

# PRECIFICAÇÃO BASEADA EM CUSTOS: UMA ABORDAGEM NA INDÚSTRIA ALIMENTÍCIA

*COST-BASED PRICING: AN APPROACH IN THE FOOD INDUSTRY*

**EUSELIA PAVEGLIO VIEIRA**

Doutora, Universidade Regional do Noroeste do Estado do RGS - UNIJUÍ, Brasil, euselia@unijui.edu.br

**DAIANE CASAROTTO RUTZ**

Bacharel em Ciências Contábeis, Universidade Regional do Noroeste do Estado do RGS - UNIJUÍ, Brasil,  
casarottorutz@gmail.com

**PATRICIA LUIZA SCHUH**

Mestre, Universidade Regional do Noroeste do Estado do RGS - UNIJUÍ, Brasil, patricia.luiza@unijui.edu.br

**GUSTAVO RAMOS PAVÃO**

Mestre, Universidade Regional do Noroeste do Estado do RGS - UNIJUÍ, Brasil, gustavo.pavao@unijui.edu.br

**RESUMO:** A contabilidade assume um papel fundamental nas organizações, e dentre os diversos campos de atuação, encontra-se a contabilidade e gestão de custos, sendo uma área que trata da análise e controle dos custos envolvidos na produção, podendo este último, ser classificado em custos diretos e indiretos, fixos e variáveis. Dessa forma, o objetivo do estudo consiste em desenvolver um sistema de custos e análise de preços com os respectivos indicadores relevantes ao gerenciamento de uma indústria alimentícia. Para isso, contou com a pesquisa descritiva, qualitativa e estudo de caso como metodologia, com a coleta de dados por meio de visitas in loco, observação e entrevistas não estruturadas. A partir da aplicação em uma indústria do ramo alimentício, foram calculados todos os custos e despesas envolvidos na produção de docas e geleias, para elaborar um preço de venda ideal a empresa. Constatou-se que a contabilidade e a gestão de custos são fundamentais para a tomada de decisão pelos gestores, por evidenciar onde encontram-se os pontos de atenção da empresa, permitindo assim, que sejam tomadas providências mais assertivas e eficientes para gerenciar esses problemas e aumentar a rentabilidade das organizações. Conclui-se que a implementação de um sistema de gestão de custos eficiente é fundamental para o aprimoramento da gestão financeira e para a definição de preços de venda adequados, garantindo, assim, a competitividade e a rentabilidade da indústria alimentícia estudada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gestão de custos, Precificação, Indicadores, Decisão.

**ABSTRACT:** Accounting plays a fundamental role in organizations. Among its various fields of activity is accounting and cost management, which deals with the analysis and control of production costs, which can be classified as direct and indirect, fixed and variable. Therefore, the objective of this study is to develop a cost and price analysis system with the respective indicators relevant to the management of a food industry. To achieve this, it used descriptive, qualitative, and case study research as methodology, with data collection through on-site visits, observation, and unstructured interviews. Based on the application in a food industry, all costs and expenses involved in the production of cakes and jams were calculated to determine an ideal selling price for the company. It was found that accounting and cost management are fundamental to managers' decision-making, as they highlight the company's areas of concern, thus enabling more assertive and efficient measures to manage these issues and increase the organization's profitability. It is concluded that the implementation of an efficient cost management system is fundamental for improving financial management and defining appropriate sales prices, thus ensuring the competitiveness and profitability of the food industry studied.

## 1 Introdução

A gestão de custos é uma área da contabilidade que produz indicadores e informações indispensáveis à tomada de decisões nas organizações (Vieira, 2018). Conforme Crepaldi e Crepaldi (2023) a organização que tem a contabilidade de custos bem estruturada consegue acompanhar e atingir seus objetivos em um mercado dinâmico e globalizado. Isso ocorre porque desempenha um papel fundamental na melhoria da eficiência operacional e também para traçar estratégias para se adaptar às mudanças mercadológicas.

Por meio da gestão de custos, os sistemas e métodos de custeio são utilizados para a apuração, análise e controle dos custos de produção e gestão dos processos produtivos (Wernke, 2018). Os métodos de custeio por absorção e variável, possibilitam a análise do custo integral e do custo gerencial, e ambos os métodos têm suas vantagens e são úteis para diferentes fins.

Baseado nos métodos de custeio, é possível formar e analisar o preço de venda sugerido aos produtos, levando-se em consideração a observação dos preços da concorrência, a percepção de valor pelo cliente, bem como também a sobrevivência da entidade (Vieira, 2018).

De acordo com Dubois (2019) a precificação dos produtos irá depender de vários fatores, como por exemplo, a sua demanda no mercado, e principalmente, o seu custo de produção. Já que, para gerar lucro para a empresa, ela precisará que seus produtos tenham um preço de venda que cubra os seus custos e despesas de produção e comercialização que a empresa terá até chegar ao seu consumidor final.

Para Veiga e Santos (2016) na gestão de custos, além de ser analisado a capacidade de produção da empresa, devem ser levados em consideração a demanda de mercado e os custos que a empresa terá para produzir. Fatores essenciais para os gestores chegarem no preço de venda necessário para atender os seus clientes, competir com seus concorrentes e ainda chegar a um valor que fique acima de seus custos. Já Bruni e Famá (2019), destacam que os sistemas de custeio se referem às formas como os custos são registrados e transferidos internamente dentro da entidade, identificando os custos dos estoques de produção, em andamento e de produtos acabados.

É neste contexto de controle de custos e adequada precificação que as empresas vêm buscando continuamente as melhores formas para gerar lucro a entidade, e ao mesmo tempo atender as demandas de seus clientes, tanto no quesito de qualidade quanto no preço de venda de seus produtos. Nesta linha que a gestão de custos opera, desempenhando um papel fundamental para a tomada de decisões e para a correta precificação de suas mercadorias, possibilitando assim, que a empresa consiga suprir as suas demandas e ter um bom desempenho (Martins, 2018).

Destaca Wernke (2018) que é por meio desta área de custos, que a entidade busca criar estratégias para competir com seus concorrentes, chegando aos melhores preços dos seus produtos, sem prejudicar o crescimento da mesma. Devido à alta competitividade do mercado as empresas precisam estar em constantes buscas por meios de se inovarem e estarem um passo à frente da concorrência, de uma maneira eficiente. É por intermédio da contabilidade que os gestores conseguem traçar estratégias de negócios que ajudem a impulsionar os seus negócios. Segundo Crepaldi, S. e Crepaldi, G. (2023) a contabilidade de custos tem passado por evoluções e modernizações ao longo dos anos, onde vem se transformando em uma ferramenta que desempenha um papel vital para que as organizações atinjam as suas metas e objetivos previstos, pois as empresas bem posicionadas tendem a conseguir enfrentar os desafios encontrados num meio de mercado tão volátil.

Os autores Crepaldi e Crepaldi (2023) destacam como sendo o objetivo da precificação dos produtos, a obtenção de um valor que tenha a capacidade de direcionar o lucro desejado com base nos custos e despesas envolvidos. A falta de uma correta formação de preço de venda pode acarretar

em estratégias que inviabilizam o negócio, podendo gerar inclusive prejuízos para a empresa. Neste cenário, o tema deste estudo trata da gestão de custos e precificação em uma empresa industrial, e a questão do estudo é: De que forma a gestão de custos e preços podem contribuir com indicadores relevantes ao processo de gestão de uma indústria de alimentos? Logo, o objetivo do estudo é desenvolver um sistema de custos e análise de preços com os respectivos indicadores relevantes ao gerenciamento de uma indústria alimentícia.

Este estudo justifica-se pela relevância da gestão de custos como instrumento essencial para a formação de preços e para a tomada de decisões estratégicas. Estudo de Melo *et al.*, (2021) demonstra que o domínio sobre custos e precificação é fundamental para empresas inseridas em mercados competitivos, enquanto Camargo *et al.*, (2019) ressaltam a importância da utilização de métodos de custeio adequados no processo decisório das indústrias. Assim, a correta apuração dos custos torna-se imprescindível para que esses dados sirvam de base confiável à gestão. No contexto da empresa analisada, a aplicação de práticas adequadas de custeio e precificação revelou-se crucial para mensurar a lucratividade dos produtos e apoiar decisões gerenciais mais assertivas.

## 2 Fundamentação teórica

Este referencial teórico foi baseado em pesquisas referente a contabilidade e a gestão de custos, fundamental para a compreensão do tema e o desenvolvimento do estudo de caso.

### 2.1 Contabilidade de Custos

Segundo Salotti *et al.*, (2019) a contabilidade é um dos pilares essenciais para o funcionamento eficaz de uma empresa, isso deve-se ao fato de que a contabilidade se empenha em buscar diferentes métodos para reconhecer, mensurar e evidenciar os eventos financeiros de uma organização, de forma clara e padronizada. Esse processo possibilita a compreensão e uma visão adequada da situação financeira e econômica da empresa, para todos que irão utilizar esses dados contábeis, para as tomadas de decisões.

Para Padoveze (2014) a contabilidade de custos é a área da contabilidade dedicada ao controle e análise dos custos envolvidos na produção, bem como também a determinação correta dos preços de venda dos produtos ofertados. Também destaca que o surgimento desse ramo se deu em decorrência das demandas que surgiram junto com a Revolução Industrial, período em que iniciou a produção em massa, e os processos passaram a exigir uma gestão de custos mais precisa e detalhada.

De acordo com Bruni e Famá (2019) a contabilidade de custos pode ser definida como conjunto de processos para se registrar os custos de produção dentro de uma empresa, possibilitando a análise dos impactos que os produtos vendidos têm no faturamento e nos lucros da organização. Fornecendo assim informações de extrema importância para os gestores, pois permite que seja identificado quais produtos estão apresentando maiores retornos e possíveis formas de melhorar ainda mais a lucratividade das entidades.

Na visão ampliada de Strutz (2017) aponta que a contabilidade de custos oferece uma visão abrangente dos dados históricos e estimados da empresa, o que permite que seja possível identificar possíveis áreas que necessitam de melhorias. Possibilitando que assim, seja traçado estratégias para corrigir os erros do passado e com isso, otimizar os processos de produção, produtividade, e redução dos custos, fatos que consequentemente aumentaram a lucratividade da empresa. O que ressalta a importância da contabilidade de custos dentro de uma organização, que devido suas informações

detalhadas, possibilita que seja tomado decisões mais estratégicas, identificando-se os pontos vulneráveis da organização e possíveis custos desnecessários.

De acordo com o artigo publicado por Gimenez, Oliveira e Carvalho (2019) a contabilidade de custos tem por finalidade, mensurar o valor dos estoques, disponibilizar dados para compreensão das variáveis que compõem o custo, apresentar informações para apoiar o processo decisório, relacionados à receita, investimento, descontinuidade de produtos ou serviços e/ou decisões relacionadas a clientes, ou seja, destinam-se ao processo decisório de planejamento, execução e controle.

Em seu artigo, Licório *et al.*, (2018) ressalta que a contribuição da contabilidade de custos dentro das empresas é de extrema relevância, o seu cálculo adequado é essencial para fornecer informações confiáveis, fato que impacta diretamente nas decisões que os gestores irão se basear, inclusive no preço de venda de seus produtos, pois custos calculados incorretamente, poderão impactar na rentabilidade da empresa.

De acordo com Santos *et al.*, (2018), aponta que um dos motivos da contabilidade de custos ser utilizada pelas empresas para as tomadas de decisões, é o fato de que ela proporciona uma análise precisa e detalhada dos custos presentes na produção. Possibilitando assim, que os gestores identifiquem áreas com ineficiências e pontos a serem corrigidos, de forma ágil e assertiva. Colocando-as à frente de seus concorrentes de mercado, e assim, consequentemente, maximizando a sua lucratividade. O que demonstra como a contabilidade de custos é importante para que as organizações continuem tendo sucesso e ativas em um mercado tão competitivo como este que estão inseridas.

## 2.2 Gestão de Custos e análise de preços

De acordo com a publicação de Rigo, Godoy e Scarpin (2016), a gestão de custos é crucial para o sucesso dos negócios de qualquer empresa, independentemente do seu tamanho. Pois a adequada mensuração e controle dos custos, impactará na lucratividade, bem como, a sobrevivência das empresas no mercado, o qual está cada vez mais competitivo. Nesta mesma linha Silva Filho *et al.*, (2016), ressalta em seu artigo, que a gestão de custos possibilita que sejam tomadas decisões mais assertivas, pois evidenciam onde se encontram os pontos fracos das empresas, e possibilitam que estas imperfeições sejam corrigidas, e consequentemente torna os processos mais produtivos e a atividade mais competitiva. A gestão de custos está diretamente ligada aos métodos de custeio, os quais são cruciais para a mensuração, identificação e alocação dos custos. Ao adotar os métodos de custeio adequados, as empresas podem obter uma visão mais clara de onde os recursos estão sendo empregados, identificar áreas de desperdício ou ineficiência e implementar estratégias para reduzir custos e aumentar a rentabilidade.

Conforme aponta Yanase (2018) existem diversos métodos de custeio, cada um com suas vantagens e desvantagens, no entanto, a escolha entre esses métodos, dependerá do contexto específico da empresa. Os métodos de custeio abordados neste estudo se dividem em custeio variável, custeio por absorção, custeio por absorção total ou pleno.

Segundo Wernke (2018), o custeio por absorção atribui todos os custos fabris, sejam eles fixos ou variáveis, diretos ou indiretos, aos custos dos produtos produzidos, proporcionando que seja determinado o custo total envolvidos diretamente e indiretamente na produção. Conforme aponta Santos (2017), o método de custeio por absorção é utilizado, quando é atribuída parte dos custos fixos para custear o produto. Esse método consiste na apropriação de todos os custos incorridos na produção, tanto diretos quanto indiretos os, quais são distribuídos aos produtos através de rateios.

Conforme destacado por Crepaldi S. e Crepaldi G. (2023), o método de custeio variável se fundamenta na separação dos gastos fixos e variáveis. Onde são alocados os custos fixos nas despesas, e os custos variáveis, que são os gastos que variam proporcionalmente com o volume de produção, são diretamente associados aos produtos produzidos, permitindo assim, uma análise mais precisa dos custos envolvidos diretamente em cada unidade produzida.

Para Lírio *et al.*, (2017) o custeio variável consiste somente nos custos variáveis incorridos, como o próprio nome indica. Os custos fixos deverão ser excluídos, uma vez que não são considerados como custos de produção, mas como despesas. Licório *et al.*, (2018) ressalta em seu artigo a importância desse método de custeio, tendo em vista sua vasta gama de informações, que auxiliam precisamente em possíveis tomadas de decisões. Este método permite calcular a margem de contribuição, ponto de equilíbrio e margem de segurança da empresa, fornecendo dados extremamente importantes para uma gestão estratégica.

Segundo Crepaldi S. e Crepaldi G. (2023) a formação do preço de venda tem como objetivo chegar em um valor de venda que consiga cobrir todos os custos e despesas envolvidos, e assim, direcionar para atingir o lucro desejado. Levando em consideração a competitividade, a sobrevivência e a consolidação da empresa no mercado consumidor que está envolvida.

O *mark up* é um elemento fundamental para a formação de preços, Dubois (2019) define que o *mark up* é um dos métodos mais simples para a determinação dos preços dos produtos fabricados pelas empresas, pois consiste em adicionar certa margem de lucro aos custos do produto fabricado ou aos serviços prestados. Yanase (2018) define o *mark up* como um índice que, aplicado sobre os gastos de determinado bem ou serviço, obtém-se o preço de venda e pode ser aplicado somente aos custos diretos, aos custos diretos mais os custos indiretos ou até mesmo sobre o custo apurado pelo método de custeio por absorção integral ou total.

## 2.2 Análise do custo, volume e resultado

Santos *et al.*, (2022), relata que a análise do custo, volume e lucro/resultado é uma das técnicas mais antigas e eficientes para se analisar os custos dentro das empresas. Ela permite às empresas entender como as mudanças no volume de produção ou vendas afetam seus custos e lucros. Se esta análise for aplicada de forma correta, pode ser transformada em uma ferramenta de extrema relevância para as tomadas de decisões. A análise do custo volume e resultado contempla a compreensão da margem de contribuição, do ponto de equilíbrio e da margem de segurança operacional.

A margem de contribuição é definida por Wernke (2018), como o valor da venda de um produto, após ser deduzido do preço de venda, os custos e as despesas variáveis. Em outras palavras, é o valor que cada unidade vendida, contribui para cobrir os custos fixos, e gerar lucro para a empresa. Essa definição ressalta a importância da margem de contribuição na análise de rentabilidade dos produtos e na elaboração de estratégias para maximizar os lucros.

Dentre as vantagens de conhecer a margem de contribuição de cada produto segundo Alves (2018) está no poder de decisão da empresa em quais mercadorias merecem maior esforço de vendas e qual será o preço mínimo para as promoções, manutenção ou não de determinados produtos e de determinada filial, avaliar alternativas de reduzir preços e aumentar o volume de vendas e também para determinar o PE da empresa. De acordo com Crepaldi S. e Crepaldi G. (2023) a margem de contribuição apresenta a vantagem de possibilitar que se encontre a margem de contribuição unitária de cada produto, podendo, pois, servir como instrumento de decisão de curto prazo.



A partir da apuração da margem de contribuição é possível calcular o ponto de equilíbrio. Para Martins (2018), destaca que a empresa atingirá seu ponto de equilíbrio, quando as suas receitas se igualam aos seus custos e despesas. A partir desse ponto a empresa começará a ter lucratividade. Determinar o ponto de equilíbrio é essencial para as empresas, pois fornece informações, que possibilitam visualizar o volume de vendas necessário para a empresa cobrir com os seus custos.

De acordo com Padoveze (2014) o ponto de equilíbrio mostra o nível de atividade ou o volume operacional, quando a receita total das vendas se iguala ao somatório dos custos variáveis totais mais os custos e as despesas fixas. Assim, o ponto de equilíbrio evidencia os parâmetros que mostram a capacidade mínima na qual a empresa deve operar para não ter prejuízo, mesmo que à custa de lucro zero. O ponto de equilíbrio é também denominado ponto de ruptura (break-even point).

Yanase (2018) ressalta a importância do ponto de equilíbrio para os gestores, já que apresentam a quantidade de produtos ou serviços que a empresa precisa negociar para atingir resultados favoráveis. Além de indicar o ponto em que as receitas se igualam aos custos, fornece uma referência crucial para as decisões relacionadas a precificação, produção e vendas.

Conforme destaca Dubois (2019) a análise do custo-volume-lucro é uma ferramenta de extrema relevância para entender como as mudanças nos volumes de produção afetam os custos e o lucro de uma empresa. No entanto, como qualquer ferramenta analítica, apresenta algumas limitações que precisam ser consideradas, necessitando assim, que essas informações sejam analisadas com cautela e aplicadas cuidadosamente.

### 3 Metodologia

A empresa objeto deste estudo é a Sabor e Tradição que atua no ramo de industrialização de produtos alimentícios que produz geleias e cucas, localizadas na cidade de Augusto Pestana – RS. Para resguardar a confidencialidade das informações e mitigar possíveis impactos relacionados à concorrência, a pesquisa adota a utilização de nomes fictícios na identificação da empresa e de seus administradores. A seleção desta empresa para a realização do estudo ocorreu em virtude da disponibilidade e do interesse manifestado pela administradora Maria da Luz, que demonstrou demanda específica em relação à implementação de um sistema de custos e precificação a ser aplicado em seu negócio.

Quanto a sua natureza, a pesquisa desse estudo se classifica em aplicada, sendo desenvolvida em uma empresa real, conforme Gil (2022) são pesquisas voltadas à aquisição de novos conhecimentos direcionados a amplas áreas com vistas à solução de reconhecidos problemas prático. Em relação a sua abordagem, é uma pesquisa qualitativa, pois não se utilizou nenhum modelo estatístico, apenas foram utilizados dados que foram sistematizados em planilhas. Conforme aborda Chizzotti (2018) parte-se do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito.

No que se refere aos objetivos, esta pesquisa se classifica como descritiva, a qual, segundo Gil (2022) tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno e podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis. Este estudo se caracteriza como descritivo, porque além de descrever os processos de produção das geleias e cucas, faz a descrição dos resultados e análises dos custos, dos preços e das informações gerenciais.

No que diz respeito aos procedimentos técnicos esta pesquisa é de caráter bibliográfica, sendo descrita por Lakatos (2021) sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com o que foi escrito sobre determinado assunto. Também foi utilizado a pesquisa documental, para o

levantamento das informações e confecção do sistema de custos e preços. Segundo Fachin (2017) a pesquisa documental corresponde a toda a informação coletada, seja de forma oral, escrita ou visualizada. No presente estudo, foram utilizadas notas fiscais, relatórios gerenciais, balancete, balanço, disponibilizados pela empresa, para o levantamento dos custos e despesas.

Trata-se de um estudo de caso, pois foi estudada com profundidade apenas uma organização, que trabalha produção de alimentos, como geleias e cucas. Severino (2017) como uma pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo.

A coleta de dados se deu por meio de entrevistas não estruturadas, realizadas com a gestora da empresa e com a pessoa encarregada pelos processos de produção, tanto das cucas quanto das geleias. Segundo Lakatos (2021) as entrevistas despadronizadas ou não estruturadas ocorrem quando o entrevistado tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. Além das entrevistas, foram realizadas visitas *in loco* na empresa para que possa ser analisado e descrito todos os processos envolvidos produção.

O procedimento de análise de dados utilizado foi a análise de conteúdo, que é definida por Severino (2017) como uma metodologia de tratamento e análise de informações constantes de um documento, sob forma de discursos pronunciados em diferentes linguagens. Inicialmente foi mapeado os processos de produção das cucas e geleias produzidos pela empresa, sendo documentado cada passo da produção, desde identificação dos ingredientes necessários para a produção das cucas e geleias, a preparação destes ingredientes que foram utilizados até a produção final em si, que é seguida da embalagem e armazenamento, sendo tudo registrado de forma detalhada e padronizada, como por exemplo, o registro dos valores das matérias primas utilizados e o tempo necessário para a produção das geleias e cucas.

Para em seguida ser feito o levantamento do custo de mão de obra, matéria prima e embalagens, e o tempo de produção despendido no processo de produção desde o seu início. Após esse levantamento, as informações foram classificadas em custos diretos e indiretos, fixo e variável e sistematizados em planilhas. A partir da elaboração do custo dos produtos, foi realizado o cálculo do mark up, para montar o preço de venda ideal, que irá suprir com os custos e despesas que a empresa teve no processo de produção até a venda das cucas e geleias. Com todas essas informações, foi possível calcular os indicadores gerenciais, como a margem de contribuição, ponto de equilíbrio e a análise do resultado, os quais oferecem informações de suma importância para os gestores terem uma visão do desempenho financeiro e uma análise da viabilidade e rentabilidade da produção.

#### **4 Resultados da pesquisa**

A análise dos resultados se dá a partir da elaboração do estudo na empresa Sabor e Tradição no qual foi descrito o processo de produção das geleias e das cucas classificadas em grupos de sabores clássicos e especiais, seguido da análise dos custos totais pelo método de custeio por absorção e variável ou direto, para chegar à precificação ideal para suprir com todos os custos e despesas da empresa e a partir disso gerar lucro para a mesma. Cabe observar que todo o texto, em cada fase dos elementos de custos, apresenta-se primeiro o processo das geleias e em seguida das cucas.

O processo de produção das geleias é aplicável a diferentes sabores de geleias, embora o processo básico da produção permaneça constante, existem variações dependendo do tipo de fruta utilizada. Algumas frutas precisam ser descascadas, enquanto outras requerem apenas a higienização. Para certos sabores de geleias, o suco da fruta também é incorporado ao processo. A duração do processo de produção também varia conforme a rapidez do cozimento das frutas, visto que algumas

frutas demandam mais tempo para atingir a consistência ideal de geleia. Já o processo de produção das cucas também segue padrão de produção semelhante para todos os sabores, com variações apenas nos recheios e na massa. Essas diferenças influenciam tanto o tempo total de produção quanto a manipulação específica dos ingredientes ao longo das etapas de produção, tanto das cucas, quanto das geleias.

#### 4.1 Custo Total: Custeio por Absorção e Variável ou Direto

Na sequência, apresenta-se as análises dos custos totais pelos métodos de custeio por absorção e variável ou direto, das geleias e das cucas clássicas e especiais da empresa.

O quadro 1 apresenta a apuração dos custos pelos métodos de custeio variável ou direto e pelo custeio por absorção de quatro tipos de geleias especiais, em que os componentes principais do custo total são a matéria-prima (MP), mão de obra direta (MOD), a embalagem e os custos indiretos fixos, distribuídos em quatro tamanhos: 40g, 260g, 300g e 1000g.

Quadro 1 - Custeio variável e absorção das geleias especiais

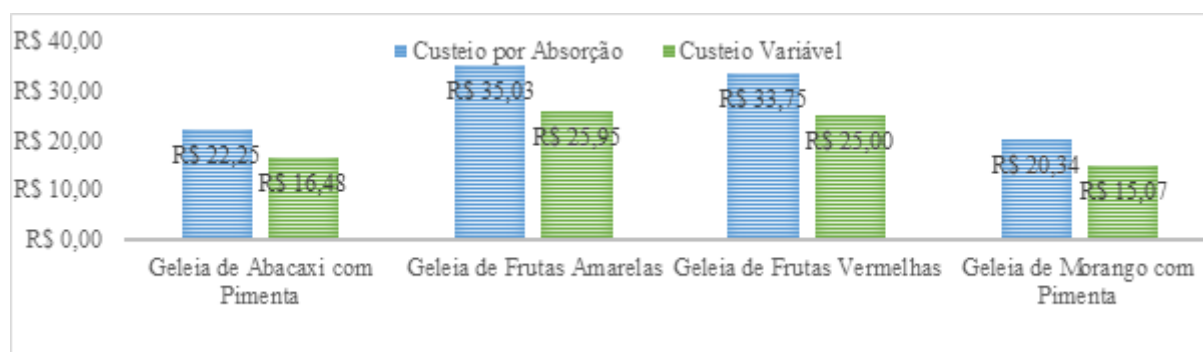
Custeio variável das geleias especiais					Custeio por absorção geleias especiais				
Geleia de Abacaxi com Pimenta					Geleia de Abacaxi com Pimenta				
Gramas	40	260 g	300 g	1000 g	Gramas	40 g	260 g	300 g	1000 g
Custo total	3,10	7,18	7,41	16,48	Custo total	4,19	9,69	10,01	22,25
Geleia de Frutas Amarelas					Geleia de Frutas Amarelas				
Gramas	40	260 g	300 g	1000 g	Gramas	40 g	260 g	300 g	1000 g
Custo total	3,48	9,64	10,25	25,95	Custo total	4,70	13,01	13,84	35,03
Geleia de Frutas Vermelhas					Geleia de Frutas Vermelhas				
Gramas	40	260 g	300 g	1000 g	Gramas	40 g	260 g	300 g	1000 g
Custo total	3,44	9,39	9,97	25,00	Custo total	4,65	12,68	13,46	33,75
Geleia de Morango com Pimenta					Geleia de Morango com Pimenta				
Gramas	40	260 g	300 g	1000 g	Gramas	40 g	260 g	300 g	1000 g
Custo total	3,05	6,81	6,99	15,07	Custo total	4,11	9,19	9,43	20,34

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

O ponto principal que diferencia os dois métodos de custeio é que no custeio por absorção os custos indiretos fixos são alocados no custo total dos produtos, e no custeio variável somente os custos variáveis fazem parte do custo do produto, os custos fixos são considerados despesas do período. No Quadro 1, observa-se que a geleia de morango com pimenta se destaca como a opção mais econômica entre as analisadas, apresentando um custo total de R\$ 20,34. Nesse caso, os principais fatores de impacto no custo final são a matéria-prima e os custos indiretos. O Gráfico 1 evidencia a diferença entre os custos totais das geleias especiais de 1.000 gramas, obtidos a partir da aplicação dos métodos de custeio por absorção e variável.



Gráfico 1 - Custo pelo custeio por absorção e variável das geleias especiais



Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Constata-se no gráfico 1, que o custo total das geleias calculado pelo método de custeio por absorção apresenta-se superior ao verificado pelo custeio variável. Essa diferença decorre porque, no custeio por absorção, os custos indiretos fixos são incluídos no custo do produto, elevando o seu custo final. Ressalta-se, entretanto que os custos relacionados à matéria-prima, custo com mão de obra e o custo com embalagens mantêm-se inalterados em ambos os métodos de custeio. O quadro 2 apresenta a apuração dos custos das geleias clássicas, considerando a aplicação dos métodos de custeio variável e de custeio por absorção.

Quadro 2 - Custeio variável e por absorção das geleias clássicas

Custeio variável das geleias clássicas				Custeio por absorção geleias clássicas			
Geleia de Banana				Geleia de Banana			
Gramas	40 g	260 g	300 g	Gramas	40 g	260 g	300 g
Custo total	R\$ 2,94	R\$ 6,08	R\$ 6,14	Custo total	R\$ 3,96	R\$ 8,21	R\$ 8,29
Geleia de Abóbora com Coco				Geleia de Abóbora com Coco			
Gramas	40 g	260 g	300 g	Gramas	40 g	260 g	300 g
Custo total	R\$ 3,06	R\$ 6,91	R\$ 7,10	Custo total	R\$ 4,14	R\$ 9,33	R\$ 9,59
Geleia de Goiaba				Geleia de Goiaba			
Gramas	40 g	260 g	300 g	Gramas	40 g	260 g	300 g
Custo total	R\$ 3,05	R\$ 6,84	R\$ 7,03	Custo total	R\$ 4,12	R\$ 9,24	R\$ 9,49
Geleia de Laranja				Geleia de Laranja			
Gramas	40 g	260 g	300 g	Gramas	40 g	260 g	300 g
Custo total	R\$ 3,07	R\$ 6,95	R\$ 7,15	Custo total	R\$ 4,14	R\$ 9,38	R\$ 9,65
Geleia de Morango				Geleia de Morango			
Gramas	40 g	260 g	300 g	Gramas	40 g	260 g	300 g
Custo total	R\$ 3,06	R\$ 6,91	R\$ 7,10	Custo total	R\$ 4,14	R\$ 9,33	R\$ 9,59
Geleia de Uva				Geleia de Uva			
Gramas	40 g	260 g	300 g	Gramas	40 g	260 g	300 g
Custo total	R\$ 2,98	R\$ 6,37	R\$ 6,48	Custo total	R\$ 4,02	R\$ 8,59	R\$ 8,74

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Assim como verificado no quadro 2, no custeio variável a geleia de laranja mantém-se como a de maior custo total também no método de custeio por absorção, resultando um custo total de R\$ 9,65 para apresentação de 300 gramas. Quando comparada com a geleia de banana, tem-se uma variação de R\$ 1,36 representando a variação entre o produto de maior e o de menor custo dentro do grupo das geleias clássicas.

O quadro 3 apresenta os custos de três tipos de cucas clássicas, detalhando os componentes principais do custo total sendo matéria-prima (MP), mão de obra direta (MOD), embalagem, distribuídos em quatro tamanhos: Fatia (120 gramas), tira (400 gramas), caixa P (380 gramas) e a

caixa G (680 gramas), considerando a aplicação dos métodos de custeio variável e de custeio por absorção.

Quadro 3 - Custeio Variável e por Absorção das cucas clássicas

Custeio variável das cucas clássicas					Custeio por absorção cucas clássicas				
Cuca de Creme					Cuca de Creme				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	1,79	6,56	6,33	10,77	Custo total	2,42	8,86	8,55	14,54
Cuca de Farofa					Cuca de Farofa				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	1,33	5,04	4,89	8,18	Custo total	1,80	6,80	6,60	11,05
Cuca de Queschmier					Cuca de Queschmier				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	2,32	8,34	8,02	13,79	Custo total	3,13	11,25	10,83	18,62

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Conforme apresentado no quadro 3, ao analisar as cucas tamanho G, verifica-se que a cuca de queschmier em ambos os métodos de custeio apresenta o maior custo total. Pelo custeio variável o seu custo é de R\$ 13,79, enquanto a cuca com o menor custo é a de farofa com o custo de R\$ 8,18 resultando em uma diferença de R\$ 5,61 entre os produtos. Já no custeio por absorção esta variação é ainda mais acentuada, alcançando o valor de R\$ 7,57, dado que a cuca de farofa apresenta um custo de R\$ 11,05 e a de queschmier um custo de R\$ 18,62. Essa variação evidencia o impacto da alocação dos custos indiretos fixos na formação do custo total e ressalta a relevância da escolha do método de custeio para a análise de rentabilidade e para o processo de definição de preços.

O quadro 4 apresenta os custos das cucas especiais pelo método de custeio variável e pelo custeio por absorção, mantendo-se, para fins comparativos, os mesmos tamanhos adotados nas cucas clássicas.

O grupo das cucas especiais é composto por oito sabores, dentre os quais a cuca de frutas vermelhas com chocolate branco apresenta o maior custo total na embalagem tamanho G, tanto pelo método de custeio variável de R\$ 26,03 quanto pelo custeio por absorção de R\$ 35,14. Na sequência, a cuca de ouro branco ocupa a segunda posição, com custos de R\$ 19,03 e R\$ 25,70, respectivamente, nos dois métodos de custeio. Calcula-se uma diferença expressiva entre os dois sabores, correspondente a R\$ 7,00 no custeio variável e R\$ 9,44 no custeio por absorção. Essa discrepância reforça a influência da estrutura de custos indiretos na formação do custo total e evidencia a necessidade de análises comparativas para subsidiar decisões de precificação e estratégias de posicionamento no mercado. Quando comparada à cuca de menor custo, a diferença torna-se ainda mais expressiva, sendo que a cuca de Nutella apresenta um custo de R\$ 14,03 pelo método de custeio variável e de R\$ 18,95 pelo custeio por absorção, resultando em uma variação de R\$ 12,00 e 16,19 em relação à cuca de frutas vermelhas com chocolate branco, respectivamente.

Quadro 4 - Custeio variável e por absorção das cucas especiais

Custeio variável das cucas especiais					Custeio por absorção das cucas especiais				
Cuca de Bombom					Cuca de Bombom				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	2,73	9,70	9,32	16,11	T <sup>C</sup>	3,69	13,10	12,58	21,75
Cuca de Dia dos Pais					Cuca de Dia dos Pais				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	3,17	11,16	10,70	18,59	T <sup>C</sup>	4,28	15,06	14,45	25,09
Cuca de Doce de Leite com Pralinê de Nozes					Cuca de Doce de Leite com Pralinê de Nozes				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	3,15	11,09	10,64	18,48	CT	4,25	14,98	14,37	24,95
Cuca de Dois Amores					Cuca de Dois Amores				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	2,55	9,10	8,74	15,09	T <sup>C</sup>	3,44	12,28	11,81	20,37
Cuca Especial Junina					Cuca Especial Junina				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	2,93	10,37	9,95	17,24	T <sup>C</sup>	3,96	13,99	13,43	23,27
Cuca de Nutella					Cuca de Nutella				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	2,36	8,48	8,16	14,03	CT	3,19	11,45	11,01	18,95
Cuca de Ouro Branco					Cuca de Ouro Branco				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	3,25	11,42	10,95	19,03	T <sup>C</sup>	4,38	15,42	14,78	25,70
Cuca de Frutas Vermelhas c/ Chocolate Branco					Cuca de Frutas Vermelhas c/ Chocolate Branco				
	1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G		1 Fatia	1 Tira	Caixa P	Caixa G
Custo total	4,48	15,33	14,86	26,03	CT	6,05	20,97	20,06	35,14

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Verifica-se, portanto, um acréscimo significativo nos custos totais quando considerado o custeio por absorção, o que se explica pela alocação dos custos indiretos fixos nesse método. Tal constatação reforça a relevância de compreender os efeitos da escolha do critério de custeio na mensuração de custos, especialmente para subsidiar decisões estratégicas de precificação e análise de rentabilidade.

## 4.2 Precificação dos Produtos

A formação do preço de venda visa atingir uma precificação que seja capaz de suprir com todos os custos e despesas envolvidos no processo de produção e ainda gerar lucro para a empresa.

#### 4.2.1 Cálculo do Preço de Venda para as geleias especiais e clássicas

A partir do cálculo do mark-up e do custo total unitário das geleias, foi possível calcular o preço de venda ideal para cada geleia. No quadro 5 é apresentado o preço de venda calculado das geleias especiais e o preço de venda praticado pela empresa.

Quadro 5 - Preço de venda calculado e praticado das geleias especiais

Geleias especiais	Preço de venda calculado				Preço de venda empresa			
Gramas	40 gr	260 gr	300 gr	1000 gr	40 gr	260 gr	300 gr	1000 gr
Geleia de Abacaxi com Pimenta	10,35	15,95	21,18	47,10	9,50	14,50	20,00	45,00
Geleia de Frutas Amarelas	11,61	21,42	29,29	74,13	9,50	14,50	20,00	49,00
Geleia de Frutas Vermelhas	11,48	20,87	28,48	71,44	9,50	14,50	20,00	49,00
Geleia de Morango com Pimenta	10,16	15,13	19,96	43,04	9,50	14,50	20,00	45,00

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Os dados apresentados no Quadro 5 evidenciam uma variação significativa entre o maior e o menor preço de venda calculado das geleias de 1.000 gramas, correspondente a R\$ 31,09. Para as geleias de 300 gramas, essa diferença é menor, totalizando R\$ 9,33. Quando a análise se restringe apenas às geleias com os maiores preços de venda, a variação torna-se ainda mais reduzida: R\$ 2,69 no caso das embalagens de 1.000 gramas e R\$ 0,81 para as de 300 gramas. Observa-se, ainda, que a política de preços da empresa adota valores uniformes para a maior parte dos sabores, sendo de R\$ 9,50 para embalagens de 40 gramas, R\$ 14,50 para embalagens de 260 gramas e R\$ 20,00 para embalagens de 300 gramas. A exceção ocorre nas embalagens de 1.000 gramas, que apresentam diferenciação de R\$ 45,00 para os sabores de abacaxi com pimenta e morango com pimenta, e R\$ 49,00 para os sabores frutas amarelas e frutas vermelhas.

Comparando o preço de venda calculado com aquele efetivamente praticado pela empresa, observa-se que os valores aplicados se encontram abaixo do preço de venda considerado ideal, ou seja, aquele capaz de cobrir integralmente os custos e despesas e, ainda, assegurar a margem de lucro esperada. A exceção refere-se às geleias de morango com pimenta nas embalagens de 300 gramas e 1.000 gramas, cujos preços de venda praticados são suficientes para atender tanto à cobertura dos custos quanto à margem de lucro desejada. Constata-se, ademais, uma variação expressiva entre o preço de venda aplicado pela empresa e o preço de venda calculado, sobretudo nas geleias de frutas amarelas e de frutas vermelhas, que apresentam diferenças de R\$ 25,13 e R\$ 22,44, respectivamente, no caso das embalagens de 1.000 gramas. Esta variação evidencia uma possível defasagem na política de precificação adotada, sugerindo a necessidade de revisão estratégica para alinhar os preços praticados à estrutura de custos e ao objetivo de lucratividade.

O Quadro 6 demonstra o preço de venda calculado e praticado pela empresa das geleias clássicas. Os sabores apresentam uma variação menos expressiva entre o maior e menor preço de venda calculado, se comparado com as diferenças das geleias especiais.

Quadro 6 – Preço de venda calculado e praticado das Geleias clássicas

Geleias clássicas	Preço de venda calculado			Preço de venda Empresa		
	40 gr	260 gr	300 gr	40 gr	260 gr	300 gr
Geleia de Abóbora com Coco	R\$ 10,21	R\$ 15,36	R\$ 20,29	R\$ 9,50	R\$ 14,50	R\$ 18,00
Geleia de Banana	R\$ 9,78	R\$ 13,51	R\$ 20,29	R\$ 9,50	R\$ 14,50	R\$ 18,00
Geleia de Goiaba	R\$ 10,18	R\$ 15,21	R\$ 20,08	R\$ 9,50	R\$ 14,50	R\$ 18,00
Geleia de Laranja	R\$ 10,23	R\$ 15,45	R\$ 20,43	R\$ 9,50	R\$ 14,50	R\$ 18,00
Geleia de Morango	R\$ 10,21	R\$ 15,36	R\$ 20,30	R\$ 9,50	R\$ 14,50	R\$ 18,00
Geleia de uva	R\$ 9,93	R\$ 14,15	R\$ 18,50	R\$ 9,50	R\$ 14,50	R\$ 18,00

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Conforme evidenciado no Quadro 6, ao considerar as embalagens de 300 gramas como referência, verifica-se que o maior preço de venda calculado corresponde à geleia de laranja, no valor de R\$ 20,43, enquanto o menor preço é atribuído à geleia de uva, no montante de R\$ 18,50. A diferença entre os dois extremos representa uma variação de R\$ 1,93. No que se refere aos preços de venda efetivamente praticados pela empresa, observa-se a adoção de uma política padronizada de preços para todos os sabores, com diferenciação apenas em função do tamanho da embalagem. Assim, as embalagens de 40 gramas são comercializadas a R\$ 9,50, as de 260 gramas a R\$ 14,50 e as de 300 gramas a R\$ 18,00.

A comparação dos preços de venda apresentados no Quadro 6 evidenciam que, no caso das geleias clássicas não se verificam discrepâncias relevantes entre o preço de venda calculado e o preço efetivamente praticado pela empresa. A geleia de laranja, identificada como a de maior preço de venda, apresenta uma variação de R\$ 2,43 na embalagem de 300 gramas e de apenas R\$ 0,73 na embalagem de 40 gramas. Esses resultados indicam que a política de preços da empresa, para esse grupo de produtos, encontra-se bastante próxima do valor de venda ideal, ou seja, suficiente para cobrir custos e despesas, além de garantir a margem de lucratividade desejada.

#### 4.2.2 Cálculo do Preço de Venda para as cucas clássicas e especiais

A partir do cálculo do mark-up e do custo total foi possível calcular o preço de venda para cada cuca e comparar com o preço de venda praticado pela empresa. No quadro 7 é apresentado o preço de venda calculado das cucas clássicas.

Quadro 7 - Preço de venda calculado e praticado das cucas clássicas

Preços de Venda	Calculado				Praticado pela empresa			
	Fatia	Tiras	Caixa P	Caixa G	Fatia	Tiras	Caixa P	Caixa G
Creme	R\$ 5,96	R\$ 19,17	R\$ 14,07	R\$ 23,94	R\$ 12,00	R\$ 24,90	R\$ 19,90	R\$ 32,00
Farofa	R\$ 4,44	R\$ 12,60	R\$ 10,86	R\$ 18,19	R\$ 12,00	R\$ 24,90	R\$ 19,90	R\$ 32,00
Queschimier	R\$ 7,74	R\$ 20,84	R\$ 17,82	R\$ 30,65	R\$ 12,00	R\$ 24,90	R\$ 19,90	R\$ 32,00

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Com base nas informações do quadro 7, entre as cucas da embalagem tamanho G, a diferença no preço de venda calculado entre a cuca de queschimier de maior valor e a cuca de farofa de menor valor corresponde a R\$ 12,46. No caso das cucas em fatias, essa variação é mais reduzida, atingindo R\$ 3,30. Quando a análise é direcionada apenas às cucas com os maiores preços de venda (queschimier e creme), a discrepância é menor, sendo de R\$ 6,71 para as embalagens G e de R\$ 1,78 para as fatias.



No que se refere aos preços praticados pela empresa demonstrado no Quadro 7, observa-se que todos os sabores de cucas clássicas são comercializados a valores capazes de cobrir integralmente os custos e despesas, assegurando, além disso, a geração de lucro. Os preços praticados pela empresa são uniformes a todos os sabores, se diferenciando aos tamanhos das embalagens. Destaca-se que, nas cucas de embalagem G, o preço de venda aplicado pela empresa supera o preço de venda calculado em R\$ 8,06 para a cuca de creme, R\$ 13,81 para a cuca de farofa e R\$ 1,35 para a cuca de quesquimier. Tal constatação indica que a margem efetiva de lucratividade obtida pela empresa é superior àquela inicialmente projetada por meio do mark-up, reforçando a eficácia da política de precificação adotada.

No quadro 8 é apresentado o preço de venda calculado e praticado pela empresa das cucas especiais.

Quadro 8 - Preço de venda calculado e praticado das cucas especiais

Preços de Venda	Calculado				Praticado pela empresa			
	Fatia	Tiras	Caixa P	Caixa G	Fatia	Tiras	Caixa P	Caixa G
Bombom	9,10	24,25	20,70	35,80	15,00	29,90	24,90	42,00
Dia dos pais	10,56	27,90	23,78	41,31	15,00	29,90	24,90	42,00
Doce de leite pralinê nozes	10,50	27,74	23,65	41,06	15,00	29,90	24,90	42,00
Dois amores	8,50	22,74	19,43	33,52	15,00	29,90	24,90	42,00
Especial junina	9,77	25,91	22,11	38,31	15,00	29,90	24,90	42,00
Frutas vermelhas c/ choco branco	14,94	38,83	33,02	57,84	15,00	29,90	24,90	42,00
Nutella	7,88	21,20	18,13	31,19	15,00	29,90	24,90	42,00
Ouro branco	10,82	28,55	24,34	42,30	15,00	29,90	24,90	42,00

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Conforme evidenciado no Quadro 8, constata-se uma variação expressiva no preço de venda calculado entre as cucas da embalagem tamanho G, sendo a maior diferença observada entre a cuca de frutas vermelhas com chocolate branco e a cuca de Nutella, no montante de R\$ 26,65. No caso das cucas comercializadas em fatias, essa variação é consideravelmente menor, atingindo R\$ 7,09. Por outro lado, quando a análise recai sobre as cucas com os menores preços de venda, a discrepância apresenta-se significativamente reduzida, correspondendo a apenas R\$ 2,33 para as embalagens G e R\$ 0,62 para as versões em fatias. Esses resultados evidenciam como a composição de custos e a complexidade dos insumos utilizados impactam de maneira distinta as diferentes categorias de produtos, reforçando a necessidade de uma precificação criteriosa e alinhada à realidade dos custos individuais de cada sabor.

Com base no preço de venda apresentado no quadro 8, observa-se que o preço de venda aplicado pela empresa para as fatias de cucas encontra-se compatível com o preço de venda ideal, garantindo a cobertura integral dos custos e despesas, além de assegurar a geração de lucro. Ressalta-se que a política de preços da empresa é padronizada entre os diferentes sabores, diferenciando-se apenas em função do tamanho das embalagens. Entretanto, nas categorias de cucas em tiras e na caixa P, identifica-se que apenas o sabor frutas vermelhas com chocolate branco não atinge o preço de venda ideal, apresentando diferenças de R\$ 8,93 e R\$ 8,12, respectivamente, entre o preço calculado e o preço efetivamente praticado. Já no caso das cucas da caixa G, dois sabores se encontram abaixo do valor de referência: a cuca de frutas vermelhas com chocolate branco, com variação negativa de R\$ 15,84, e a cuca de ouro branco, cuja diferença corresponde a R\$ 0,30.

Esses resultados evidenciam que, embora a política de precificação assegure a rentabilidade da maioria dos produtos, determinados sabores apresentam defasagens que podem comprometer a margem de lucro projetada, demandando ajustes específicos na estratégia de preços.

### 4.3 Análise dos Custos, Volume e Resultado

Na análise do custo, volume e resultado, apresenta-se o cálculo da margem de contribuição unitária e total das geleias e cucas, seguido do cálculo do ponto de equilíbrio.

#### 4.3.1 Margem de contribuição das geleias

Para apurar a margem de contribuição unitária, utilizou-se o preço de venda calculado no estudo, seguido do preço de venda atual praticado pela empresa. Posteriormente, calculou-se a margem de contribuição total do mês, multiplicando-se a MCU pelo volume de vendas. O quadro 9 apresenta o cálculo da margem de contribuição das geleias de 300 gramas.

Quadro 9 - MCU e MCt das geleias de 300 gramas pelo preço de venda calculado

Geleias	PV calculado	Custo Variável	Despesas variáveis	McU	Unidades Vendidas	Mctotal	Ranking
<b>Especiais</b>							
Abacaxi com pimenta	R\$ 21,18	R\$ 7,41	R\$ 1,06	R\$ 12,71	70	R\$ 889,38	15,34%
Frutas amarelas	R\$ 29,29	R\$ 10,25	R\$ 1,46	R\$ 17,57	50	R\$ 878,58	15,15%
Frutas vermelhas	R\$ 28,48	R\$ 9,97	R\$ 1,42	R\$ 17,09	50	R\$ 854,31	14,74%
Morango com pimenta	R\$ 19,96	R\$ 6,99	R\$ 1,00	R\$ 11,98	60	R\$ 718,51	12,39%
<b>Clássicas</b>							
Abóbora com coco	R\$ 20,29	R\$ 7,10	R\$ 1,01	R\$ 12,18	25	R\$ 304,42	5,25%
Banana	R\$ 17,55	R\$ 6,14	R\$ 0,88	R\$ 10,53	30	R\$ 315,97	5,45%
Goiaba	R\$ 20,08	R\$ 7,03	R\$ 1,00	R\$ 12,04	40	R\$ 481,67	8,31%
Laranja	R\$ 20,43	R\$ 7,15	R\$ 1,02	R\$ 12,26	30	R\$ 367,72	6,34%
Morango	R\$ 20,30	R\$ 7,10	R\$ 1,01	R\$ 12,18	40	R\$ 487,19	8,40%
Uva	R\$ 18,50	R\$ 6,48	R\$ 0,93	R\$ 11,10	45	R\$ 499,57	8,62%
<b>TOTAL</b>						<b>5.797,33</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

No quadro 9, evidencia-se que a geleia de abacaxi com pimenta foi a que mais contribuiu para o resultado da empresa analisada, uma vez que sua MCt foi de R\$ 889,38 representando 15,34% do total de margem de contribuição. Em seguida está a geleia de frutas amarelas, com uma MCt de 878,58 representando 15,15% da margem de contribuição total.

A geleia de frutas amarelas foi a que apresentou a melhor MCU, de R\$ 17,57. Apesar disso, a geleia de abacaxi com pimenta foi a que apresentou a melhor MCt, pois apresentou a maior quantidade de vendas.

Em relação as geleias clássicas, a geleia de laranja apresentou a melhor MCU, de R\$ 12,26. No entanto, a geleia de uva apresentou a melhor MCt, de R\$ 499,57, representando 8,62% do total de margem de contribuição das geleias, devido a sua quantidade de vendas ser superior às demais geleias clássicas.

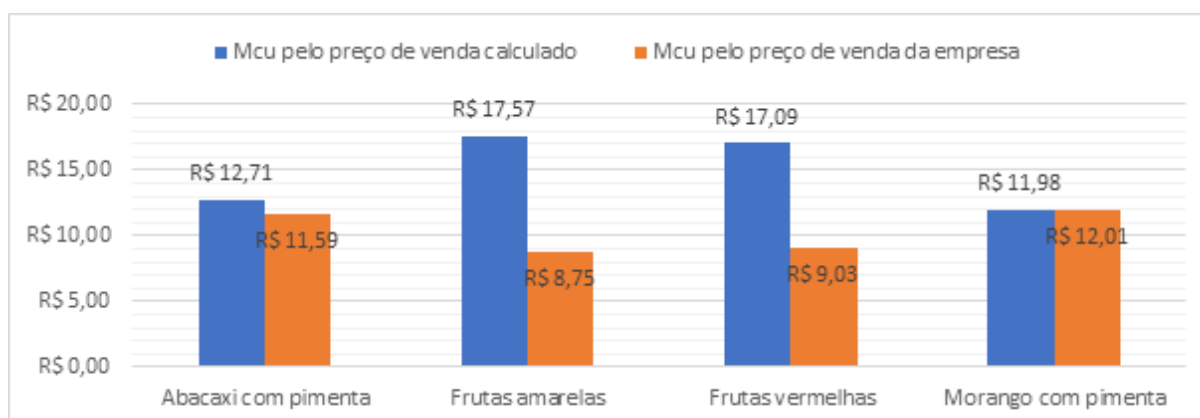
Nota-se que as geleias de frutas amarelas e frutas vermelhas apresentaram MCU significativamente maior que as demais geleias, seguindo o comportamento do preço de venda

calculado, o qual também se apresenta maior. Isto evidencia a relevância da análise da margem de contribuição, a qual pode indicar os produtos com maior capacidade de contribuir com o resultado da empresa.

A geleia de frutas amarelas apresenta um preço de venda calculado significativamente maior que o aplicado pela empresa, o que resulta em uma variação expressiva na MCu e na MCT, sendo essas de R\$ 9,29 e R\$ 464,5 respectivamente. Ou seja, a contribuição desta geleia dentro da empresa é menor do que ela teria se aplicasse o preço de venda calculado.

Em contrapartida o preço de venda da geleia de banana aplicado pela empresa é maior do que o preço de venda calculado no estudo, tendo assim uma diferença positiva na MCu e MCT, respectivamente de R\$ 0,45 e R\$ 13,50. Destaca-se a significativa variação das MCT de todos os sabores de geleias juntos, sendo essa de R\$ 1.283,05. Igualmente foi apurado os valores pelo preço de venda da empresa, o que pode ser visualizado no Gráfico 2.

Gráfico 2 - MCu pelo preço de venda calculado e MCu pelo preço de venda da empresa



Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Observa-se no Gráfico 2 que a geleia de frutas amarelas é o sabor que apresenta a maior variação entre a Margem de Contribuição Unitária (MCu) pelo preço de venda calculado e a MCu pelo preço de venda aplicado pela empresa, sendo que apenas a geleia de morango com pimenta apresentou uma MCu calculada pelo preço aplicado maior que a MCu pelo preço calculado. Outro ponto importante é a variação total entre as MCu: enquanto a diferença entre as MCu pelo preço de venda calculado dos sabores apresentados é de R\$ 5,59, e a diferença entre as MCus pelo preço de venda aplicado é somente de R\$ 3,26.

#### 4.3.2 Ponto de Equilíbrio das geleias

Na apuração do PE foi calculado o custo fixo total, que em seguida foi dividido pela MCu das geleias calculadas pelo preço de venda ideal, e assim chegar ao PE em unidades, e posteriormente calculou-se o PE em faturamento, onde foi multiplicado o PE em unidades pelo preço de venda das geleias. No quadro 10 é apresentado o ponto de equilíbrio (PE) das geleias de 300 gramas, com base no preço de venda calculado no estudo e PV da empresa.

Quadro 10 - Ponto de Equilíbrio das geleias de 300 gramas - Preço de venda calculado X Empresa

Geleias	CF e DF total	MCU PV calculado	PE unidade PV calculado	PE PV Calc. faturamento	PE unidade PV Empresa	PE PV emp. faturamento
<b>Especiais</b>						
Abacaxi com pimenta	R\$ 518,80	R\$ 12,71	41	R\$ 864,67	45	R\$ 895,38
Frutas amarelas	R\$ 512,50	R\$ 17,57	29	R\$ 854,17	62	R\$ 1.236,43
Frutas vermelhas	R\$ 498,35	R\$ 17,09	29	R\$ 830,58	58	R\$ 1.157,61
Morango com pimenta	R\$ 419,13	R\$ 11,98	35	R\$ 698,55	35	R\$ 697,71
<b>Clássicas</b>						
Abóbora com coco	R\$ 177,58	R\$ 12,18	15	R\$ 295,96	18	R\$ 319,74
Banana	R\$ 184,31	R\$ 10,53	18	R\$ 307,19	17	R\$ 302,81
Goiaba	R\$ 281,06	R\$ 12,04	23	R\$ 468,57	28	R\$ 502,39
Laranja	R\$ 214,51	R\$ 12,26	18	R\$ 357,51	22	R\$ 388,06
Morango	R\$ 284,20	R\$ 12,18	23	R\$ 473,66	28	R\$ 511,80
Uva	R\$ 291,42	R\$ 11,10	26	R\$ 485,70	27	R\$ 493,74

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

É possível observar que devido a variação do preço de venda calculado e o aplicado pela empresa, é necessário que a empresa faça um esforço de venda maior dos seus produtos para equilibrar a receita e assim chegar ao faturamento capaz de cobrir todos os custos, ou seja, o PE. Destaca-se que a maior variação do PE ocorre na geleia de frutas amarelas e frutas vermelhas, sendo essa, respectivamente de 33 e 29 unidades.

#### 4.3.3 Margem de contribuição das cucas

Em relação a análise das cucas, o Quadro 11 apresenta o cálculo da margem de contribuição das cucas na caixa G, a partir do preço de venda calculado no estudo.

Quadro 11 - MCu e MCT das cucas na caixa G pelo preço de venda calculado x Praticado Empresa

Cucas	PV calculado	Custo Variável	Despesas variáveis	MCu PV calculado	Volume Vendas	MCT PV calculado	MCu PV praticado	MCT PV praticado
<b>Clássicas</b>								
Creme	R\$ 23,94	R\$ 10,77	R\$ 1,20	R\$ 11,97	20	R\$ 239,36	R\$ 19,63	R\$ 392,57
Farofa	R\$ 18,19	R\$ 8,18	R\$ 0,91	R\$ 9,09	15	R\$ 136,41	R\$ 22,22	R\$ 333,23
Queschimier	R\$ 30,65	R\$ 13,79	R\$ 1,53	R\$ 15,32	30	R\$ 459,68	R\$ 16,61	R\$ 498,29
<b>Especiais</b>								
Bombom	R\$ 35,80	R\$ 16,11	R\$ 1,79	R\$ 17,90	25	R\$ 447,49	R\$ 23,79	R\$ 594,76
Dia dos pais	R\$ 41,31	R\$ 18,59	R\$ 2,07	R\$ 20,65	15	R\$ 309,81	R\$ 21,31	R\$ 319,67
Doce de Leite Pralinè nozes	R\$ 41,06	R\$ 18,48	R\$ 2,05	R\$ 20,53	18	R\$ 369,58	R\$ 21,42	R\$ 385,57
Dois Amores	R\$ 33,52	R\$ 15,09	R\$ 1,68	R\$ 16,76	20	R\$ 335,23	R\$ 24,81	R\$ 496,29
Especial Junina	R\$ 38,31	R\$ 17,24	R\$ 1,92	R\$ 19,16	15	R\$ 287,33	R\$ 22,66	R\$ 339,90
Frutas ver. C.B.	R\$ 57,84	R\$ 26,03	R\$ 2,89	R\$ 28,92	20	R\$ 578,36	R\$ 13,87	R\$ 277,47
Nutella	R\$ 31,19	R\$ 14,03	R\$ 1,56	R\$ 15,59	20	R\$ 311,86	R\$ 25,87	R\$ 517,33
Ouro Branco	R\$ 42,30	R\$ 19,03	R\$ 2,11	R\$ 21,15	25	R\$ 528,74	R\$ 20,87	R\$ 521,64

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

Com base nos dados apresentados no Quadro 11 é possível observar que a menor MCu, pelo preço de venda aplicado pela empresa, é da cuca de queschimier de R\$16,61, já a maior MCu é da cuca de nutella de R\$ 25,87. Percebe-se que a variação da cuca de frutas vermelhas com chocolate branco em que a MCU calculada é maior que a MCU praticada.

Destaca-se que dentro dos sabores das cucas clássicas, a MCu e MCT com base no preço de venda aplicado pela empresa é maior do que as margens do preço de venda calculado, por exemplo, como ocorre na cuca de farofa, que na MCu pelo preço de venda aplicado pela empresa tem uma diferença de R\$ 13,13, em comparação ao preço de venda calculado.

#### 4.3.4 Ponto de equilíbrio das cucas

No Quadro 12 é apresentado o PE das cucas na caixa G, com base no preço de venda calculado no estudo e no preço de venda praticado pela empresa.

Quadro 12 - Ponto de Equilíbrio das cucas na caixa G - Preço de venda calculado X Praticado Empresa

Cucas	CF e DF total	MCU PV calculado	PE unidade PV calculado	PE PV Calc. faturamento	PE unidade PV Empresa	PE PV emp. faturamento
<b>Clássicas</b>						
Creme	R\$ 167,55	11,97	14	R\$ 335,11	9	R\$ 273,16
Farofa	R\$ 95,49	9,09	11	R\$ 190,97	4	R\$ 137,54
Queschimier	R\$ 321,77	15,32	21	R\$ 643,55	19	R\$ 619,92
<b>Especiais</b>						
Bombom	R\$ 313,24	17,90	18	R\$ 626,48	13	R\$ 553,00
Dia dos pais	R\$ 216,87	20,65	11	R\$ 433,74	10	R\$ 427,41
Doce de leite c/ pralinê de nozes	R\$ 258,71	20,53	13	R\$ 517,42	12	R\$ 507,25
Dois amores	R\$ 234,66	16,76	14	R\$ 469,32	9	R\$ 397,18
Especial junina	R\$ 201,13	19,16	11	R\$ 402,26	9	R\$ 372,79
Frutas vermelhas com chocolate br	R\$ 404,85	28,92	14	R\$ 809,71	29	R\$ 1.225,62
Nutella	R\$ 218,30	15,59	14	R\$ 436,61	8	R\$ 354,47
Ouro branco	R\$ 370,11	21,15	18	R\$ 740,23	18	R\$ 745,00

Fonte: Dados conforme pesquisa (2024).

É possível observar no Quadro 12 que o ponto de equilíbrio da cuca de frutas vermelhas com chocolate branco com base no preço de venda aplicado pela empresa, precisa ser muito maior do que o PE a partir do preço de venda calculado. A cuca de frutas vermelhas com chocolate branco apresentou uma variação de 15 unidades, e em faturamento de R\$ 415,91.

Esse fato se dá devido ao preço de venda calculado ser maior, o que faz com que seja necessário vender menos unidades, para atingir o PE, e assim a empresa consegue cobrir todos os seus custos e despesas. Evidencia-se, portanto, que no caso da cuca de frutas vermelhas com chocolate branco, se vendida pelo preço de venda aplicado pela empresa, precisaria vender uma quantidade de cucas extremamente alta para cobrir os seus custos e despesas variáveis.

As demais cucas listadas no Quadro 12, tanto do grupo de cucas clássicas quanto das especiais, apresentaram um PE menor quando analisada pelo preço de venda praticado pela empresa, mostrando que se as vendas ocorrerem com base nos preços das cucas já aplicados pela empresa



atualmente, será necessário vender uma quantidade menor de cucas para cobrir os custos e despesas fixas, se comparado com o preço de venda calculado.

Cabe ressaltar que, ao apresentar um PE menor para as vendas baseadas no preço de venda praticados atualmente para as cucas, em relação ao PE com base no preço de venda calculado, evidencia a consistência da política de precificação adotada para as cucas, conforme já demonstrado no Quadro 8 da seção anterior.

No entanto, o PE da cuca de frutas vermelhas com chocolate branco aponta que, apesar de consistente para algumas cucas, a política de precificação necessita de revisão, para adequar alguns preços de venda, conforme também apontado no Quadro 8 da seção anterior.

Os resultados encontrados a partir da análise da precificação e dos indicadores de margem de contribuição e ponto de equilíbrio da empresa estudada evidenciam a relevância da gestão de custos e preços e da eficácia da análise de custo, volume e resultado para a gestão da empresa.

O desenvolvimento de um sistema de custos, baseado no custeio por absorção e custeio variável das geleias e cucas possibilitou a compreensão dos custos de produção, gerando informações confiáveis e relevantes para um processo de precificação e análise de resultado mais assertivo. As informações geradas pelo sistema de custos e precificação desenvolvidos neste estudo, tornou possível a avaliação da política de precificação atual da empresa, a mensuração da lucratividade de cada produto e a geração de indicadores relevantes para a tomada de decisão mais assertiva.

Estes resultados convergem com os apontamentos de Melo *et al.*, (2021), Camargo *et al.*, (2019) e Martins (2018), evidenciando a essencialidade da gestão de custos, sobretudo a adequada utilização dos métodos de custeio e da precificação no processo decisório de indústrias, servindo como base confiável para a gestão e apoiando na assertividade das decisões gerenciais.

## 5 Considerações finais

A contabilidade de custos, possibilita que seja feito um controle e planejamento financeiro eficaz para as organizações, através da identificação dos custos diretos e indiretos, e da precificação adequada dos produtos, para que estes, sejam capazes de suprir com os seus custos e ainda garantir que a empresa tenha lucro. Nesse cenário, a contabilidade surge como uma aliada fundamental para a tomada de decisões, por oferecer aos gestores as informações necessárias para avaliar o desempenho organizacional e traçar as melhores estratégias e planejar ações mais eficientes. Dentre as diversas áreas da contabilidade encontra-se a contabilidade de custos, a qual teve o foco do estudo.

Este estudo teve como objetivo desenvolver um sistema de custos e análise de preços para uma indústria alimentícia, com foco na apuração e controle dos custos envolvidos na produção de cucas e geleias. Foram coletados e analisados todos os custos diretos e indiretos, fixos e variáveis, envolvidos no processo de produção das geleias e cucas, a fim de identificar se o preço de venda aplicado pela empresa, seria capaz de cumprir com todos os custos e despesas envolvidos, bem como, identificar o impacto destes gastos no processo de formação do preço de venda.

Em seguida foram apurados os custos envolvidos na produção, como o custo com matéria-prima, mão de obra e embalagens, para encontrar o custo total da produção de cada sabor de geleia e cuca, e assim mensurar o impacto que estes custos têm sobre a formação do preço de venda. Foi constatado no estudo que os maiores custos envolvidos na produção das cucas, em todos os tamanhos vendidos, são os custos com matéria-prima, o qual, em alguns, chega a representar mais de 90% dos custos totais das cucas grandes. Em contrapartida as geleias de 40 gramas, apresentam

maiores custos com embalagens, chegando atingir 88,44% dos custos totais, isso se deve pelo fato da pequena quantidade de matéria-prima necessária, e também pelo custo dos ingredientes utilizados.

Foi possível precificar os produtos utilizando-se o *mark up*, a fim de identificar o preço de venda que seja capaz de suprir com todas os custos de produção e ainda gerar lucro para a empresa. Esta análise possibilitou a verificação da capacidade do preço de venda aplicado pela empresa em suprir com todos os custos envolvidos no processo de produção, e assim analisar a viabilidade de produção destes produtos.

Os resultados apontam que a maioria das geleias estão sendo vendidas abaixo do preço de venda ideal, não atingindo assim a margem de lucro esperada, onde, somente um sabor de geleia de 300 gramas, atingiu o preço de venda ideal. Já as cucas clássicas, todas estão sendo vendidas acima do preço de venda ideal, resultando em um lucro maior para a empresa. Em contrapartida as cucas tradicionais da caixa grande, dos dezoito sabores vendidos, somente quatro estão acima do preço de venda ideal, dos oito sabores de cucas salgadas, somente dois atingiram o preço de venda ideal, e das cucas especiais, somente dois dos oito sabores estão sendo vendido abaixo do preço de venda ideal.

Por fim, foi calculado alguns indicadores financeiros, dentre eles, a margem de contribuição unitária e total de cada sabor de cuca e geleia, para ser possível analisar quanto cada produto contribui nas finanças da empresa. Pode-se observar que a MCu das geleias pelo preço de venda calculado é maior do que a MCu pelo preço de venda da loja, com exceção da geleia de morango com pimenta e de banana que tem um MCu maior pelo preço de venda aplicado pela empresa, indicando que o preço de venda praticado pela empresa está mais vantajoso. Dentre os sabores de cuca clássicos e especiais, a cuca de ouro branco e frutas vermelhas com chocolate branco foram os únicos a apresentar uma MCu maior pelo preço de venda calculado do que pelo preço aplicado pela empresa.

Foi realizada a análise do ponto de equilíbrio em unidades e em faturamento, com o objetivo de mensurar quanto a empresa precisa vender para cobrir seus gastos fixos e alcançar o um resultado zerado (sem lucro e sem prejuízo). A análise demonstrou que dentre os sabores de geleias, todos, com exceção da geleia de banana, quando vendidos pelo preço de venda usado pela empresa precisam vender mais unidades para atingir o PE. Já as cucas, destaca-se o sabor de frutas vermelhas com chocolate branco, que se vendida pelo preço de venda utilizado pela empresa, precisará vender uma quantidade significativamente maior para atingir o PE do que se vendida pelo preço de venda calculado.

Este estudo demonstrou como a contabilidade de custos pode ser um instrumento essencial para a gestão financeira dentro das organizações, para chegar ao preço de venda ideal e traçar estratégias para otimizar os resultados e reduzir custos. A correta utilização desses indicadores, permite que sejam tomadas decisões mais assertivas, embasadas de dados concretos, e assim, otimizar os processos de produção, potencializar o resultado organizacional e se destacar no mercado.

## Referências

ALVES, Aline; AZEVEDO, Iraneide Socorro dos Santos; BONHO, Fabiana Tramontin; ANTONI, Gustavo de Oliveira; VALGAS, Vera Lucia. **Análise de custo**. Porto Alegre: Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595024427. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595024427/>. Acesso em: 27 abr. 2024.

BRUNI, Adriano L.; FAMA, Rubens. **Série Finanças na Prática - Gestão de custos e formação de preço**, 7ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597021059. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021059/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

CAMARGO, Aline; ZANIN, Antonio; ESPEJO, Maria Santos Bortolucci; KRUGER, Silvana Dalmutt; **Tomada de decisão subsidiada na gestão de custos: uma análise de indústrias do estado de Mato Grosso do Sul**. Revista ABCustos, [S. l.], 2022. Disponível em: <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/4950>. Acesso em: 17 mar. 2024.

CHIZZOTTI, Antonio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2018. E-book. ISBN 9788524926471. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788524926471/>. Acesso em: 13 jun. 2024.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Grupo GEN, 2023. E-book. ISBN 9786559775026. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559775026/>. Acesso em: 09 mar. 2024.

DUBOIS, Alexy. **Gestão de custos e formação de preços - conceitos, modelos e ferramentas**: 4ª Edição. São Paulo: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597022803. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022803/>. Acesso em: 15 mar. 2024.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo. SRV Editora LTDA, 2017. E-book. ISBN 9788502636552. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502636552/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559771653. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**, 7ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597020991. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020991/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

GIMENEZ, Levi; OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva; CARVALHO Francisco José Pereira. **“Pesquisa ação: implantação da contabilidade de custos e gerencial para suporte do processo decisório em um call Center”**. Revista *Redeca* 5.2 (2019): 48–63. <https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/76/40/>. Acesso em: 24/ 04/2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Grupo GEN, 2021. E-book. ISBN 9788597026559. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597026559/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

LICÓRIO, César; SOUZA, Eduardo Galindo; DIAS, Joanílson Lima; MELO, Marcos Santos. **A influência da contabilidade de custos e do profissional contabilista na formação do preço de venda das micro e pequenas empresas de Porto Velho**. REMIPE - Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, [S. l.], v. 2, n. 1, 2018. DOI: 10.21574/remipe.v2i1.76. Disponível em: <https://remipe.fatecosasco.edu.br/index.php/remipe/article/view/76>. Acesso em: 02 mai. 2024.

LÍRIO, Eduardo Felicíssimo; ALMEIDA, Sidmar Roberto Vieira; PORTUGAL, Guilherme Teixeira. **Análise de custos: uma abordagem simples e objetiva**. São Paulo: Editora Manole, 2017. E-book. ISBN 9786555762136. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786555762136/>. Acesso em: 26 abr. 2024.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597018080. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018080/>. Acesso em: 27 abr. 2024.

MELO, Daniela Marcal; OLIVEIRA, Carlos Eduardo; SAVI, Erika Monteiro de Souza; COSTA, Laura Brandão; **Análise da importância da gestão de custos para a precificação na perspectiva dos gestores de empresas do setor de panificação**. [S.l.]: Revista ABCustos, [S. l.], 2021. Disponível em: <https://anaiscbc.abcustos.org.br/anais/article/view/4837/4851>. Acesso em: 17 mar. 2024.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade geral** – Facilitada. São Paulo: Grupo GEN, 2017.

E-book. ISBN 9788530974237. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788530974237/>. Acesso em: 02 mai. 2024.

RIGO, Vitor Paulo; GODOY, Nádia de; SCARPIN, Jorge Eduardo. **Comportamento dos custos nas empresas do segmento de alimentos listadas na BM&FBOVESPA**. [S.l.]: Revista ABCustos, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 20–45, 2016. DOI: 10.47179/abcustos.v10i2.236. Disponível em: <https://revista.abcustos.org.br/abcustos/article/view/236>. Acesso em: 26 abr. 2024.

SALOTTI, Bruno Meirelles; LIMA, Gerlando; MÚRCIA, Fernando Dal-Ri; MALACRIDA, Maria Jane; PIMENTEL, Renê Coppe. **Contabilidade financeira**. São Paulo: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597022476. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597022476/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

SANTOS, Aline Alves dos; SILVA, Fabiane Padilha da; BARRETO, Jeanine dos S; GUAZZELLI, Arianne Menna. **Gestão de custos**. Porto Alegre: Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595026766. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595026766/>. Acesso em: 09 mar.2024.

SANTOS, Ariovaldo dos; IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as sociedades**. São Paulo: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559772735. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559772735/>. Acesso em: 27 abr. 2024.

SEVERINO, Antônio J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2017. E-book. ISBN 9788524925207. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788524925207/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

SILVA FILHO, Lucivaldo Lourenço da; LAGIOIA, Umbelina Cravo Teixeira; ARAÚJO, João Gabriel Nascimento de; ARAUJO, Juliana Gonçalves de; CARLOS FILHO, Francisco de Assis. **Gestão de custos e formação de preço de venda, gestão de caixa e gestão de riscos: um estudo exploratório no arranjo produtivo local gesseiro do estado de Pernambuco**. [S.l.] Revista ABCustos, v. 10, n. 3, p. 109–146, 2016. DOI: 10.47179/abcustos.v10i3.335. Disponível em: <https://revista.abcustos.org.br/abcustos/article/view/335>. Acesso em: 26 abr. 2024.

STRUTZ, Emerson. **Gestão e análise de custos**. Indaial/SC: UNIASSELVI, 2017. <https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=23504/>. Acesso em: 28 abr. 2024

VEIGA, Windsor Espenser; SANTOS, Fernando de Almeida. **Contabilidade de custódia - gestão em serviços, comércio e indústria**. São Paulo: Grupo GEN, 2016. E-book. ISBN 9788597008357. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008357/>. Acesso em: 16 abr. 2024.

VIEIRA, Euselia Paveglio. **Custos e formação de preço de venda**. Ijuí. Editora Unijuí, 2018. Disponível em: <https://classrovom.google.com/u/1/c/NDg4NjAxMzk4ODg2>. Acesso em: 17 mar. 2024.

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preço de venda** 2ED. São Paulo: Editora Saraiva, 2018. E-book. ISBN 9788553131860. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788553131860/>. Acesso em: 14 mar. 2024.

YANASE, João. **Custos e formação de preços**, 1ª edição. São Paulo: Editora Trevisan, 2018. E-book. ISBN 9788595450257. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595450257/>. Acesso em: 17 mar. 2024.