



A CONTABILIDADE DE CUSTO NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

ARTIGO ORIGINAL

COSTA, Emyenne dos Santos¹, SOUZA, Janaina de Souza e², SANTIGO, Luana Pires³, ROBERTO, José Carlos Alves⁴, CAVALCANTE, Zuila Paulino⁵

COSTA, Emyenne dos Santos. *Et al.* **A contabilidade de custo na formação do preço de venda.** Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano. 07, Ed. 11, Vol. 09, pp. 24-33. Novembro de 2022. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/contabilidade/contabilidadede-custo> , DOI: 10.32749/nucleodoconhecimento.com.br/contabilidade/contabilidade-de-custo

RESUMO

Este estudo apresenta a contabilidade de custos e métodos, objetivando gerar suporte na identificação de custos, considerando as eventuais despesas, para a formação do preço de venda. Tal estratégia faz-se fundamental para a tomada de decisão na escolha das melhores estratégias de precificação, possibilitando, assim, o crescimento e maior lucratividade da entidade. Nesse contexto, tem-se como questão norteadora: como a contabilidade de custo pode auxiliar na formação do preço de venda? Tão logo, o objetivo geral firma-se em destacar os principais métodos de custeio, apresentando a contabilidade de custo na formulação de preço de venda. Metodologicamente, utilizou-se uma abordagem quantitativa para seleção e delimitação de estudos bibliográficos. Como resultados, a presente pesquisa destaca a importância do conhecimento da contabilidade de custo, para que haja uma tomada de decisão correta e eficaz, cuja finalidade é prestar auxílio às entidades, selecionando métodos lucrativos para a formulação do preço de seus produtos.

Palavras- chave: Estratégia, Lucratividade, Contabilidade de custo.

1. INTRODUÇÃO

A contabilidade de custo se tornou uma aliada importante para as entidades, proporcionando uma tomada de decisão inteligente e controle através de uma boa



gestão. Nesse contexto, é válido lembrar que a conscientização e análise do custo do produto é essencial devido à sua relação direta com o preço de venda. Sendo assim, uma estrutura ou método de custos adequado e um preço de venda corretamente formado, se torna um diferencial competitivo.

Ante ao exposto, o presente artigo tem como objetivo destacar os principais métodos de custeio, apresentando a contabilidade de custo na formulação de preço de venda, sendo norteado pela questão: como a contabilidade de custo pode auxiliar na formação do preço de venda?

Para isso, realizou-se um estudo bibliográfico com base em um levantamento da literatura de livros de ciências contábeis, artigos científicos, dissertações e conteúdos online.

Ao final, este artigo se propõe a fornecer subsídios para pesquisas futuras com foco na formação de preços de venda, dando a devida importância na gestão estratégica de custos, com direcionamento sobre como reduzir custos e fortalecer o posicionamento estratégico da empresa.

2. CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custo tem três funções significativas: o auxílio ao planejamento, ao controle e a ajuda às tomadas de decisões. No que diz respeito ao planejamento e controle, seu serviço mais importante é fornecer matérias para o estabelecimento, orçamentos e outras formas de previsão (MARTINS, 2010).

Com isso, o autor supracitado destaca os benefícios trazidos pela contabilidade de custo, que se apresentam como um meio que disponibiliza prova material para que seja realizada uma análise, que se realizada corretamente propõe o controle de todos os gastos, dando uma visão clara do que pode ser mantido no processo produtivo ou corrigido, se necessário. Além disso, por meio desta ferramenta, a



elaboração de um planejamento estratégico, com o acompanhamento dos resultados e a tomada de decisão se tornam assertivas para o alcance das metas estipuladas pela empresa.

Quanto à definição de custos, Wernke (2018), relata que eles podem ser caracterizados como gastos efetivados para que seja feita a fabricação de um produto ou para a prestação de serviço. O custo, também, é uma despesa, sendo reconhecido somente quando os fatores de produção (bens e serviços) são utilizados para fabricar um produto ou prestar um serviço (STRUTZ, 2017).

Desta forma, a contabilidade de custo é o cálculo de todos os itens diretamente ou indiretamente ligados a produção do produto ou prestação de serviço. Com isso, há pontos vantajosos em seu controle, principalmente com relação aos desperdícios.

2.1 DIFERENÇA ENTRE CUSTO, DESPESA E GASTO

Algo se torna um gasto para empresa, quando o item comprado está em posse da entidade, ou seja, ele se classifica como qualquer retirada de valores monetários do caixa da empresa com a finalidade de obter receita, estando, portanto, relacionado ao processo de adquirir um bem ou serviço, que esteja ligado às atividades produtivas da empresa ou ao setor operacional (VICECONTI e NEVES, 2013).

O custo se apresenta como um investimento em um bem que será utilizado durante a fabricação, passando pelo processo de transformação até o produto acabado ou serviço prestado (SILVA e LINS, 2014).

Já as despesas são gastos relacionados à constituição de receita, ou seja, se referem ao desembolso monetário para consumo, direcionado para a administração da entidade, vendas e outros segmentos. Elas podem ser classificadas, também, como um gasto realizado pela empresa para manter o operacional que não está



ligado diretamente a produção do produto principal ou serviço ofertado (CATÂNIO e PEREIRA, 2018).

2.2 CLASSIFICAÇÃO DE CUSTOS

Constituem a expressão monetária dos insumos consumidos para a entrega de produtos (ou para produzi-los) e para a prestação de serviços aos clientes, de maneira que a empresa alcance seus fins específicos (SANTOS, 2018).

Sua finalidade é contribuir para a tarefa de monitoramento do ambiente de trabalho, apoiar o desenvolvimento de expectativas para o sucesso ou fracasso de decisões futuras, bem como ajudar a preparar orçamentos com base nos detalhes dos custos disponíveis. Eles estão divididos em custos indiretos, diretos, fixos e variáveis (MARTINS, 2010).

A classificação dos custos em diretos e indiretos refere-se à fabricação do produto ou serviço prestado e não ao todo da produção ou a vários departamentos existentes na empresa (MARTINS, 2010).

Ademais, os custos são diferenciados conforme a sua relação com o produto ou serviço prestado. Sendo assim, deve-se avaliar se está ligado diretamente a sua demanda ou se o custo necessita de um critério para ser vinculado ao produto ou serviço.

2.2.1 CUSTO DIRETO E CUSTO INDIRETO

Os custos diretos, geralmente, se aplicam apenas às entidades industriais e prestadores de serviços, pois as empresas comerciais utilizam a compra e venda de produtos acabados (STRUTZ, 2017). Eles são os custos diretamente ligados à produção de bens e serviços, isto é, podem ser definidos com precisão quando utilizados na produção de mercadorias. Além disso, eles correspondem a todos os



itens de despesas de material e itens relacionados ao produto, como por exemplo: matérias-primas, mão de obra (WERNKE, 2018).

Os tratamentos diretos são custos que são fáceis ou diretamente atribuíveis a cada produto fabricado durante esse período, ou seja, são custos que podem ser facilmente determinados como adequados para aquele produto ou serviço (WERNKE, 2018).

Os custos indiretos de fabricação consistem naqueles que não são identificados pelo portador final, ou seja, não há como mensurar quanto desse custo realmente pertence a determinado produto ou serviço final. Portanto, use critérios de rateio para alocar esses custos (STRUTZ, 2017).

O custo pode ser indireto por sua natureza porque não pode ser aplicado a um produto que não seja rateado ou estimado. Desta forma, ele será inserido no preço final do produto e serviço através de um método de rateio, para saber quanto desse custo será embutido no preço final (FERREIRA, 2018).

2.2.2 CUSTOS FIXOS E CUSTOS VARIÁVEIS

Custos fixos são aqueles que não variam com o aumento ou diminuição dos itens de produção. Portanto, são aqueles valores que independente da produção realizada, no fim do mês, não sofrem variação (FERREIRA, 2018).

Já os custos variáveis são proporcionais às mudanças nos níveis de atividade, que podem ser tanto de unidades produzidas, quanto de unidades vendidas, leitos ocupados, horas de trabalho, exames realizados, entre outros. Em termos de organização, essa classificação consente que os gerentes prevejam o que acontece com sua estrutura de custos devido a modificações nos graus de atividade (MARTINS, 2010).



Desta forma, podemos concluir que os custos variáveis são aqueles cujos valores vão variar conforme a produção, de forma proporcional ao volume de produtos acabados ou quantidade de serviços prestados dentro de um determinado período de tempo (FERREIRA, 2018).

3. ANÁLISE DE CUSTOS

Custo é a soma das despesas incorridas e necessárias para a aquisição, conversão e outros procedimentos para a manutenção do estoque e manutenção da fabricação, incluindo a venda, conversão, uso do estoque para o desenvolvimento de um produto ou a prestação de serviços que façam parte do objeto social da entidade (ZANLUCA, s.d.).

A contabilidade de custos é responsável por fornecer informações à alta administração de uma organização sobre os custos atribuíveis aos produtos e serviços gerados pela entidade (MARTINS, 2010).

Nesse cenário, informações sobre o cálculo de custos e como eles se relacionam com a produção e lucratividade de uma empresa são essenciais para o sucesso e manutenção do negócio (FERREIRA, 2018).

A análise de custo é, portanto, um método estratégico no processo decisório, sendo imprescindível na aplicação de várias funções gerenciais, como por exemplo, na formação de preços, valorização de estoque, otimização da produção, entre outros.

4. FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

É dentro da correta formação de preço que uma empresa vê a possibilidade de crescimento. A precificação má formulada, independentemente do segmento, pode levá-lo à falência. Portanto, é importante que seja feita corretamente, dentro do método escolhido, pois somente através de uma metodologia eficaz de formação de preço, uma empresa poderá atingir suas metas de lucro e crescer (COGAN, 2013).



O preço é o processo de definir o valor monetário de um produto, bem ou serviço, a ser cobrado de um cliente. Ele é uma variável fundamental no funcionamento de qualquer tipo de negócio. Por este motivo, a precificação deve levar em consideração a oferta de retornos positivos para a empresa e seus investidores, mantendo a competitividade perante o mercado e o contentamento do cliente (NETO e LIMA, 2014).

Desta forma, a correta formação de preço de um produto ou serviço é essencial na troca de recursos dentro da relação de compra e venda (PAIM, 2016), sendo a análise de custos uma ferramenta estratégica nesse processo.

4.1 MÉTODOS DE CUSTEIO

Os métodos de custeio ou também conhecidos como métodos de rateios, são ferramentas utilizadas no processo de mensuração de quanto é gasto para produzir determinada mercadoria. É nesse momento que se observa a importância da aplicação do método de custeio, pois é através dele que se pode constatar, de forma mais precisa e detalhada, como está a lucratividade do negócio. Por isso, a aplicação deste método é fundamental para a saúde financeira de um negócio. Os principais métodos utilizados no mercado são: Custeio por Absorção, Custeio Variável e Mark-Up (WERNKE, 2018).

4.1.1 MÉTODO DE CUSTEIO POR ABSORÇÃO

O método custeio por absorção constitui um conjunto de procedimentos executados para somar todos os custos de fabricação, sendo eles: fixos ou variáveis, diretos ou indiretos, aos produtos fabricados em determinado período (WERNKE, 2018).

Neste método, deve-se, também, haver a separação entre custos e despesas, pois ele tem como objetivo propor que os custos fabris sejam incluídos no processo de



fabricação, agregando, aos produtos, as despesas do período que serão lançadas diretamente no resultado (CATÂNIO e PEREIRA, 2018).

Por fim, destaca-se que este método deve ser usado quando uma empresa busca um sistema que seja integrado à contabilidade, lembrando que ele é o único aceito pelo Imposto de Renda.

4.1.2 MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL

O método de custeio variável, como é conhecido, reconhece apenas os custos variáveis (CATÂNIO e PEREIRA, 2018).

Nesse método, são somados aos produtos somente os custos que variam conforme a produção, direcionando os custos fixos diretamente para as contas de resultados. Desta forma, Viceconti e Neves (2013), afirmam que os custos de produtos vendidos, dos produtos em estoque que ainda estão em fabricação e até mesmo os acabados, só constarão juntamente com os custos acabados. Pode-se dizer, então, que tanto os produtos do estoque, quanto os que estão prontos, são considerados custos variáveis para este método.

De acordo com Santos (2018), para a aplicação do método de custeio variável, o primeiro passo é realizar a devida classificação dos custos dos produtos em custos fixos e variáveis. Em seguida, atribui-se aos produtos somente aqueles custos classificados como variáveis e fixos anteriormente.

Cabe ressaltar que este método é utilizado mais para fins gerenciais, disponibilizando informações que auxiliam no gerenciamento da empresa.



4.2 MÉTODO MARK-UP

O método de precificação mark-up envolve adicionar uma margem de lucro sobre o preço de venda ao custo unitário de um produto ou serviço, a fim de chegar ao preço ideal. Nele, os cálculos de markup, impostos, taxas, encargos administrativos, encargos financeiros e porcentagem de lucro necessária, devem ser adicionados ao preço final (SARDINHA, 2013).

Com essa métrica, a empresa pode garantir que o preço do produto ou serviço, independente do seguimento, cobrirá todas as despesas e gerará lucro. Entretanto, é válido destacar que os valores relevantes para Mark-Up para formar preços de venda variam de acordo com o setor. Em alguns setores, as marcações são apenas uma pequena fração do custo total (SARDINHA, 2013).

Segundo Proença e Santos (2014), neste método de cálculo do preço de venda, começa-se com o custo calculado interno (custo de dentro para fora), sendo adicionado ao custo do produto uma margem chamada Mark-Up, que é uma estimativa para ocultar outras obrigações ausentes no custo do produto, como: os tributos, as comissões e os lucros que os empresários querem.

Diante disto, pode-se dizer que o método é bastante eficiente dentro daquilo que ele demonstra proporcionar para auxiliar na melhor precificação dos produtos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo uma aliada das entidades, a contabilidade de custo ajuda o gestor a ser eficaz nas tomadas de decisões e, assim, realizar uma boa gestão. Ademais, para que a organização cresça, a análise do custo do produto é fundamental, pois está diretamente relacionada ao preço de venda. Desta forma, a adoção de uma estrutura ou metodologia de custos adequada e um preço de venda bem formado tornam-se um diferencial competitivo perante o mercado.



O objetivo geral desta pesquisa foi destacar os principais métodos de custeio, apresentando a contabilidade de custo na formulação de preço de venda, sendo norteado pela questão: como a contabilidade de custo pode auxiliar na formação do preço de venda?

Os resultados obtidos apresentaram que a contabilidade de custo auxilia no planejamento estratégico, controle de todos os gastos e despesas e na tomada de decisão eficaz para que haja um diferencial no mercado competitivo. Além disso, ter o entendimento correto da contabilidade de custo, é de suma importância para que a empresa consiga analisar corretamente seus gastos e seus lucros, definindo os processos através de métodos como: custeio de absorção, variável e mark-Up.

REFERÊNCIAS

CATÂNIO, A. R.; PEREIRA, A. **Contabilidade de custo e industrial**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S. A., 2018.

COGAN, S. **Custos e formação de preço**: análise e prática 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2013.

FERREIRA, R. **Contabilidade de custos**: Teoria e questões comentadas. 11^a ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2018.

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

NETO, A. A.; LIMA, F. G. **Fundamentos de administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PAIM, W. M. **Análise de custo**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2016.

PROENÇA, F. R.; SANTOS, J. L. D. dos. **Custos e formação de preço**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2014.

SARDINHA, J. C. **Formação de preço**: uma abordagem prática por meio de análise custo-volume-lucro. São Paulo: Atlas, 2013.



SANTOS, M. A. **Contabilidade de custos**. - Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação a Distância, 2018.

SILVA, R. N. S.; LINS, L. dos S. **Gestão de Custos: contabilidade, controle e análise**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

STRUTZ, E. **Gestão e Análise de custos**. Uniasselvi, 2017.

VICECONTI, P. E. V.; NEVES, S. Das. **Contabilidade de custo**. 11. ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2013.

WERNKE, R. **Análise de custos e preço de venda: Ênfase em aplicações e casos nacionais**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2018.

ZANLUCA, J. de S. Custos ou Despesas? **Portal da Contabilidade**, s.d. Disponível em: <https://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/custo-ou-despesa.htm>. Acesso em: 28 jun. 2015.

Enviado: Outubro, 2022.

Aprovado: Novembro, 2022.

¹ Graduando do curso de Contabilidade. ORCID: 0000-0002-1510-4174.

² Graduando do curso de Contabilidade. ORCID: 0000-0002-3407-8696.

³ Graduando do curso de Contabilidade. ORCID: 0000-0002-8350-0873.

⁴ Orientador. Mestre em Engenharia de Produção. Especialista em Logística Empresarial. Graduado em Administração com Ênfase em Marketing.

⁵ Co-orientadora. Mestre em Engenharia de Produção pela UFAM, Especialista em Auditoria pela UFAM, Graduada em Ciências Contábeis pela UFAM.