

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

**JOSÉ WELLITON SILVA DO NASCIMENTO** (UESPI) - jwsnascimento@urc.uespi.br

**IGOR ARAUJO DOS SANTOS SILVA** (UESPI) - coordenacaoadmurucui@gmail.com

**EZEQUIAS MARTINS BISPO** (UESPI) - cadmurucui@urc.uespi.br

**Indira Gandhi Bezerra-de-Sousa** (Uespi) - indirabs@urc.uespi.br

**Kaetana Alves Cerqueira** (UESPI) - kaetanacerqueira@urc.uespi.br

## **Resumo:**

*Embora as empresas possuam dificuldades em precificar bens/serviços, a contabilidade de custos contribui, nesse sentido, para uma precificação mais efetiva, evitando falhas ao estabelecer valores. Com isso, o objetivo geral desse artigo consiste em “demonstrar a contabilização de um método de custeio para definição do preço de custo de produtos vendidos em um estabelecimento de food service”. Para tanto, realizou-se uma pesquisa aplicada, exploratória, qualitativa e quantitativa, utilizando como estratégia de pesquisa o estudo de caso único, adotando como instrumentos de coleta de dados a entrevista semiestruturada, a observação e os documentos. Por fim, como técnica de análise, utilizou-se a análise de conteúdo e estatística descritiva, por meio do software de apoio Excel (2016). Como resultado, observou-se que o empreendimento não adotava um método formal e fundamentado. Para isso, demonstrou-se a implementação do método de custeio por absorção, identificando-se os custos fixos e variáveis, bem como o preço de venda, viabilizando a melhor forma de utilizar a contabilização de custos em pequenos estabelecimentos de food service. A partir da demonstração apresentada, outras empresas do mesmo setor podem aplicar em seus estabelecimentos para melhor tomada de decisões.*

**Palavras-chave:** *Custos. Métodos de custeios. Preço de venda. Food Service.*

**Área temática:** *Custos aplicados ao setor privado e terceiro setor*

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

### **Resumo**

Embora as empresas possuam dificuldades em precificar bens/serviços, a contabilidade de custos contribui, nesse sentido, para uma precificação mais efetiva, evitando falhas ao estabelecer valores. Com isso, o objetivo geral desse artigo consiste em “demonstrar a contabilização de um método de custeio para definição do preço de custo de produtos vendidos em um estabelecimento de *food servisse*”. Para tanto, realizou-se uma pesquisa aplicada, exploratória, qualitativa e quantitativa, utilizando como estratégia de pesquisa o estudo de caso único, adotando como instrumentos de coleta de dados a entrevista semiestruturada, a observação e os documentos. Por fim, como técnica de análise, utilizou-se a análise de conteúdo e estatística descritiva, por meio do software de apoio Excel (2016). Como resultado, observou-se que o empreendimento não adotava um método formal e fundamentado. Para isso, demonstrou-se a implementação do método de custeio por absorção, identificando-se os custos fixos e variáveis, bem como o preço de venda, viabilizando a melhor forma de utilizar a contabilização de custos em pequenos estabelecimentos de *food service*. A partir da demonstração apresentada, outras empresas do mesmo setor podem aplicar em seus estabelecimentos para melhor tomada de decisões.

**Palavras-chave:** Custos. Métodos de custeios. Preço de venda. *Food Service*.

**Área Temática:** Custos aplicados ao setor privado e terceiro setor

### **1 Introdução**

A administração financeira desde a primeira revolução industrial desempenhava um importante papel em determinados aspectos organizacionais, como no controle financeiro de pessoal, na lucrativa do negócio e no preço do produto final (MARTINS, 2010a). Em decorrência do surgimento e da guinada de grandes indústrias, a gestão financeira organizacional passou por constantes evoluções, até chegar no conceito de custos (CREPALDI, 2012).

Santos (2011, p. 18) quando aborda sobre tal temática, afirma que, “no sentido mais amplo, a finalidade dos custos é mostrar os caminhos a serem percorridos na prática da gestão de um negócio” [...]. Ou seja, refere-se ao planejamento do controle de custos e lucros de uma empresa. Controlar e gerir as despesas do processo produtivo vai além de somente estabelecer precificação, mas de tornar o produto/serviço mais competitivo.

Nesse sentido, a contabilidade de custo vem ajudar a organizar as informações reais obtidas no dia a dia dos negócios, e permite tomada de decisões seguras. Além de apresentar o valor real do produto, permite pela via do controle uma melhor gerência de custos e do negócio. Portanto, estudar o tema em questão, surge de uma indagação quanto ao uso da contabilidade de custos e ao método de custeio utilizado pelo estabelecimento Alfa do setor alimentício na cidade de Uruçuí - PI, tendo para análise específica uma pequena empresa local.

Diante das considerações expostas, o problema a ser trabalhado nessa pesquisa é: Como é aplicado o método de custeio para definição do preço de custo de produtos vendidos em um estabelecimento de *food service*? Dito isso, o presente trabalho justifica-se por dois motivos: i) pela importância de se buscar saber os custos de uma produção, que, caso seja superestimado, por um lado pode afetar o consumidor, e caso seja subestimado, pode gerar prejuízos ao

comerciante, sobretudo em empresas informais e de pequeno porte; ii) e por discriminar minuciosamente o valor dos insumos, os custos totais fixos e variáveis e possíveis lucros, as informações geradas e o método aplicado permitem mais consciência na tomada de decisões futuras.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 Contabilidade de Custos

A contabilidade de custo caracteriza-se como um ramo da Ciência Contábil, sendo esta uma ramificação de periódico aperfeiçoamento, utilizada nos diversos tipos de atuações empresariais como instrumento gerencial, mais precisamente nas atividades de planejamento, controle, e processo decisório. Pode-se afirmar que a contabilidade de custo tem por finalidade calcular e relatar informações que são financeiras e não financeiras relativas à compra e ao consumo de recursos pela organização (LIMA, 2014; COSTA, et al, 2019).

Com o advento da revolução industrial, apontou-se que a contabilidade financeira já não conseguia mais oferecer respostas às questões que envolviam custo e o processo produtivo, pois as organizações não só apenas comerciavam produtos prontos, mas convertia matéria prima, adicionando valores, mão de obra e gastos totais com a produção, ocasionando o surgimento e valorização de novos produtos e serviços, sendo necessária uma gestão que focasse nos custos, surgindo assim a contabilidade de custos (FREZATTI; AGUIAR; GUERREIRO, 2007).

Ferreira (2013) separa a contabilidade de custos em setor de serviços e industrial, por serem responsáveis pelos gastos decorrentes da produção de um determinado produto ou na prestação de um serviço. Em ambos os casos, há um sistema de custeios, que são técnicas, critérios e métodos aplicados para apropriar os custos de produção. De acordo com Hoji (2010) e Santos (2011), a apuração e análise dos custos permitem aos gestores subsídios, propriedades para tomar decisões, quanto à: negociações de preços com clientes; à escolha de fornecedores; e aos gastos individuais que compõem o preço do produto, assim, permitindo o controle, com fins de redução de custos. De modo geral, oportuniza efetividade no processo de gestão de produção.

Esse sistema de custeio, dividem-se em vários métodos, alguns deles foram explorados, sendo eles: Custeio por Absorção; Custeio Variável; e Custeio ABC.

O Custeio por Absorção, de acordo com Santos et al. (2006) e Garrison et al. (2013), trata todos os custos de produção como custo de produto, o que independe de serem variáveis ou fixos. Dessa forma, esse tipo de custeio aloca uma porção dos custos gerais de produção fixos a cada unidade de produto, com os custos de produção variáveis. Em outras palavras, o sistema de custeio por absorção apropria aos produtos, as mercadorias ou aos serviços tanto custos e despesas diretas (fixas e variáveis) como custos e despesas indiretas (fixas e variáveis) incorridos na atividade empresarial (BERTO; BEULKE, 2017).

O Custeio Variável, segundo Santos et al. (2006) e Galvão et al. (2008), agrega vantagens, o que possibilita de ser utilizado para uma gama mais ampla de produtos, divisões, mercadoria e serviços, permitindo maior atenção na análise do potencial de cada um na geração dos lucros. Nesse sentido, pelo fato de também ser conhecido como custeio direto e custeio marginal, o custeio variável permite visualizar apenas os custos variáveis atribuídos à produção do produto ou serviço, sendo que os custos fixos gerais ficam de fora, por serem constantes independentemente de haver produção ou não (GARRISON et al., 2013). Ou seja, no custeio variável, o custo fixo mantém-se constante, não há como considerá-los como custo de produção, considerando assim, somente os custos variáveis (VICECONTI; NEVES, 2017; RIBEIRO et. al., 2019).

De forma específica, o custeio variável é um critério alternativo de custeio de produtos utilizado para fins gerenciais, visto que a sua utilização fornece informações vitais para a empresa, como, por exemplo, a contribuição rentável de um produto. No método de custeio variável, segundo Martins (2010b, p. 198) “[...] só são alocados aos produtos os custos variáveis, ficando os fixos separados e considerados como despesas do período, indo diretamente para o resultado”. Na visão de Bruni e Famá (2011, p. 164) “[...] em processos de tomadas de decisões, muitas vezes, os custos fixos rateados de forma imprecisa levam a decisões equivocadas, como o corte de produtos lucrativos ou mesmo o corte inadequado de produtos deficitários”.

Com o método do custeio variável a organização consegue gerenciar melhor sua produção, sendo possível verificar quais os segmentos, linhas de produtos que não são lucrativos, bem como as mudanças nas quantidades produzidas, vendidas, nos custos, despesas, preços, fazendo com que os gestores das empresas tomem decisões de acrescentar ou diminuir uma linha de produção (BRIZOLLA, et. al, 2017). Diante disso, este método pode trazer informações úteis para uma organização agrícola, de forma a apresentar resultados do cultivo de determinados produtos, verificando se a atividade é rentável ou não para a propriedade. Portanto, de acordo com Coronado (2017), conclui-se que o custeio variável pode ser classificado “como sendo um método mais gerencial, pelo fácil entendimento, e a facilidade que ele permite a atribuição dos preços de venda”.

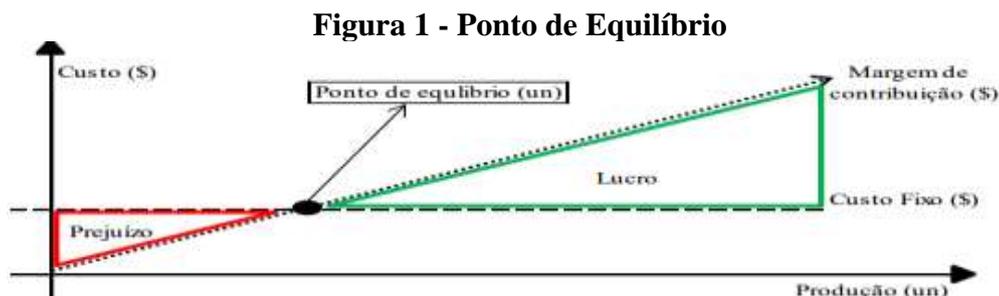
Por fim, o método de custeio por atividade (ABC - abreviatura do inglês “*Activity Based Costing*”) originou-se da tentativa de melhorar a qualidade da informação contábil para a tomada de decisões nas organizações (DUTRA, 2003; SANTOS et al. 2006). Assim, para Garrison et al. (2013), os autores destacam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

Portanto, o custeio ABC, surge como sendo o aperfeiçoador do custeio por absorção, uma vez que define critérios de rateio, usando rastreamentos dentro dos setores de produção para que a alocação dos valores dentro desses setores seja atribuída de acordo com o consumo proporcional das atividades.

Além dos métodos de custeio, alguns indicadores se fazem importantes na contabilização dos custos, como i) margem de contribuição e; ii) ponto de equilíbrio.

De acordo com Espindula (2015 p. 32) “a margem de contribuição indica quanto sobra das vendas para que a empresa possa pagar suas despesas fixas e ainda assim gerar lucros”. De acordo com o autor é fundamental que o valor da margem de contribuição seja superior aos custos e despesas fixas, permitindo assim a geração de lucro (DAMASCENO; AVALCA, 2012). Portanto, a margem de contribuição é um indicador importante para analisar o quanto a empresa está fazendo sobrar para pagar as despesas fixas e realizar os investimentos. Ela também é essencial para o cálculo do ponto de equilíbrio.

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



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

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

Além dos métodos de custeio e importantes indicadores, há também a necessidade de investigar o entendimento sobre a formação do preço de venda, ao qual a próxima seção dedicou-se a tal aprofundamento.

## 2.2 Formação do preço de venda

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

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

Com base nesse entendimento, alguns métodos de formação de preço se destacam sendo eles: baseado no custo; baseado na concorrência; método misto; e markup.

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

Já para Martins (2010a) o custo de um bem ou serviço “é a base do cálculo para se obter o preço desejado”, no qual se acrescenta em seguida os gastos não incluídos nos custos, comissões, tributos e o lucro desejado pela empresa - a esse conjunto de contas dar-se o nome de mark-up, ou seja, o custo do bem ou serviço mais o mark-up é que formará o preço final (SANTANA; SILVA; GONÇALVES, 2017). Assim, o preço unitário que a empresa define vender seus produtos multiplicado pela quantidade vendida, resultará na receita bruta. Para formação desse preço unitário usasse a seguinte fórmula: receita bruta resulta da soma dos custos mais despesas mais lucro mais tributos.

O método **baseado na concorrência**, de acordo com Hoji (2010, p. 363) “em um mercado globalizado, existem muitos produtos com qualidades semelhantes, e a competitividade se dá pelo preço”. Para o autor, este preço, ainda segundo o autor, é regido pelo

mercado, fazendo com que haja mais pressão por uma gestão eficaz da redução de custo e despesas, tendo em vista vender produzindo pelo menor custo possível para que se possa atingir um lucro maior.

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

O **método misto**, parte da necessidade em formar o preço-base, apoiado nos custos, e criticá-lo frente às características de mercado (concorrentes, volume de vendas, condições de entrega, qualidade etc.) para fixação do preço mais apropriado para a precificação das mercadorias (BRUNI; FAMÁ, 2011). Assim, Loch (2011) considera que a precificação adequada das mercadorias garante a continuação das organizações no mercado, posto isso ele segue afirmando que o preço deve ser atrativo, competitivo no mercado, deve cobrir os gastos da organização e gerar lucro. Características essas que são inerentes ao método misto de formação do preço de venda.

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

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

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

O método Markup, é provavelmente um dos métodos mais utilizados do mercado, se não o mais utilizado (SILVA; SILVA, 2015). Segundo Santos (2017) o Markup é definido como a soma de uma margem fixa ao custo unitário do produto a fim de se obter o preço final, tendo como objetivo cobrir outros custos que porventura não tenha sido alocado no cálculo dos custos unitários. Na lógica dos autores, esta margem, geralmente percentual, deve cobrir todos os custos e despesas e propiciar um determinado nível de lucro. As variações possíveis em sua aplicabilidade dependem da base de custos escolhida.

Dentre todos os métodos apresentados, não existe o mais importante ou o ideal. Por sua vez, o que há é a necessidade de se utilizar mais de um método no intento de obter mais precisão no processo de contabilização e análise.

A partir de tais considerações, dedicou-se a investigar o setor de *food service* por ter sido o contexto explorado.

## **2.6 Setor *Food Service***

*Food service* é o termo utilizado para refeições preparadas fora do lar e que abrange as refeições realizadas nos locais de trabalho, lazer, em hotéis e hospitais, refeições (adquiridas pelos consumidores) consumidas no domicílio, porém preparada em outro local (LEAL, 2010). De acordo com Moysés Filho (2013) com o ritmo que a vida contemporânea demanda os hábitos dos consumidores têm sofrido modificações, o que acaba por incentivar o crescimento da oferta de alimentos. Ainda segundo o autor a propagação da alimentação fora do lar é um fenômeno

mundial decorrente da elevada urbanização ocorrida a partir da segunda metade do século XX, como também da crescente participação da mulher no mercado de trabalho e o aumento do tempo de locomoção nas áreas urbanas.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), em 2018 o faturamento dos serviços de *Food Service* chegou a R\$ 172,6 bilhões, ou seja, 32,9% das vendas no mercado interno. É um mercado com 1,3 milhões de pontos de vendas no Brasil, ainda segundo a (ABIA) em 2018 esse segmento apresentou um crescimento de 4,8%. Segundo o estudo realizado pelo Instituto *Foodservice* Brasil (IFB) (2018), o gasto médio do brasileiro com alimentação fora de casa atingi 28%, com um ticket médio de R\$ 13 reais. O que para Serson, Machline e Moura (2018) decorrem de motivos como: maior participação das mulheres no mercado de trabalho, faltando-lhes tempo para as tarefas domésticas e também por mudanças na estrutura familiar, que passam a ter maior orçamento para lazer ao abrirem mão de terem filhos.

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

Ainda de acordo com a pesquisa, se comparado as cinco regiões, o Nordeste foi o que teve a menor evolução percentual no preço médio da alimentação fora de casa nos últimos 5 anos, passando de R\$ 26,98 em 2014 para R\$ 32,66 em 2019, um aumento de 21,05 %. A região sudeste por sua vez lidera a lista de mais cara com média de R\$ 35,72, em segundo Centro-Oeste com média de R\$ 35,16, o Sul ocupa a terceira posição com média de R\$ 34,18, logo após vem o norte na quarta colocação com média de R\$ 33,74 e só então vem o Nordeste na quinta posição.

### 3 Metodologia

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

Segundo Bertucci (2012), pesquisas exploratórias são aquelas que buscam descrever com detalhamento, proximidade e de forma inovadora determinados problemas. A pesquisa se classifica como um estudo de caso único, pois “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2016 p. 39), auxiliando para alcançar os objetivos traçados.

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

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

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

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

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

Além do roteiro de entrevista semiestruturada, foram coletados documentos comprobatórios visando à triangulação dos dados e diminuindo a possibilidade de viés que pode ocorrer em estudos qualitativos, conforme sugerido por Eisenhardt (1989), Yin (2016) e Creswell (2010). A coleta de dados foi dividida em duas etapas. A primeira etapa compreendeu a coleta bibliográfica sobre as temáticas de contabilidade de custos. A segunda etapa envolveu o estudo de caso na empresa pesquisada, com a utilização dos seguintes métodos de coleta de dados: (i) entrevista semiestruturada; (ii) análise documental; e (iii) observações.

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

Conforme requisitos apresentados em Yin (2016) e em Creswell (2010), este estudo seguiu os padrões éticos, protegendo a identificação dos sujeitos que participaram da pesquisa, e obtendo o consentimento informado de todas as pessoas que farão parte da pesquisa. Destaque-se que os documentos coletados, de acordo com o que recomenda Cellard (2010), foram organizados para fornecerem indicadores e relatórios de análise, de modo a complementar as entrevistas, conforme a caracterização apresentada no Quadro 2.

**Quadro 2 - Caracterização dos documentos coletados**

Código	Documento	Setor	Fonte
D001	Contas de energia elétrica	Gerência	primária
D002	Contas de água	Gerência	primária
D003	Contas de gás	Gerência	primária
D004	Notas de compras de insumos	Gerência	primária

**Fonte:** Elaborado pelos autores

Assim, estes documentos citados acima foram analisados e usados como referências para alcance do objetivo geral. Por fim, os dados quantitativos, foram analisados, por meio da estatística descritiva. A estatística descritiva é formada por um conjunto de medidas que têm por objetivo melhorar a compreensão do comportamento de dados (FÁVERO et al., 2009).

Além disso, serve para organizar, resumir e apresentar dados estatísticos (GIL, 2010). Por seu turno, os dados coletados via observação (diário de campo) e entrevista (transcrições) foram analisados, conforme proposto por Creswell (2010), a partir da extração de sentido desses dados, interpretando-os.

## **4 Apresentação e Análise dos Resultados**

### **4.1 Descrição do Estudo de Caso**

O estabelecimento, iniciou suas atividades em março de 2018 vendendo como prato principal, o beiju com vários tipos de recheios, também conhecido como tapioca. Por seguinte, passou a compor o cardápio, um prato típico da região, que é conhecido como “arrumadinho”. Este é composto por uma porção de Maria Isabel, creme de galinha e acompanhado com carne na chapa. Destaque-se que desde o início do empreendimento, até os dias atuais, a família é responsável por toda a gestão do negócio. Quanto à divisão das funções, há um responsável pela cozinha e outro pelo atendimento.

### **4.2 Apresentação da contabilidade do estabelecimento**

Inicialmente, questionou-se como funcionava a contabilidade do local. A proprietária apontou que ao abrir o estabelecimento, manteve registros somente das entradas e do que era vendido, e logo no dia seguinte, retirava o valor para compras de mais insumos, restando uma quantia que acreditava ser o seu lucro. Com o tempo, deixou de fazer esses registros, alegando que o aumento da demanda fez com que perdessem o controle.

Em relação à retirada previamente estabelecida do pró-labore, ela afirma não dispor desse salário mensal. De modo geral, o estabelecimento não mantinha nenhuma prática contábil gerencial. Questionada ainda sobre as despesas administrativas, alegou que não havia, porém ao conversar com mais profundidade, apontou despesas com internet.

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

Por fim, observou a não separação das despesas pessoais com as do estabelecimento. Dessa forma, a implementação de um método de custeio para o local teria de superar dificuldades extremas, pois, o estabelecimento funciona na frente da casa, estando interligadas às contas de água e luz e o uso do gás de cozinha, tornando complexo o trabalho de rateio destas contas, que teria de ter, a princípio, uma separação.

### **4.3 Método de custeio adequado para o estabelecimento**

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

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

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

Produto: Creme de Galinha	Valor	Quant. por porção	Unid.	Unid. de medida	Total
Milho Verde	R\$ 1,90	1	Sachê		R\$ 1,90
Maisena	R\$ 1,99	1	Caixa		R\$ 1,99
Crema de leite	R\$ 1,69	1	Caixa		R\$ 1,69
Azeitona	R\$ 1,50	1	Sachê		R\$ 1,50
Caldo de carne	R\$ 1,85	3	Cubos	12	R\$ 0,46
Pct. de leite	R\$ 3,65	1	Pacote		R\$ 3,65
Frango desfiado	R\$ 8,99	970,7	Gramas	1000	R\$ 8,73
Cebola	R\$ 3,80	195,4	Gramas	1000	R\$ 0,74
Tomate	R\$ 4,00	122	Gramas	1000	R\$ 0,49
Sazon	R\$ 3,00	2	Sachê	12	R\$ 0,50
Alho	R\$ 1,00	22	Gramas	63,9	R\$ 0,34
Pimentão	R\$ 5,50	31	Gramas	1000	R\$ 0,17
Sal	R\$ 0,80	16	Gramas	1000	R\$ 0,01
				<b>Total por porção</b>	<b>R\$ 22,18</b>

Fonte: Pesquisa de Campo

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

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

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

Fonte: Pesquisa de Campo

Dentre os insumos para o preparo da Maria Isabel, pode-se notar o quanto o valor da carne onera o valor total para o preparo deste prato, chegando a 74% do valor total da porção. Isto possibilita ao gestor rever os fornecedores para negociar não só o valor da carne, mais de outros ingredientes, visando reduzir os custos e assim aumentar o poder de barganha.

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

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

Fonte: Pesquisa de Campo

Dentre os três itens que compõem o Arrumadinho, a carne preparada na chapa que é comprada no varejo consome 23% do valor de venda do arrumadinho, entre os custos somente da matéria prima, o valor chega a 36,47%. A porção vendida do arrumadinho totaliza 0,627 gramas, sendo 100g de carne na chapa, 277g de creme de galinha e 250g de Maria Isabel, vendidos a R\$ 10,00 reais. Devido a coleta de dados ter sido realizada em quatro dias e o estabelecimento não manter anotações quanto às saídas, fez-se necessário tirar uma média com base no registro dos quatro dias, que totalizaram 37 pedidos de arrumadinho, resultando em

uma média de 9 pedidos ao dia. Tal observação se dá para chegar ao valor total de pedidos em um mês, que é de 180. Levando em consideração que o local só funciona de segunda a sexta. Assim, pega-se o número de pedidos/mês e multiplica-se pelo peso em gramas de cada prato vendido, chega-se a produção mensal em kg. Conforme disposto a seguir:  $180 \times 0,627 = 112,86$  kg/mês, que será a produção base para rateio.

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

**Quadro 6 - Custos com matéria prima dos itens do arrumadinho**

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

Fonte: Elaborado pelos autores

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

**Quadro 7 - Custos Variáveis mensal**

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

Fonte: Elaborado pelos autores

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

**Quadro 8 - Custos e despesas fixas mensal do restaurante**

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

<b>Total</b>	R\$ 307,75
<b>Produção em Kg</b>	R\$ 112,86
<b>Custo Fixo em R\$ por Kg</b>	R\$ 2,72

Fonte: Elaborado pelos autores

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

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

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

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

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

Portanto, as informações sobre custos são absolutamente necessárias para a gestão adequada dos negócios, especialmente nos dias atuais, devido à ampliação dos mercados e intensificação da concorrência. Levando em consideração esses resultados descritos, uma parte das micro e pequenas empresas não utilizam a contabilidade de custos, e encontram limitações para ter as informações com exatidão para as devidas tomadas de decisões no âmbito gerencial. Bem como não reconhecem a importância da utilização dos sistemas de custeio.

Dessa maneira constatou-se o quanto a contabilidade de custo é importante para as empresas, principalmente para as micro e pequenas empresas, mas em contra partida, são poucos os empreendimentos que conseguem manter um sistema de custeio eficaz e colocar em prática uma equipe e departamento responsável para controlar as informações dos custos despesas, gastos. Além disso, as empresas que não conseguem implementar esses aspectos acabam sofrendo impactos da concorrência, por não disporem de ferramentas necessárias. Assim, a empresa que não aplica a contabilidade de custo não tem o devido controle ao seu alcance, acaba retardando as informações, aumentando o risco de errar nas tomadas de decisões, e atualmente o erro pode ser crucial em meio a tanta concorrência.

## 5 Considerações Finais

O objetivo deste estudo foi de demonstrar a contabilização do método de custeio para definição de preço de custo dos produtos vendidos no estabelecimento Alfa na cidade de Uruçuí-PI. O alcance de tal objetivo se fez ao atingir etapas subdivididas, descritas para melhor entendimento. Observou-se que o empreendimento não adotava um método formal e fundamentado para a formação do preço de venda, tendo por base somente o preço praticado pelos concorrentes.

Para o estabelecimento do preço de venda de um dos produtos, contabilizou-se os custos diretos e indiretos de produção, bem como as despesas. Esta mensuração permitiu, com base na literatura, estabelecer um método de custeio apropriado para o estabelecimento, pois, a aplicação do método de custeio por absorção, necessitaria de valores decorrentes dos custos de produção e despesas envolvidas na confecção do produto arrumadinho.

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

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

Para a realização de estudos futuros, sugere-se que sejam realizados outros estudos na área com micro e pequenas empresas, pois, “24,4% delas fecham as portas com menos de dois anos de existência. E esse percentual pode chegar a 50% nos estabelecimentos com menos de quatro anos” (SEBRAE, 2019). Fica ainda a oportunidade para implementação do método de custeio nos demais produtos ofertados pelo estabelecimento, como as tapiocas, salgados e outros.

## Referências

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

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

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

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

BRIZOLLA, M. M. B. Et al. Sistema de Informação sob o Enfoque do Custeio Variável em Organizações Agrícolas. **Custos e Agronegócio Online**, UFRPE, Recife, v. 13, n. 4, out/dez 2017.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R.. **Gestão de Custos e Formação de Preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 5.ed. 5. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.

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

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

CELLARD, A. A análise documental. *In*: POUPART, J. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2010.

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

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

COSTA, E. da S.; OLIVEIRA, L. C. M. de; RAMALHO, K. de M.; COSTA, W. P. L. B. da; FELIX JÚNIOR, L. A.; SILVA, J. D. da. Inconsciente coletivo no conhecimento de contabilidade de custos: na perspectiva dos discentes de ciências contábeis. **XXVI Congresso Brasileiro de Custos** – Curitiba, PR, Brasil, 11 a 13 de novembro de 2019.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

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

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

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

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

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

FREZATTI, F.; AGUIAR, A. B. de; GUERREIRO, R. Diferenciações entre a contabilidade financeira e a contabilidade gerencial: uma pesquisa empírica a partir de pesquisadores de vários países. *Revista Contabilidade & Finanças*, São Paulo, v. 18, n. 44, p. 9-22, aug. 2007.

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

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

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

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

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

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

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

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

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

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

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

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

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

LIMA, E. B. **Contabilidade de Custos**. Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://webserver.crcrj.org.br/APOSTILAS/A0084P0449.pdf>. Acessado em: 14 agos. 2020.

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

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

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

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

MARTINS, E; ROCHA, W. **Métodos de Custeio Comparados: custos e margens analisados sob diferentes perspectivas.** São Paulo: Atlas, 2010.

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

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

RIBEIRO, R. R. M.; OUTI, W. Y. O.; MATTIELLO, K.; BORGES, I. M. T.; SOARES, A. C. de C. **A aplicabilidade do custeio variável na cultura do tomate em uma pequena propriedade familiar. XXVI Congresso Brasileiro de Custos – Curitiba, PR, Brasil, 11 a 13 de novembro de 2019.**

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

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

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

SANTOS, J. J. **Manual de contabilidade e análise de custos.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

\_\_\_\_\_. **Contabilidade e análise de custos.** São Paulo: Atlas, 2011.

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

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

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

SERSON, F. M.; MACHLINE, C.; MOURA, S. I. **Determinação do Potencial de Mercado para um Restaurante Fast-Casual de comida saudável no Itaim Bibi. 13º Congresso Latino-**

**Americano de Varejo e Consumo: "Building purpose through stakeholders in retailing"**, 2018.

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

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

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

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

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

**YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.**