método é muito utilizado para fins fiscais, Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis, já que está com fulcro na legislação brasileira, na Lei nº6.404 (BRASIL, 1976) [25].

Embora obtenha sua aceitação nas normas legislativas e no princípio contábil da competência, não é considerada o melhor método para análise gerencial, já que, o rateio dos custos conseqüentemente resulta no arbitramento, já que oculta desperdícios, como também, não inclui o cálculo da margem de contribuição.

4.3.2 Análise do Método de Custeio Variável

Em regra, o método de custeio variável distância dos custos variáveis dos fixos, isto é, na demonstração do resultado do exercício, os custos fixos serão atribuídos à despesa e os custos variáveis serão alocados no CMV/CPV/CSP. Este método é essencial para a tomada de decisão, já que separar devidamente os custos de maneira clara e objetiva, resultando em uma visão estratégica (PIRES, 2024) [26].

Figura 8: Método de custeio variável



Fonte: Elaboração Própria

Como visto, o método de custeio variável não possui rateio e apenas os custos variáveis são considerados. Além de proporcionar uma margem de contribuição, fator crucial na precificação de produtos ou serviços, este método não é aceito pela auditoria externa pois proporciona a possibilidade de lucratividade.



4.3.3 Margem de Contribuição

A alocação arbitrária dos custos fixos no custeio por absorção torna o custo de produção pouco confiável para a tomada de decisões. Como o custo fixo por unidade diminui com o aumento da produção, um produto pode parecer mais barato de fabricar simplesmente pela forma como os custos são distribuídos. No entanto, os custos fixos não variam com o volume produzido, eles estão ligados à capacidade de produção da empresa, enquanto os custos variáveis aumentam com cada unidade adicional.

A margem de contribuição unitária é o valor que cada unidade de produto ou serviço gera para cobrir os custos fixos e contribuir para o lucro, sendo calculada subtraindo os custos variáveis unitários do preço de venda (MARTINS, 2023). Já a margem de contribuição total considera o resultado da produção ou venda de todos os produtos, representando o montante total disponível para cobrir os custos fixos e gerar lucro. Ela reflete a capacidade da operação como um todo de contribuir para os resultados financeiros da empresa.

Figura 9: Margem de contribuição



Fonte: Elaboração Própria

Portanto, para avaliar a rentabilidade de um produto, o custeio variável é mais adequado, focando na margem de contribuição como indicador chave.



4.3.4 Distinção entre o Método de Custeio por Absorção e o Método de Custeio Variável

No que tange o escopo dos métodos de custeio por absorção e variável, há diversos objetivos, tendo o custeio por absorção para fins fiscais, vale ressaltar que o custeio por absorção é essencial para decisões a longo prazo. Embora o custeio variável não seja legalizado pela auditoria externa, este método é reconhecido e destacado para fins gerenciais, como resultado se torna importante para a tomada de decisão a curto prazo.

A fim de esclarecer melhor, podemos citar como exemplo de uma indústria, os seguintes dados:

Figura 10: Exemplo 2 da distinção entre os métodos de custeio por absorção e variável

Ano	Fabricação /uni	Venda /uni	Estoque Final /uni
2023	700	500	200
2024	600	700	100

Custeio Variável	R\$	Preço de Venda R\$ 10,00	Custeio Fixo	R\$
Insumos	R\$ 3,00		Mão de obra	R\$ 2.300,00
Energia-Elétrica	R\$ 0,40		Manutenção	R\$ 400,00
Embalagens	R\$ 0,60		Seguros	R\$ 400,00
Total	R\$ 4,00		Total	R\$ 4,00

Fonte: Elaboração Própria

A indústria produziu um único produto nos anos de 2023 e 2024. Apropria-se pelo Método de Custeio por absorção, na qual utiliza o estoque por ordem FIFO - First In, First Out, em português dito como PEPS - Primeiro que entra, primeiro que sai. Desta forma, os anos 2023 e 2024 serão calculados desta maneira:

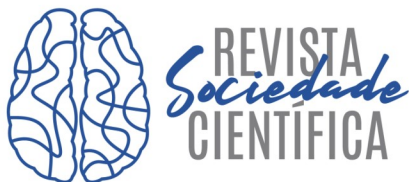


Figura 11: Exemplo 2 da distinção entre os métodos de custeio por absorção e variável

2023			2024			
Vendas	500 x R\$10,00	R\$5.000,00	Vendas	700 x R\$10,00	R\$7.000,00	
Custo de Produto Vendido - CPV			Custo de Produto Vendido - CPV			
(=)Custo Variável	700 x R\$4	R\$2.800,00	(=)Custo Variável	600 x R\$4	R\$2.400,00	
(+) Custo Fixo		R\$ 3.100,00	(+) Custo Fixo		R\$ 3.100,00	
(=) Custo Total		R\$5.900,00	(=) Custo Total	R\$ 9,17	R\$5.500,00	R\$9,17 (5.500,00/600)
Estoque Final			Estoque Final			
R\$5.900,00 /700 = R\$8,43			R\$100 x R\$9,17		R\$ 917,00	
x 200 =		R\$1.685,71				
(=) Custo Total		R\$5.900,00	(=) Custo Total		R\$7.185,71	
(-) Estoque Final		R\$1.685,71	(-) Estoque Final		R\$917,00	
(=) CPV		R\$4.214,29	(-) CPV		R\$6.268,71	

Fonte: Elaboração Própria

O cálculo compara o Custo de Produtos Vendidos (CPV) nos anos de 2023 e 2024, levando em consideração o custo variável e fixo de produção, as vendas e os ajustes de estoque. Em 2023, foram vendidas 500 unidades a R\$10, com um custo total de produção de R\$5.900,00 (R\$2.800,00 de custo variável e R\$3.100,00 de custo fixo). O CPV de 2023, após ajustar o estoque final de R\$1.685,71, foi de R\$4.214,29. Em 2024, com 700 unidades vendidas, o custo total foi de R\$7.185,71, considerando o estoque inicial de R\$1.685,71. Já com estoque final de R\$917,00, o CPV de 2024 foi de R\$6.268,71. O cálculo reflete o custo efetivo das vendas, ajustado pelos estoques iniciais e finais de cada ano.



Figura 12: Exemplo da distinção entre os métodos de custeio por absorção e variável.

lucratividade com base as vendas	2023	2024
(=) Vendas	R\$5.000,00	R\$7.000,00
(-) CPV	R\$4.214,29	R\$6.268,71
(=) Lucro	R\$785,71	R\$731,29

Fonte: Elaboração Própria

Ao observar os resultados ao longo dos dois anos, nota-se uma situação peculiar: a empresa aumentou suas vendas de \$3.000,00 para \$4.500,00, o que representa um incremento de 40%. No entanto, o lucro diminuiu de \$785,71 para \$731,29, uma queda de 6,92%. Esse aparente paradoxo, apresenta que no ano de 2023, a fabricação do produto foi em alta demanda, com um menor custo unitário de R\$8,43, todavia, no ano de 2024 o custo unitário aumentou para R\$9,17. Embora o segundo ano obteve um acréscimo de venda, não supriu o aumento do custo unitário e, conseqüentemente, reduziu o lucro da indústria.

Analisando os resultados das demonstrações, os mesmos não seguem automaticamente o aumento das vendas, pois são fortemente influenciados pelo volume de produção. Isso significa que o lucro não depende apenas das receitas e do que foi produzido durante o período atual, mas também da produção anterior, já que o estoque remanescente impacta diretamente o custo unitário do próximo período. Quando há uma produção elevada, o custo por unidade tende a ser mais baixo, enquanto uma produção reduzida eleva esse custo, afetando os resultados de maneira significativa.

Em contraposto, aderindo às mesmas informações da indústria ao método de custeio variável, evidencia um impacto diferente no cálculo visto anteriormente, isso em



razão do método de custeio variável considerar apenas os custos variáveis e enquanto os custos fixos são tratados como despesas do período.

Figura 13: Exemplo da distinção entre os métodos de custeio por absorção e variável.

	2023		2024	
(=) Vendas		R\$5.000,00		R\$7.000,00
(-) Custo Variável do Produto Vendido	R\$4,00 x 500	R\$2.000,00	R\$4,00 x 700	R\$2.800,00
(=) Margem de Contribuição		R\$3.000,00		R\$4.200,00
(-) Custos Fixos do Produto Vendido		R\$3.100,00		R\$3.100,00
(=) Lucro		-R\$100,00		R\$1.100,00

Fonte: Elaboração Própria

Seguindo o raciocínio do autor Martins (2023), em 2024, ocorreu um aumento de 40% nas vendas, passando de R\$5.000,00 para R\$7.000,00, o que resultou em um crescimento significativo no lucro. Este valor evoluiu de um prejuízo de -R\$100,00 em 2023 para um lucro de R\$1.100,00 em 2024, representando uma melhoria substancial nos resultados. Esse desempenho pode ser explicado pelo fato de que, embora as vendas e a margem de contribuição variem conforme o volume de vendas, o custo fixo permaneceu inalterado nos dois anos seguintes, em R\$3.100,00. Portanto, o aumento da margem de contribuição impulsiona o crescimento nas vendas, na qual, exerce um impacto positivo no lucro, uma vez que a empresa consegue cobrir seus custos fixos com maior eficiência.

4.4 Precificação dos produtos ou serviços

O instituto da precificação na contabilidade se mostra de suma importância para o desenvolvimento adequado da entidade, ao aplicar este método, a empresa possibilita que o valor monetário do produto ou serviço prestado corresponderá de forma



adequada, dando o devido retorno financeiro através do lucro obtido com a venda do produto ou serviço prestado.

Neste sentido, os autores Ribeiro et al (2007) [27] abordam que a receita necessita cobrir os custos para a empresa alcançar um lucro, muitas organizações iniciam com o custo para gerar o preço. Isto é, elas computam os custos dos produtos e adicionam o lucro desejado. Sendo visível a importância da aplicação da precificação para determinar o preço final de venda.

4.4.1 Markup

O Markup determina um índice onde o preço de venda será com base nos custos gerados para a sua produção do produto ou para a prestação de serviço, o qual garante diretamente à empresa uma gestão financeira eficiente ao proporcionar um retorno financeiro adequado. Uma vez determinado o custo, adiciona-se uma margem do markup (FERREIRA, 2007) [28].

A partir deste ponto, a sua organização pode estabelecer um preço apropriado para cada item, considerando as suas despesas internas. Ao implementar o método do markup na administração de empresas, torna-se mais simples compreender os aspectos mais significativos dos processos operacionais e como cada etapa afeta o produto final disponibilizado aos consumidores.

Para calcular o preço de venda, o custo deve ser de reposição, à vista e na moeda corrente, o que torna o preço calculado também para venda à vista. Para venda a prazo, é necessário incluir encargos financeiros. Se o critério de custeio for variável, o markup precisa incluir um percentual para cobrir custos fixos. No caso de vendedores com vínculo empregatício, a comissão deve considerar encargos.

De acordo com Camargo (2017) [29], para encontrar o preço de venda, necessita calcular a alíquota, logo, multiplica-se pelo valor do custo unitário do produto.



Markup, em sua fórmula:

Figura 14: Fórmula Markup



Fonte: Elaboração Própria

Para o melhor entendimento, exemplifica-se que determinada empresa W tenha os seguintes dados:

Figura 15: Exemplo Markup



Fonte: Elaboração Própria

Ao utilizar o método do markup, apresenta-se que, para cobrir todas as despesas (variáveis e fixas) e garantir a margem de lucro desejada, o preço de venda necessário é R\$16,67. Esse valor cobre o custo unitário de R\$10,00 e permite que a empresa tenha margem suficiente para despesas e lucro.

Conforme os autores Alves e Silva (2022) [30], estes afirmam que:

Se trata de um índice que será aplicado para chegar ao preço de venda ideal de cada produto, garantindo que todos os custos e despesas atribuídos ao produto durante sua cadeia de produção até as vendas estejam embutidos ao seu valor final de forma benéfica para a empresa, permitindo um melhor gerenciamento de vendas.



Portanto, as vantagens mais claras do markup é que qualquer empresa pode utilizar essa ferramenta para elaborar seu planejamento financeiro, requerendo o conhecimento de todas as despesas internas, para poder delimitar o produto que será ofertado.

4.4.2 **Precificação por concorrência**

Segundo Souza e Diehl (2009) [31], essa métrica determina o valor do preço do produto ou serviço por meio da análise do valor da venda do produto dos demais concorrentes, possibilitando que seja gerado um preço mais atrativo aos dos concorrentes, garantindo uma concorrência mais acirrada.

Ao analisar os produtos ou serviço dos demais concorrentes e vislumbrar qual o valor mais adequado para concorrer com as empresas do mesmo ramo, possibilita de forma superficial uma paridade de competitividade entre os demais.

Em contrapartida, é claro destacar que este tipo de métrica deve ser utilizada com certa cautela, tendo em vista que ao se analisar e determinar a precificação de acordo com o preço dos concorrentes pode resultar na redução dos lucros ou até prejuízos à receita da empresa.

Por consequência, apesar da possibilidade de aumento da competitividade entre os demais concorrentes ao determinar um preço mais destacado ou viável, em contraponto deve se ter cautela ao determinar valores que causem algum tipo de prejuízo.

4.4.3 **Benchmarking**

Esta ferramenta tem como finalidade analisar o mercado do produto produzido, realizando comparações com as demais empresas do mesmo ramo, identificando as metodologias dos produtos e serviços mais eficientes, para que seja realizado um planejamento estratégico do negócio.



Consiste em uma comparação sistemática, estruturada e detalhada. Com o objetivo de avaliar os produtos, serviços, pessoas e metodologia de trabalho. Através do benchmarking, a empresa pode entender como seus produtos, serviços e métodos se comparam com os concorrentes e a sociedade. Observa-se que nenhuma empresa se destaca em todas as áreas, então, ao se inspirar e até mesmo adotar modelos de outras empresas com melhor desempenho, é viável otimizar o uso do tempo, esforço e recursos financeiros. (PAULA, 2016) [32].

A possibilidade que a técnica permite ao decorrer de sua utilização é demonstrar as tendências do mercado, possibilitando os alinhamentos de suas práticas, gerando maiores lucros, gerando maiores resultados na receita da entidade.

Vejamos o que Oliveira e Bernardes (2017) [33] afirma sobre o tema:

Verifica-se que é possível resumir, a partir das definições apresentadas, que o benchmarking abrange a identificação de oportunidades de melhoria; a busca por melhores práticas (tanto dentro como fora de uma dada indústria); como também a sua implementação de forma sistemática, ordenada e padronizada, a fim de abordar as diversidades e especialidades dos próprios processos e prioridades de uma empresa.

Neste sentido, a aplicação da análise de métodos benchmarking redefinem a metodologia que a empresa utiliza, garantindo uma melhor receita ao fim, e consequentemente na precificação do serviço ou produto de forma uma maior margem de lucros.

4.4.4 **Oferta e demanda**

Segundo Moraes (2019) [34], no dinâmico mundo dos negócios a precificação transcende os cálculos monetários e adere a profunda análise de aspectos externos alinhando com o pensamento “Lei da Oferta e demanda” um modelo de precificação dinâmica, no que consiste na definição do preço em tempo real, dependendo da



movimentação da demanda. Como exemplo, as viagens de Uber, que dependendo da hora do rush, maximizam o preço da corrida.

Desta forma, este método para precificar os produto ou serviço, ocorre constantemente alteração dos preços para que seja mais atrativo aos consumidores, bem como se adequa a realidade da demanda naquele instante, podendo ocorrer neste caso o encontro de um ponto de equilíbrio onde se delimita um valor final apropriado e adequado às constantes alterações do mercado.

4.4.5 **RKW - Reichskuratorium Für Wirtschaftlichkeit**

O método de custo, *Cost of Knowledge Work* (RKW) ou Custo de reconhecimento e trabalho se refere à métrica que possibilita o cálculo total de todos os trabalhos envolvidos, relacionando desde os custos fixos e variáveis, possibilitando o valor real do produto e sua eventual Precificação.

Ao serem anexados os diversos custos realizados para a produção do produto ou prestação de serviço, é possível a fixação do preço da venda mediante a fixação da porcentagem do lucro que a empresa deseja alcançar.

Neste mesmo sentido, Sanchez (2021) [35] afirma que esse método está baseado no princípio de custeio por absorção integral, pois mantém a filosofia de alocação dos custos fixos e variáveis aos produtos, incluindo-se as despesas.

Portanto, com a aplicação desta metodologia que garante o cálculo de custos fixos e variáveis, é possível delimitar qual o valor que o produto deve ser vendido, podendo ser realizado de forma coesa para gerir melhor a entidade, sendo de utilizado constantemente pela contabilidade gerencial, devido a gestão e controles da empresa por meio de indicadores obtidos pelas análises realizadas.



4.4.6 **Custeio Baseado em Atividade ABC - Activity Based Costings como auxílio no preço de venda**

Conforme Martins (2023), em comparação com o método *Reichskuratorium Für Wirtschaftlichkeit* – RKW, destaca-se a capacidade do ABC de alocar custos de forma mais racional a produtos, devido sua abordagem em mercados monopolistas ou oligopolistas, onde a determinação do preço de venda pode ser feita a partir do custo total mais o lucro desejado.

Apesar disto, os mercados de concorrência monopolística, onde os produtos têm características exclusivas, de modo que o ABC também se mostra vantajoso, apesar de sua subjetividade e dos desafios em calcular custos unitários, especialmente em lançamentos de novos produtos. Aliás, as informações fornecidas pelos sistemas CBA podem ajudar a determinar quais produtos são rentáveis, quais clientes são mais valiosos, se os processos são de valor agregado ou não e onde devem ser feitos esforços para melhorar (PEREIRA, 2020) [36].

Ocorre que a dificuldade de estimar volumes de venda e a influência de altos custos fixos complicam a utilização do custo unitário como base para definição de preços, tornando sua aplicação mais problemática em empresas com grande participação de despesas fixas. Embora o ABC seja uma ferramenta valiosa, suas limitações e os problemas inerentes à variação nos volumes de produção ainda precisam ser considerados.

O autor Frezatti et al (2009) [37], afirma que o custeio baseado em atividades (ABC) é um método de contabilidade de custos que procura alocar os custos indiretos de forma precisa. Em vez de distribuir esses custos de forma geral, o ABC identifica as atividades realizadas para produzir cada produto e então calcula quanto cada atividade consome esses recursos. Assim, os custos indiretos são atribuídos aos produtos com base no uso real dessas atividades, o que oferece uma visão mais detalhada dos custos reais de produção de cada item.



Portanto, a análise de custos se ergue como campo de estudo norteador para as entidades que almejam a rentabilidade. Dado o entendimento, o custeio variável e o método de custeio ABC não é aceito pela legislação, todavia pode ser adotado para controle e emissão de relatórios estratégicos, distinguindo do método de custeio por absorção, no que tange para fins fiscais como IR- Imposto de Renda.

4.4.7 Utilização do Método de Custeio Variável no desenvolvimento do preço de venda

A margem de contribuição auxilia na formação do preço de venda e tomada de decisões em planejamentos estratégicos. Ao aplicar a margem de contribuição, percebe-se que nem sempre a melhor alternativa é a maior margem por unidade, apenas seria correto afirmar se o quantitativo de volumes de vendas permanecesse constante. Em quantidades que variam, a melhor alternativa será a que resulta na maior margem de contribuição total.

Ao analisar o mercado, certas empresas podem encontrar um preço de venda que maximize a margem de contribuição total, na qual logrará cobrir os custos e despesas. Todavia, mesmo encontrando o preço de venda ideal, nem sempre cobrirá os custos fixos, conseqüentemente, também não irá gerar lucro (MARTINS, 2023).

Portanto, a Margem de Contribuição nem sempre resolve a questão do preço de venda. Como vimos, mesmo a análise de dados internos de custos e externos sobre o impacto dos preços nas vendas possui limitações.

4.4.8 Utilização de Métodos de Custeio com o Custeio Alvo - Target Cost

Dado a esta situação da utilização do método de custeio variável para aderir o preço de venda, o Custeio Alvo, também conhecido como target cost, é uma alternativa ideal. Este método é conhecido por iniciar o planejamento no preço de venda e finalizar



no custo que deseja ter, o famoso “de fora para dentro”. Neste método o preço é definido com base nas ofertas e demandas, com o objetivo de alcançar a margem de lucro mínima esperada.

Diante da crescente competitividade e das exigências dos consumidores, o preço de venda passa a depender muito mais da oferta e demanda do mercado. Nesse ambiente, a definição do custo aceitável se torna uma ferramenta estratégica essencial: considerando as limitações de preço e quantidade, as empresas precisam identificar o custo máximo que permite alcançar o lucro desejado. (MARTINS, 2023)

O custo alvo, fórmula:

Figura 16: Fórmula Custo Alvo

$$C = P - \alpha$$

C = Custo Alvo
P = Preço competitivo do mercado
 α = margem de lucro desejada

Fonte: Elaboração Própria

De maneira exemplificativa, imagine que determinada empresa dessa lucrar R\$50,00 em um produto, mas é de conhecimento que o mercado cobra em média R\$85,00. Logo o custo alvo da empresa será R\$35,00. Esse mesmo método pode ser usado em prestação de serviço.

O custo meta, apesar de ser um conceito simples, representa também uma forma de gerenciamento. Para definir uma estratégia empresarial coerente, é fundamental que todas as áreas da empresa trabalhem de forma integrada.

Para auxiliar no planejamento do custo alvo, o Custeio Baseado em Atividades (ABC), identifica o que não geram valor e cujos custos podem ser eliminados ou racionalizados, como também, descobrir os produtos que envolvem os maiores custos de produção.



4.4.9 **Resultado dos métodos utilizados decorrentes das pesquisas em campo nos termos de custeio e precificação**

A implementação da gestão de custos e sua consequente precificação dos produtos ou serviços prestados têm sido realizada constantemente por diversas empresas no país, dentre os quais têm sido documentado por meio de pesquisas analíticas, que conseguiram observar a relevância dos métodos de custeios e os sistemas de precificação.

Com destaque, temos o artigo “Gestão de custos e precificação no setor de avicultura: um estudo de caso em granja de reprodução poedeira” apresentado por Arndt e Vallin (2023) [38] ao apresentarem resultados contundentes da gestão de custos, com base o método de custeio variável, logrou identificar as grandes diferenças entre os preços de vendas formados através do Markup, no qual, revelou que a margem de lucro praticada pela empresa era de 16,24% e a margem de lucro teórica foi de 31,40%, consequentemente uma diferença de 15,16%.

Visto que há outros segmentos que influenciam no preço de venda desenvolvido pela empresa, como, oferta do mercado, competitividade e entre outros, a formação do preço com base na teoria e realidade distanciam o preço justo e saudável para a empresa. Contudo, com fulcro ao cálculo desenvolvido amplia a qualidade de informações sobre a gestão de custo que resultou na obtenção de diversos dados mais precisos, permitindo um poder decisório assertivo, causando um controle e planejamento mais adequado, ao possibilitar cálculos precisos que controlam e exerceram uma gestão de custos adequada, reduzindo o risco de perda dos lucros e sua suscetível maximização, demonstrando que esta ferramenta estratégica para decisões gerenciais e melhoria dos resultados.

Neste mesmo aspecto, o artigo intitulado “Precificação de Serviços: Um Estudo de Caso em Uma Microempresa Individual” realizado pela autora Paiva (2023) [39] busca determinar se o instituto da precificação repercute diretamente no preço do



produto e se possibilita a sustentabilidade financeira em empresas de serviços de fotografia e maquiagem. Através da aplicação do markup, com base no método de custeio por absorção, os resultados obtidos não se mostram favoráveis, uma vez que não é viável alcançar lucratividade, devido à desproporção entre os preços dos serviços e os valores praticados no mercado. Como consequência, a empresa experimentará prejuízos. Portanto, o uso do markup, nesse contexto, não representa uma estratégia prejudicial para a organização.

Os custos unitários elaborados pela empresa estavam acima do esperado. Desta maneira, é essencial que ela tenha conhecimento preciso dos gastos. Assim, recomendou-se que a organização realize uma estruturação rigorosa das informações referentes à entrada e saída de caixa, distinguindo e classificando os custos em fixos e variáveis, bem como em diretos e indiretos. Além disso, sugeriu-se que a empresa defina um valor específico por hora trabalhada para cada gestor, tomando o salário mínimo como referência para a continuidade da vitalidade da micro e pequenas empresas, devendo sempre ter um controle de custos adequado que resulte na definição de preço adequado, enquanto aos métodos de como delimitar estes custos deve ser aplicado de acordo com a realidade do mercado de cada empresa para que a precificação seja a mais adequada.

Para que haja uma precificação adequada e aumente a competitividade da empresa de acordo com o mercado existente se mostra necessário um gerenciamento de custos consistente que evidencie todos os custos do produto ou serviço, neste aspecto o artigo “Gestão de custos e precificação no processo decisório empresarial: um estudo na produção de mármore e granitos” realizado pelos autores Paula et al (2023) [40] aborda a necessidade do gerenciamento de custos e sua consequente precificação para determinar uma melhor competitividade, que no caso estudado utilizou a teoria do markup e se percebeu que o valor obtido do preço por meio da teoria aplicada é menor que o aplicado pela empresa, demonstrando que a empresa pode escolher reduzir o



preço de seus produtos para que possa competir com um mercado de forma incisiva, demonstrando que a empresa pode realizar uma tomada de decisão que possibilita a redução dos preços e uma concorrência maior, sem ter qualquer prejuízos em sua lucratividade, não ocasionando qualquer problema a saúde financeira da empresa.

Os autores Schmitt e Silva (2022) [41] por meio de seu artigo intitulado “Aplicação dos Métodos de Custeio por Absorção e Variável para Formação do Preço de Venda em uma Indústria de Confecções de Lingeries” apresenta resultados consistentes em que uma empresa deve aplicar diversos métodos de custeio na empresa para poder determinar a forma mais viável em determinar o preço do produto, utilizando métodos de custeio por absorção e variável. Constatou-se que o produto de menor custo de produção, pelos dois métodos, como também foi possível descobrir os produtos com maior margem de contribuição e o menor tempo de produção.

Para a definição do preço de venda, foram aplicados os métodos de precificação pelo custo pleno, markup e lucro alvo. A precificação com base no lucro alvo apresentou os menores preços de venda para os produtos analisados. Contudo, recomenda-se que a empresa mantenha os preços de venda atualmente aplicados, uma vez que estes cobrem os custos de produção e garantem um lucro líquido superior aos valores projetados pelos métodos de precificação avaliados. Adicionalmente, caso ocorram discrepâncias significativas entre os preços da empresa e os de seus concorrentes, recomenda-se uma reavaliação das despesas fixas, considerando-as em relação às possíveis reduções no preço final de venda.

A análise da contabilidade de custos e precificação demonstrada nos estudos revisados revela a importância de uma estrutura de custos detalhada e rigorosa para a saúde financeira das empresas. Diferentes métodos de custeio, como os métodos por absorção e variável, assim como práticas de precificação baseadas em markup e lucro-alvo, foram aplicadas nos segmentos como indústrias, comércio e serviços especializados. Constatou-se que uma abordagem flexível e adaptada à realidade do



mercado é essencial para evitar prejuízos e maximizar lucros, como evidenciado pelas diferenças entre os preços de venda calculados teoricamente e os praticados no mercado.

5. Considerações Finais

A pesquisa desenvolvida tem o intuito de abordar os principais aspectos da contabilidade custo e se existe uma real eficiência deste sistema para ser utilizada pelas empresas do Brasil, tendo em vista a diversidade de métodos existentes de contabilidade e a falta de conhecimento sobre o tema por parte de empresas que justificam a utilização destes métodos para determinar a precificação de um produto ou serviço.

Com o levantamento de diversos livros e artigos referentes ao tema, foi possível a análise técnica da eficiência dos métodos e sistemas custos, que se mostrou eficaz ao ser aplicado em determinados exemplos e estudos de casos verdadeiros, através de seus métodos aplicáveis que solucionam diversos aspectos, como a análise detalhada das custos variáveis e fixas, bem como qual a melhor metodologia a ser utilizada para registrar os custos da empresa, que demonstrou ser eficiente, mas tendo que se adequar a realidade de cada segmento, possibilitando que seja determinado um orçamento adequado bem como o valor final do serviço ou item ofertado.

A ausência do gerenciamento de custos ocasiona um retrocesso ao sistema de venda da empresa que se torna ineficiente por não ter os métodos adequados para apontar os dados reais do custo, mostrando a necessidade de aplicação do método de gerência de custos para uma melhor eficiência através da aplicação de métodos que demonstrem o custo real da empresa, bem como o mais adequado ao ambiente empresarial daquela empresa, que resulte em um determinado e adequado valor do produto para a venda que resulte em um lucro adequado para a empresa.



Por meio dos métodos de estudo de pesquisa, é factível realizar os objetivos citados. Em síntese, a gestão de custos reside na busca pela otimização do preço de venda, conseqüentemente no funcionamento da empresa, maximizando o retorno do recurso aplicado sem comprometer a qualidade dos produtos ou serviços oferecidos. Através de uma análise minuciosa, de um planejamento meticuloso e de tomadas de decisão convincentes, a gestão de custos melhora a rentabilidade, a sustentabilidade e a competitividade organizacional. Assim, torna-se uma ferramenta essencial para entidades que desejam controlar gastos de produção, até mesmo os gastos indiretos e garantir um crescimento sustentável no longo prazo, além de garantir uma posição competitiva no mercado.

Deste modo, a contabilidade de custo se mostra eficaz em demonstrar que é eficiente a sua aplicação para que seja possível determinar o preço do produto e atendendo a necessidade da empresa ao mesmo tempo, o que de oportuno junto ao desenvolvimento da era digital novos mecanismos se mostram promissores e podem ser integrados a fim de auxiliar com mais dados a contabilidade.

6. **Declaração de direitos**

O(s)/A(s) autor(s)/autora(s) declara(m) ser detentores dos direitos autorais da presente obra, que o artigo não foi publicado anteriormente e que não está sendo considerado por outra(o) Revista/Journal. Declara(m) que as imagens e textos publicados são de responsabilidade do(s) autor(s), e não possuem direitos autorais reservados à terceiros. Textos e/ou imagens de terceiros são devidamente citados ou devidamente autorizados com concessão de direitos para publicação quando necessário. Declara(m) respeitar os direitos de terceiros e de Instituições públicas e privadas. Declara(m) não cometer plágio ou autoplágio e não ter considerado/gerado conteúdos falsos e que a obra é original e de responsabilidade dos autores.

7. **Referências**

1. ABBAS, Katia; GONÇALVES, Marguit Neumann; LEONCINE, Maury.
*MÉTODOS DE CUSTEIO: VANTAGENS, DESVANTAGENS E SUA



- APLICABILIDADE NOS DIVERSOS TIPOS DE ORGANIZAÇÕES APRESENTADAS PELA LITERATURA*. Contexto, Porto Alegre, 2012.
2. MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2023.
 3. PADOVEZE, Clovis Luís. Contabilidade gerencial de custos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
 4. OLIVEIRA, Luís Martins de; JUNIOR, José Hernandez Perez. Contabilidade de Custos para não Contadores. São Paulo: Atlas, 2000.
 5. APOLLARO, André. “Gestão de Custos: O Que é, Sua Importância Para a Empresa E Como Implementá-La.” Blog Payfy, 4 July 2023, payfy.io/blog/gestao-de-custos/. Acesso em 25 de maio 2024.
 6. PRADA, Charles. “Gerenciamento de Custos Em Projetos: O Que é E Como Fazer.” EUAX, 5 Feb. 2019, www.euax.com.br/2019/02/gerenciamento-de-custosem-projetos/. Acessado em 25 de maio 2024.
 7. MAGALHÃES, Diego Ventura. Et al. O papel da gestão de custo para tomada de decisão: um estudo de caso na empresa M. A. turbo diesel. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 04, Ed. 01, Vol. 06, pp. 05-22, janeiro de 2019. Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/gestao-de-custo>. Acessado em: 25 de maio de 2024.
 8. ZAMBELLI, Rafael. “Controle de Custos: Importância E Como Fazer Na Sua Empresa.” Blog | Checklist Fácil, 27 Feb. 2023. blog-pt.checklistfacil.com/control-de-custos/. Acessado em 26 de maio 2024.
 9. CAVALCANTE, leo. “O Que é Gestão de Custos? Entenda a Importância E Como Fazer.” Www.linkana.com, 3 Jan. 2023, www.linkana.com/blog/gestao-custos/. Acessado em: 26 de maio 2024.



10. DUMER, Miguel Carlos Ramos. Importância e desempenho das informações da contabilidade de custos frente outras informações contábeis na gestão de MPES: análise da percepção dos gestores pela matriz de Slack. XXI Congresso Brasileiro de Custos. Natal, 2014.
11. BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubnes. Gestão de custos e formação de preços. Editora Atlas S.A., São Paulo, 2012. da contabilidade de custos frente outras informações contábeis na gestão de MPES: análise da percepção dos gestores pela matriz de Slack. XXI Congresso Brasileiro de Custos. Natal, 2014. <https://www.treasy.com.br/blog/cpv-cmv-e-csv/>
12. MOSMANN, Gabriela. “Qual a Diferença Entre Despesas, Custos E Gastos?” Suno, 29 Mar. 2020, www.suno.com.br/artigos/custos-e-gastos/. Acessado em: 28 de maio de 2024.
13. NPC 2 - Pronunciamento Instituto Dos Auditores Independentes Do Brasil - IBRACON. www.portaldecontabilidade.com.br, 30 Abr. 1999, www.portaldecontabilidade.com.br/ibracon/npc2.htm. Acesso em 27 de maio 2024.
14. RODRIGUES, Leonardo. “Despesa, Gasto E Custo: Você Conhece as Diferenças Entre Esses Termos?” Blog Voitto, 18 Jan. 2021, voitto.com.br/blog/artigo/despesagasto-custo. Accessed 27 May 2024.
15. ZANELLA, Liane Carly Hermes. Metodologia de Pesquisa. Reimpressa. Florianópolis, 2013.
16. PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ermani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico. 2º Ed. Novo Amburgo: Feevale, 2013. Acessado em: 26 maio 2024.
17. RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos / Osni Moura Ribeiro. - São Paulo : Saraiva, 2009.



18. OLIVEIRA, Diogo de; SANTOS, Antonio José dos. Custo da Qualidade em indústria de transformação de produtos siderúrgicos. UNISOCIESC. Joinville, 2018.
19. SANTOS, Marinéia Almeida dos. Contabilidade de Custos. Salvador- UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação a Distância, 2018.
20. FERNANDES, Daniela. “Entenda Tudo Sobre Custos Diretos, Indiretos, Fixos E Variáveis.” Treasy | Planejamento E Controladoria, 10 Apr. 2018, www.treasy.com.br/blog/custos-diretos-indiretos-fixos-e-variaveis/. Acesso em: 28 de maio 2024.
21. MEGLIORINI, Evandir. Custos. São Paulo: Makron Books, 2001.
22. RIBEIRO, Osni Moura. Contabilidade de custos / Osni Moura Ribeiro. - São Paulo : Saraiva, 2009.
23. FERNANDES, Daniela Pereira. CPV, CMV e CSV: saiba como esses indicadores podem ajudar sua empresa. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/cpv-cmv-e-csv/>, 2018. Acessado em: 01/12/24.
24. CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Resolução CFC nº 1366/11 - Aprova a NBC T 16.11 – Sistema de Informação de Custos do Setor Público. Brasil, 2011.
25. BRASIL. Lei Nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1976.
26. PIRES, Luiz. “Principais Métodos de Custeio: ABC, Absorção, Variável E Custeio Padrão.” Sensio.com.br, 3 abr. 2024, www.sensio.com.br/blog/principais-metodos-de-custeio-abc-absorcao-variavel-e-custeiopadrao#:~:text=Custeio%20Vari%C3%A1vel. Acesso em 24 Set. 2024.



27. RIBEIRO, Heliton José; MORAES, Melissa Chistina Corrêa de; VIEIRA, Roberto de Araújo; CARVALHO, Vania Silva. Precificação e Lucratividade. João Pessoa - PB, 2007.
28. FERREIRA, José Antonio Stark. Contabilidade de custos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
29. CAMARGO, Renata Freitas de. O que é Markup, por que é importante conhecer sobre precificação e como realizar a formação do preço de venda de produtos e serviços?. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/markup/>, 2017. Acessado em: 01/12/2024.
30. ALVES, Daniela Beatriz; SILVA, Rafael. Contabilidade Gerencial: a importância do mark-up como ferramenta estratégica na formação do preço de venda. Revista Rumos. UNICERP, 2022.
31. SOUZA, Marcos Antonio de; DIEHL, Carlos Alberto. Gestão de custos: uma abordagem integrada entre contabilidade, engenharia e administração. São Paulo: Atlas, 2009.
32. PAULA, Gilles. B de. “O Que é Benchmarking: Aplique E Cresça de Forma Inteligente.” Treasy|Planejamento E Controladoria, 6 Mar. 2016, www.treasy.com.br/blog/benchmarking/. Acesso em 25 maio 2024.
33. OLIVEIRA, Geísa Gaiger de; BERNARDES, Mauricio Moreira e Silva. O que é o benchmarking?. Design em pesquisa: vol 1. Porto Alegre: Marcavisual, 2017. p. 110-125.
34. MORAES, Joana. “Precificação: Como Colocar Preço Em Seus Produtos E Serviços.” Rock Content - BR, 10 Feb. 2019, rockcontent.com/br/blog/precificacao/#estrat%C3%A9gias.



35. SANCHEZ, Victor. Análise de custos em uma empresa de transporte rodoviário de cargas: aplicação dos métodos RKW e ABC para custeio e tomada de decisão. Jaboticabal, 2021.
36. PEREIRA, José Miguel da Costa. LEAL, Carmem Teresa Pereira. A Implementação do Custeio Baseado em Atividades. Vila Real, 2020.
37. FREZATTI, F.; ROCHA, W.; NASCIMENTO, A. R.; JUNQUEIRA, E. Controle gerencial: uma abordagem de contabilidade gerencial no contexto econômico, comportamental e sociológico. São Paulo: Atlas, 2009.
38. ARNDT, Zahirah Matos; VALLIM, Carlos Roberto. Gestão de custos e precificação no setor de avicultura: um estudo de caso em granja de reprodução poedeira. Natal – RN, 2023.
39. PAIVA, Jéssica Rayane da Silva. Precificação de Serviços: Um Estudo de Caso em Uma Microempresa Individual. Natal – RN, 2023.
40. PAULA, Bianca Maciel de; CAROLINO, Marcela Fiorotti; VALLIM, Carlos Roberto. Gestão de custos e precificação no processo decisório empresarial: um estudo na produção de mármore e granitos. Natal -RN, 2023.
41. SCHMITT1, Igor Augusto; SILVA, Leandra da. Aplicação Dos Métodos De Custeio Por Absorção E Variável Para Formação Do Preço De Venda Em Uma Indústria De Confecções De Lingerie. Faculdades Integradas de Taquara, Taquara, RS, 2022.