

O MÉTODO DE CUSTEIO VARIÁVEL COMO ESTRATÉGIA PARA FORMAÇÃO DO PREÇO DOS PRODUTOS DE UMA EMPRESA VAREJISTA

ANA CLARA FERNANDES CAPOBIANCO ¹

GEOVANA VITÓRIA OLIVEIRA DA SILVA ¹

GUILHERME DOS SANTOS SANCHES ¹

JULIA SILVA BOAVENTURA ¹

PROF. M.E. CLÁUDIO BRAZ DE FIGUEIREDO²

(claudiogerente_16@hotmail.com)

1 Alunos do 3 ano do ensino médio com habilitação profissional em contabilidade da escola E.E Oswaldo Januzzi e ETEC – Doutor Renato Cordeiro de Birigui SP, turma 2022 a 2024.

2 Mestrado em Educação na Universidade Unoeste Paulista Presidente Prudente S/P (2017). Possui graduação em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Toledo (2006) e Licenciatura em Pedagogia pelo Instituto Superior de Educação Alvorada Plus (2015). Pós-graduação em Gestão empresarial, Marketing e Recursos Humanos pelo Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium - Araçatuba-SP (2007), Pós-graduação em Planejamento, Implementação e Gestão da Educação a Distância pela UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (2012), atuando desde 08/2009 como professor na Faculdade de Ciências e Tecnologia de Birigui (FATEB).

RESUMO

Este artigo foi desenvolvido na disciplina “TCC” com os alunos da 3ª Série do curso de Contabilidade, do ano de 2024 de uma instituição de ensino localizada no interior do estado de São Paulo. Tem por justificativa esclarecer a importância do método de custeio variável como estratégia competitiva para a elaboração de preço de produtos das empresas. Objetivando mostrar os principais conceitos acerca de gestão de custos, os métodos mais utilizados para a gestão de custos, conceituar o método variável, sua funcionalidade e seus benefícios e a aplicabilidade na empresa pesquisada. Culminando em uma investigação sobre: como o método de custeio variável pode ser utilizado por uma empresa e seus benefícios? Como metodologia adotou-se uma abordagem qualitativa, desenvolvendo-se como uma pesquisa bibliográfica e estudo de caso, tomando como base autores renomados no campo da temática abordada e a pesquisa realizada na empresa. O custeio variável foca nos custos que mudam com a produção, enquanto os custos fixos são tratados separadamente. Ele ajuda as empresas a entenderem quanto estão gastando em cada produto e como esses gastos afetam os lucros. Isso facilita decisões sobre preços, produção e planejamento financeiro. Em resumo, simplifica a contabilidade ao separar custos variáveis dos fixos e fornece uma visão clara dos lucros em diferentes cenários de vendas. A culminância do artigo deu-se pela apresentação em sala de aula em formato de seminários.

Palavras-chave: Custeio Variável, Decisões de investimento, Precificação de produtos.

ABSTRACT

This article was developed in the “TCC” discipline with students in the 3rd Series of the Accounting course, from the year 2024 at an educational institution located in the interior of the state of São Paulo. Its justification is to clarify the importance of the variable costing method as a competitive strategy for preparing company prices. Aiming to show the main concepts about cost management, the most used methods for cost management, conceptualize the variable method, its functionality and benefits and applicability in the company researched. Culminating in an investigation into: how can the variable costing method be used by a company and its benefits? As a methodology, a qualitative approach was

adopted, developing as a bibliographical research and case study, based on renowned authors in the field of the topic addressed and the research carried out in the company. Variable costing focuses on costs that change with production, while fixed costs are treated separately. It helps companies understand how much they are spending on each product and how this spending affects profits. This facilitates decisions about prices, production and financial planning. In short, it simplifies accounting by separating variable from fixed costs and provides a clear view of profits in different sales scenarios. The culmination of the article was the presentation in the classroom in a seminar format.

Keywords: Variable Costing, Investment decisions, Product pricing.

INTRODUÇÃO

O Custeio Variável, ou custeio direto é um dos métodos de cálculos contábeis mais utilizados para administrar custos produtivos, porém em empresas do setor de indústria e comércio. Sendo assim esse método é um fator relevante para definir a margem de lucro e a saúde financeira de uma empresa.

Esse método é útil para decidir preços, variedade de produtos e entender melhor a rentabilidade. Também ajuda a calcular o ponto em que a empresa começa a lucrar chamado de ponto de equilíbrio. No entanto, é importante usá-lo junto com outras formas de controle de custos, para uma visão completa da saúde financeira da empresa.

Para definir o preço de venda de um produto ou serviço depende do equilíbrio entre o preço de mercado e o valor somado, em função dos seus custos e despesas. O valor deve cobrir o custo da mercadoria, produto ou serviço, somando as despesas variáveis e fixas.

O método de custeio variável é importante, pois ajuda a determinar o valor dos Produtos, reduzir custos, melhorar os processos, evitar desperdícios, decidir entre produzir ou terceirizar e eliminar, criar ou aumentar a linha de produção de certos produtos.

O custeio variável traz benefícios tais como: facilita a análise do impacto de diferentes níveis de produção e vendas nos lucros, permite identificar quais

produtos contribuem mais para a cobertura dos custos fixos e para o lucro e ajuda a gerenciar e reduzir custos variáveis de forma mais eficaz.

Limitações do custeio variável: Pode levar a uma subavaliação dos custos reais de produção a longo prazo, este método não é aceito pelas normas contábeis para a elaboração de demonstrações financeiras externas.

O custeio variável é uma ferramenta poderosa para a tomada de decisões gerenciais, mas deve ser complementado com outras técnicas de análise como Custeio por Absorção, Análise CVL (Análise custo-volume-lucro), Análise de Margem de Contribuição, Orçamento de Controle Orçamentário etc. para uma visão completa da saúde financeira da empresa.

Com a importância desta temática, os alunos da 3ª série do curso de contabilidade da referida instituição de ensino, desenvolveram a pesquisa com o propósito de esclarecer: como o método de custeio variável pode ser utilizado por uma empresa e seus benefícios?

Teve como objetivo, a realização de uma reflexão acerca dos principais conceitos e importância do método de custeio variável como estratégia competitiva para a elaboração de preço dos produtos das empresas.

Os resultados foram obtidos através dos conceitos analisados de autores renomados. Podendo então confirmar que: O método de custeio variável é fundamental para a tomada de decisões dentro da empresa para determinar o valor dos objetos de custeio, reduzir custos, melhorar os processos, evitar desperdícios, decidir entre produzir ou terceirizar, e eliminar, criar ou aumentar a linha de produção de certos produtos.

Este artigo foi estruturado em 7 capítulos, sendo eles: 1 Formação de preço e sua importância, 2 Contexto histórico da contabilidade de custos, 3 Métodos mais utilizados para a gestão de custos, 4 O Método de gestão de custo variável e sua aplicabilidade, 5 Os benefícios da utilização da contabilidade de custos e do método de gestão de custo variável, 6 A empresa pesquisada, 7 Análise e discussão de resultado e 8 Conclusão.

MÉTODOS UTILIZADOS

Para o presente artigo, dotou-se como método uma abordagem da pesquisa bibliográfica, Para Gil (2008) pesquisa bibliográfica, é uma estratégia muito utilizada pelas ciências sociais e caracteriza-se pelo estudo exaustivo de referenciais teóricos de maneira a permitir o detalhamento a respeito de um determinado aspecto.

Tomou-se como base autores renomados no campo da temática abordada e a análise dos resultados alcançados pela pesquisa. Entre as obras estudadas pelos alunos para desenvolvimento da pesquisa, estiveram: Martins (2009), Megliorini (2018), Ludícibus e Martins (2015), Oliveira (2013).

Outro método de pesquisa, foi estudo de caso, sendo que os autores realizaram uma pesquisa sobre a forma ou método de custo de uma empresa. Segundo Merriam (1998), estudo de caso qualitativo se refere a uma análise minuciosa e intensiva de uma unidade social ou fenômeno. Também podendo ser caracterizada como uma pesquisa empírica que busca investigar os fenômenos contextualizados na realidade (YIN, 1994).

Para a recolha de dados, foi estruturado um questionário com questões semiestruturadas, seguindo as seguintes etapas ou eixos: “1-Como o método de custeio variável ajuda a empresa a tomar decisões?”, “2-Quais benefícios a empresa vê ao usar o custeio variável?”, “3-Como o custeio variável ajuda a entender a rentabilidade de produtos?”, “4-Quais desafios a empresa encontra ao adotar o custeio variável?”, “5-Quais medidas a empresa usa para avaliar os resultados do custeio variável?”.

A pesquisa na empresa contou com um participante, sendo este o responsável pela empresa.

1 – FORMAÇÃO DE PREÇO E SUA IMPORTÂNCIA

Conforme diz Marins (2003), pode-se formar os preços dos produtos tomando como base o valor dos custos ao produzi-los. Observando todos os fatores envolvidos no processo de criação ou produção. Dessa maneira é que se pode formar o preço de venda dos produtos.

O autor confirma ainda que para formar o preço de venda é preciso conhecer o custo do produto, ou seja, tudo que é usado para fabricar os produtos, por mais que essa seja uma informação óbvia e necessária para sua formação. Segundo ele, isso ainda não é o suficiente, sendo necessário também a análise do preço praticado pelos concorrentes, os preços de produtos substitutos e estratégia de marketing da empresa.

Machado et al (2006) relata que a aplicação do preço de forma correta, é de fundamental importância para que sejam atingidas as metas e mantenha a participação da empresa no mercado. Ainda segundo o autor, a questão da formação do preço é uma das mais importantes para os gestores, sendo fundamental para as tomadas de decisões. E conforme afirma Wernke (2012), a precificação é uma das estratégias adotadas para a sobrevivência da empresa, independente do porte ou área de atuação.

Yanase (2018) recomenda ao público empresarial que tenham cuidado ao formarem o preço de seus produtos indicando que eles não sejam muito altos. Ela completa dizendo que se a margem de lucro se tornar alta, a busca do cliente pelo produto pode diminuir, também pode ocorrer de forma contrária tendo então a demanda alta e a margem de lucro baixa. Na formação de preço de vendas é necessário compreender o que a empresa precisa para que as receitas sejam maiores que os custos, despesas e impostos e no final apresentem lucros.

Wernke (2004) busca defender quatro estratégias para a realização da formação de preços de venda, sendo elas:

a) Análise do custo da mercadoria - É a forma mais comum, que consiste em adicionar uma margem fixa ao custo base da mercadoria para obter o lucro desejado.

b) Análise baseada no preço da concorrência - Esse método define preços comparando com os preços dos concorrentes no mercado. Existem variações desse método: o preço corrente (preços iguais aos dos concorrentes), imitação de preços (preço igual ao de um concorrente específico), preços agressivos (redução drástica dos preços) e preços promocionais (preços baixos para atrair clientes e vender outros produtos). No entanto, para usar esse método

deve se tomar cuidado, pois pode prejudicar o lucro da empresa, sendo que não é possível saber se os concorrentes estão ganhando dinheiro ou não.

c) Baseado nas características do mercado - Esse método exige que a empresa conheça bem o mercado. Com esse conhecimento, a empresa pode escolher vender o produto a um preço alto para clientes de classe alta ou a um preço mais baixo para atrair pessoas com menos dinheiro.

d) Misto - Essa análise combina custos, preços dos concorrentes e características do mercado para definir o preço de venda. Ignorar esses fatores pode ser arriscado, pois outros métodos consideram apenas um ou dois desses elementos.

De acordo com Soledade (2015), estabelecer os preços de venda dos produtos e serviços é uma questão que influencia a vida da empresa a todo momento, independentemente do seu tamanho, do setor econômico de sua atuação ou de seus produtos. A forma que você define o preço de venda pode atingir toda a empresa, desde o fornecedor até o consumidor final. Por isso, é de extrema importância ter o conhecimento de como se deve estabelecer o preço de venda, assim alcançando o sucesso empresarial.

2 – CONTEXTO HISTÓRICO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

Segundo Black (1979), nos primórdios a contabilidade era restrita ao registro dos pagamentos, recebimentos e controle dos estoques mantidos pelos proprietários.

A contabilidade de custos, de acordo com Martins (2009), começou após a Revolução Industrial no século XVIII para atribuir valores aos estoques, que passaram a incluir diversos custos de produção. Com o tempo, o mercado financeiro nos EUA e a complexidade do sistema bancário levaram à criação da auditoria independente e à necessidade de critérios uniformes para comparar demonstrações contábeis.

Contribuindo também, Martins (2003) relata que a contabilidade de custos foi criada para solucionar os problemas de mensuração monetária dos estoques e dos resultados e não como um instrumento de administração. A

preocupação dos contadores, auditores e fiscais, eram de fazer da contabilidade de custos uma forma de resolver seus problemas de mensuração monetária dos estoques e do resultado, não a de fazer dela um instrumento de administração. Por essa não utilização de todo seu potencial no campo gerencial, deixou a contabilidade de custos de ter uma evolução mais acentuada por um longo tempo.

O autor ainda cita que devido ao crescimento das empresas e o conseqüente aumento da distância entre administrador, ativos e pessoas administradas, passou a contabilidade de custos a ser encarada como uma eficiente forma de auxílio no desempenho dessa nova missão, a gerencial.

Garner (1947) observou que, antes de 1890, a maioria das indústrias usava métodos contábeis simples, herdados do comércio familiar, para registrar suas operações. Naquela época, não havia uma contabilidade específica para indústrias, então elas adaptavam o que já conheciam. Com o tempo, à medida que as indústrias cresceram e se tornaram mais complexas, surgiu a necessidade de desenvolver um sistema contábil mais adequado, dando origem à contabilidade de custos como a conhecemos hoje.

O autor ainda explica que as teorias e técnicas de contabilidade de custos começaram a se desenvolver intensamente a partir de 1890 até o início do século XX. Durante esse período, a integração entre a "contabilidade industrial" e a "contabilidade geral" foi finalmente esclarecida e os detalhes sobre como movimentar e registrar as matérias-primas na indústria, incluindo a questão do cálculo do preço desses materiais, foram amplamente discutidos. O registro e o cálculo dos custos de mão de obra foram abordados de forma detalhada. Também foram incluídos itens representativos da produção no cálculo dos custos industriais. Além disso, começaram a aparecer algumas referências à classificação de custos fixos e variáveis, uma prática que hoje é amplamente utilizada em orçamentos flexíveis.

Johson e Kaplan (1987) observam que, inicialmente, a contabilidade de custos era principalmente focada na acumulação e determinação do custo histórico de produtos e departamentos, com o objetivo de avaliar estoques e calcular o resultado. Dessa forma, a contabilidade de custos tradicional se

concentrava no registro do custo total do produto, atendendo às demandas de informações para relatórios externos, somente nas últimas décadas, a contabilidade de custos voltada para a tomada de decisões e avaliação de desempenho ganhou maior relevância.

Martins (2003) ressalta que a contabilidade de custos desempenha duas funções fundamentais neste novo campo: ajudar no controle e facilitar a tomada de decisões. No que se refere ao controle, sua principal função é fornecer informações para estabelecer padrões, orçamentos e outras formas de previsão. Em seguida, monitora o que realmente acontece para comparar com os valores definidos anteriormente.

3 – MÉTODOS MAIS UTILIZADOS PARA GESTÃO DE CUSTOS

Os métodos adotados para o custeio de acordo com Martins (2003) também são utilizados como uma fonte que gera as informações para a gestão da empresa, ou seja, os métodos de custeio levam a informações bases para fazer a contabilidade da empresa, descobrir se está gerando lucros ou prejuízos.

Ainda segundo o autor os métodos permitem descobrir como está a saúde da empresa, levam ao controle dos custos e a tomada de decisão. Neste sentido, os métodos mais utilizados pelas empresas são: Custeio por absorção, custeio pleno, custeio variável, custeio direto, custeio baseado em atividades.

- Custeio por absorção:

Esse método é referente a todo gasto e esforço feito para a fabricação dos produtos, dentro dele divide-se dois tipos de custos de produção, os custos de produções fixos e os custos de produções variáveis, sendo os custos de produção fixo aqueles que independentemente da quantidade produzida não alteram ou diminuem o seu valor, e o custo de produção variável aqueles que sofrem alteração de acordo com a quantidade de produtos fabricadas.

- Custeio pleno:

Chamado também de RKW, ele é conhecido por designar os custos aos produtos, ou seja, todos os tipos de custo da empresa são apropriados

para os produtos. Ele usa todos que trazem algum custo de produção e realizam o método.

- Custeio variável:

Esse método analisa os custos da empresa. Por exemplo, o custo da matéria-prima varia com a quantidade produzida podendo gerar uma variação no custo. Essa separação ajuda a entender como as mudanças nas vendas ou na produção podem afetar o lucro, facilitando decisões como ajustar preços ou planejar melhor a produção.

- Custeio direto:

Nesse método é destacado como principal objetivo a produção dos produtos da empresa. A compra da matéria-prima, é um valor fácil de encontrar, não sendo necessário muitos cálculos. Neste método, leva-se em consideração os custos diretos de matéria prima, e os de mão-de-obra, por exemplo.

- Custeio baseado em atividades (Activity Based Costing -ABC):

O método ABC se constitui pelos custos com as atividades desempenhadas, ou seja, custos indiretos, leva em conta todas as atividades, mas considera ela de formas específicas. Ele observa aquelas que mais retiram recursos da empresa.

4 - O MÉTODO DE GESTÃO DE CUSTO VARIÁVEL E SUA APLICABILIDADE

Segundo Megliorini (2012) no método de custeio variável é utilizado apenas os custos que variam (que sofrem alteração), aquelas coisas que sempre são pagas, mas podem sofrer alteração (de acordo com o número de produção), geralmente são eles que compõem o objeto de custeio, para onde vão os custos diretos ou indiretos.

Já Leone (1997) defende a ideia de que os custos e as despesas devem ser coisas listadas, sempre anunciando nesta lista os produtos vendidos ou acabados. Ela supõe que toda movimentação de produtos desde a sua produção

até a sua venda, precisa ser algo posto no inventário, produtos que sofram o risco de alteração por algo, por exemplo: aumento na produção.

Padoveze (2009) destaca que o principal objetivo do método de custeio é analisar o custo de fabricar uma unidade do produto. Ele recomenda o método de custeio variável porque este método separa claramente os custos fixos dos custos variáveis.

Conforme definição de Santos (2000) o método de custeio variável se apropria aos produtos, mercadorias e serviços vendidos apenas os custos variáveis, os demais devem ser tratados como custo do período lançado diretamente para o resultado.

Martins (2009) explica que o custo variável unitário permanece o mesmo, não importa quanto a produção aumente ou diminua. Isso, de acordo com Padoveze (2003), ajuda a empresa a analisar melhor seus gastos e receitas em relação ao volume produzido ou vendido. Essa análise é chamada de análise de custo-volume-lucro e se baseia no conceito de margem de contribuição.

Leone (2000) explica que esse critério não é aceito legalmente, principalmente pelas regras do Imposto de Renda e pela lei das Sociedades por Ações, que regulam a preparação das demonstrações contábeis para o público externo. No entanto, o método de custeio variável é muito útil para o planejamento e a tomada de decisões, pois ajuda a analisar como as despesas e os custos variam.

Martins (2009) explica que, nesse modelo, apenas os custos variáveis são atribuídos aos produtos. Os custos fixos são tratados como despesas e vão diretamente para o resultado financeiro.

Para Santos (2000) no método de custeio variável, os produtos só recebem os custos que estão diretamente ligados a eles. Os custos fixos, que são necessários para manter a estrutura que permite à empresa produzir e vender seus produtos, devem ser considerados como custos do período e registrados diretamente no resultado.

O autor ainda destaca a importância de analisar o equilíbrio entre receitas e custos para tomar decisões gerenciais. O sucesso financeiro depende

de boas informações gerenciais. A análise do ponto de equilíbrio é essencial para tomar decisões sobre:

- a) mudar a combinação de vendas conforme o mercado;
- b) ajustar políticas de vendas para novos produtos;
- c) definir o mix de produtos, o nível de produção e o preço;
- d) avaliar o desempenho com base no lucro marginal de cada unidade vendida;
- e) planejar e controlar vendas e resultados;
- f) resolver rapidamente questões como a quantidade de produtos necessários para alcançar o lucro desejado, o impacto do aumento ou redução de preço no lucro, e como o ponto de equilíbrio muda com alterações nos custos variáveis.

Bruni e Famá (2012) explicam que o custeio variável foca em entender os gastos que mudam com a produção, como materiais e salários, e os compara com as receitas que a empresa gera. Essa comparação ajuda a calcular a "margem de contribuição", que é quanto sobra das vendas depois de pagar esses custos. Essa informação é muito importante para as decisões financeiras, pois ajuda a entender se a empresa está ganhando ou perdendo dinheiro e o que deve ser feito para melhorar os resultados.

Martins (2003) diz que o custeio variável ajuda as empresas a obter informações importantes mais rapidamente. Esse método foca nos custos que mudam com a produção e considera os custos fixos apenas como despesas, porque eles não mudam muito e não dependem dos produtos vendidos. Isso torna os dados mais claros e úteis para a administração, facilitando a tomada de decisões.

5 – OS BENEFÍCIOS DA UTILIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS E DO MÉTODO DE GESTÃO DE CUSTO VARIÁVEL

Segundo Bornia (2010) a contabilidade de custo tem como objetivo principal calcular o custo dos estoques e de produção. Isso ajuda a determinar o

resultado financeiro da empresa. Portanto, o sistema de custo deve estar conectado com a contabilidade financeira para garantir informações mais seguras.

Conforme diz Stark (2007) a contabilidade de custo é uma ferramenta que ajuda a atingir objetivos específicos. Ela faz isso determinando a rentabilidade e avaliando o patrimônio ao fornecer informações sobre os custos de produção de cada produto fabricado ou vendido.

De acordo com Oliveira (2013) para que as empresas consigam se manter no mercado, é essencial gerenciar bem os custos. Sem informações precisas sobre os custos, os gestores não conseguem tomar decisões corretas. Portanto, um bom sistema de custeio ajuda os gestores a tomar decisões mais acertadas, contribuindo para o controle e planejamento eficaz das atividades da empresa.

Segundo Crepaldi (2013) o custeio é uma parte fundamental da contabilidade gerencial. Hoje em dia, a contabilidade de custos é crucial para a sobrevivência de qualquer empresa.

Leone (2000) explica que a contabilidade de custos fornece informações importantes para ajudar os gestores em diferentes níveis. Ele destaca que esses dados podem ser financeiros ou físicos. Dados físicos incluem informações sobre a quantidade de produtos fabricados, horas trabalhadas e materiais utilizados. Combinando esses dados, é possível criar indicadores úteis para três principais objetivos:

- Avaliar a rentabilidade e o desempenho das atividades da empresa.
- Auxiliar no planejamento, controle e gestão das operações.
- Tomar decisões mais informadas.

Megliorini (2012) destaca as vantagens do custeio variável, que ajuda a entender a relação entre custos, volume e lucro. Essas informações são importantes para que a empresa possa planejar sua lucratividade. Além disso, esse sistema não usa rateios e permite identificar quais bens ou serviços são mais lucrativos.

De acordo com Megliorini (2018) o método de custeio variável possibilita encontrar a margem de contribuição de cada produto, a margem de contribuição é o valor total que sobra do preço de venda de um produto após o abatimento dos seus custos e despesas variáveis.

Ainda de acordo com o autor, o método de custeio variável, fornece informações que auxiliam as tomadas de decisões, elas informam os produtos que mais ajudam a empresa a lucrar, dessa forma levando a uma visão aberta de quais produtos precisam ter sua produção diminuída e quais precisam ser mais produzidos. Com essas informações básicas se adquire mais equilíbrio ao tomar decisões importantes como por exemplo: decidir comprar ou fabricar um produto; fazer que a empresa gaste menos e lucre mais, procurar negociações e descontos.

Para Ludícibus e Martins (2015) a contabilidade de custos é crucial para a identificação de desperdícios e para a implementação de melhorias contínuas, essenciais em um ambiente empresarial cada vez mais desafiador.

Ferreira e Lima (2016) destaca que a contabilidade de custos, quando combinada com o método de gestão de custo variável, ajuda as empresas a se manterem financeiramente saudáveis e a se adaptarem rapidamente às mudanças do mercado. Isso significa que as empresas podem entender melhor seus gastos e ajustar suas operações, o que as torna mais competitivas e inovadoras. Os autores ainda ressaltam que essa abordagem é fundamental para a estratégia das organizações, pois permite uma gestão mais eficiente e eficaz dos recursos disponíveis.

6 – A EMPRESA PESQUISADA

A empresa LB Coffee Bar, fundada em 14 de agosto de 2024, se destaca dentro do mercado por sua especialização na produção de pizzas e frappés com cafés, oferecendo uma experiência única para os amantes de bebidas e comidas saborosas. Com foco em proporcionar momentos de prazer e descontração, a LB Coffee Bar busca atender tanto os coffee lovers quanto o público geral de cafeterias.

A empresa conta com uma equipe de 3 funcionários, todos apaixonados pelo que fazem e comprometidos em oferecer um atendimento de qualidade. A LB Coffee Bar adota o método de custeio variável, já que trabalha com variados ingredientes frescos e de alta qualidade, garantindo que cada produto seja preparado com cuidado e atenção aos detalhes.

Criada com o ideal de proporcionar um espaço acolhedor e convidativo, a LB Coffee Bar visa conectar-se de forma genuína com seu público-alvo, promovendo não apenas uma refeição, mas uma experiência de convivência e prazer. Desde suas atividades iniciais, em um ambiente pequeno e charmoso, a LB Coffee Bar se propõe a ser um local onde as pessoas possam se reunir, relaxar e desfrutar de sabores incríveis.

7 – ANÁLISE E DISCUÇÃO DO RESULTADO

Levando em consideração o eixo ou questão: “Como o método de custeio variável ajuda a empresa a tomar decisões?”

Segundo o relato do gestor da empresa, por ser um café bar que comercializa produtos dependentes de diversas matérias-primas, como catupiry, requeijão, farinha, pó de café e bebidas em doses, o custeio variável se mostra mais eficaz para decisões gerenciais e de precificação. Esse método ajuda a identificar onde os gastos estão se concentrando e permite uma avaliação mais precisa da rentabilidade dos produtos e serviços oferecidos pelo café bar.

Assim como relata Datar e Rajan (2013) o método de custeio variável ajuda as empresas a tomar decisões ao oferecer uma visão mais clara dos custos diretos da produção. Esse método torna mais fácil identificar onde estão os maiores gastos, permitindo que a empresa ajuste suas estratégias de preços e avalie a rentabilidade dos produtos. A flexibilidade do custeio variável é fundamental para que os gestores possam tomar decisões mais informadas, especialmente em cenários em constante mudança.

O método de custeio variável ajuda as empresas a tomar decisões de maneira simples e eficaz, focando apenas nos custos que variam com a

produção, excluindo os custos fixos da análise de custo de produtos, esse método permite que a empresa, identifique a margem de contribuição, defina preços, tome decisões de produção, reaja com a flexibilidade e etc.

Já quanto ao eixo: “Quais benefícios a empresa vê ao usar o custeio variável?”

O gestor da empresa relata que, isso depende muito do produto, mas a vantagem do custeio variável é sua flexibilidade, pois ele muda de acordo com a produção. Isso facilita a precificação, a gestão de custos e a inclusão de novos produtos no menu. Assim, permite uma melhor compreensão do ritmo de vendas do café bar.

De acordo com Horngren, Sundem e Stratton (2002) o custeio variável traz vários benefícios, como ajudar nas decisões sobre preços, entender a lucratividade e melhorar o planejamento financeiro. Ele permite que as empresas vejam quanto cada produto contribui para o lucro, facilitando a identificação dos itens mais rentáveis e a adaptação a mudanças no mercado.

As empresas que adotam o custeio variável podem ter diversos benefícios, são eles: aprimoramento na tomada de decisões, melhor planejamento financeiro, adaptação às mudanças do mercado e facilidade na introdução de novos produtos. Esses benefícios contribuem para uma gestão mais eficiente e ajudam a aumentar a rentabilidade da empresa.

Quanto ao eixo: “Como o custeio variável ajuda a entender a rentabilidade de produtos?”

O gestor da empresa explica que ajuda a entender onde estão concentrados os gastos, nos dando melhor entendimento para avaliar se tal produto é rentável ou não. Também facilita a precificação dos produtos e na verificação de quais têm maiores lucros, dando margem para fazer campanhas de descontos, entre outras. Custeio variável também ajuda muito na identificação de despesas anormais ou que podem extrapolar esses custos e, conseqüentemente, os preços de vendas.

Segundo Ludícibus e Marion (2004) o custeio variável ajuda as empresas a entenderem a rentabilidade dos produtos. Ele mostra claramente quanto cada

produto contribui para cobrir os custos fixos e gerar lucro. Essa informação facilita a análise de quais produtos são mais lucrativos e ajuda na tomada de decisões importantes.

O custeio variável é importante para entender a rentabilidade dos produtos porque se concentra nos custos que mudam com a produção. Ele ajuda a calcular quanto cada item contribui para o lucro, permitindo identificar quais produtos são mais lucrativos e quais não estão ajudando. Com essas informações, as empresas podem tomar melhores decisões sobre preços e promoções, além de se adaptarem rapidamente às mudanças no mercado, o que melhora a gestão e aumenta os lucros.

Para o eixo: “Quais desafios a empresa encontra ao adotar o custeio variável?”

De acordo com a gestor da empresa, na verdade, nem é questão de desafios, seriam mais desvantagens, pois com o custeio variável não conseguimos utilizá-lo a longo prazo, pois fica mais difícil contabilizar. Por isso, não são colocados na contabilidade da empresa.

Segundo Ferreira e Otley (2009) as empresas enfrentam vários desafios ao usar o custeio variável. Isso inclui a dificuldade em calcular os custos com precisão e a limitação de sua aplicação a longo prazo. O custeio variável pode tornar a análise financeira mais complicada em situações que precisam de uma visão completa dos custos e também pode ser difícil de integrar com sistemas contábeis tradicionais.

Adotar o custeio variável apresenta desafios como a resistência dos funcionários e a necessidade de bons sistemas de controle. Além disso, as variações nas receitas complicam o planejamento financeiro e a tomada de decisões a longo prazo. No entanto, esse método pode trazer mais clareza e eficiência a curto prazo.

Agora quanto ao eixo: “Quais medidas a empresa usa para avaliar os resultados do custeio variável?”

Nos relatos do gestor, conhecendo os custos variáveis, você pode calcular uma margem de contribuição. Essa margem é um indicador que mostra quanto

o lucro da venda de cada produto ajudará o café a cobrir todos os seus custos fixos e ainda gerar lucro. Porém, como estamos ainda bem no começo, ainda não temos uma avaliação exata para medir resultados, pois estamos em um processo de adequação tanto de produtos quanto de serviços. Esse será nosso maior desafio.

As empresas usam várias formas de avaliar os resultados do custeio variável. Uma das principais é a análise da margem de contribuição, que mostra quanto cada produto ajuda a cobrir os custos fixos e a gerar lucro. Também são importantes os relatórios que mostram receitas, custos variáveis e lucros, pois ajudam na tomada de decisões. De acordo com Ludícibus et al. (2017) a margem de contribuição é essencial no custeio variável, pois revela a rentabilidade dos produtos e serviços, ajudando na análise de viabilidade econômica.

Uma empresa pode usar várias medidas para avaliar os resultados do custeio variável, como a margem de contribuição, o ponto de equilíbrio, a análise custo-volume-lucro (CVL) e relatórios de desempenho. Essas medidas ajudam as empresas a entender melhor seus custos e a rentabilidade dos produtos ou serviços, oferecendo informações importantes para a gestão financeira e estratégica.

8 – CONCLUSÃO

Após a reflexão sobre: Como o método de custeio variável pode ser utilizado por uma empresa e seus benefícios?

Foi verificado a importância de tomada de decisões, informar quais produtos mais ajudam a empresa a lucrar, e fazer com que a empresa gaste menos e lucre mais.

Neste sentido, o método de custeio variável é uma excelente estratégia para empresas, especialmente aquelas que usam muitos tipos de matérias-primas. Ele ajuda a entender melhor os custos diretos de produção, mostrando onde estão os principais gastos. Ao se concentrar nos custos que mudam com a produção, esse método facilita a análise da rentabilidade dos produtos,

permitindo que a empresa ajuste seus preços e tome decisões mais informadas sobre a produção.

O método de custeio variável pode ser usado de várias maneiras por uma empresa. Primeiro, ele ajuda a entender a margem de lucro de cada produto, mostrando quais são os mais lucrativos e quais podem estar prejudicando os ganhos. Além disso, a empresa pode usar esse método para prever lucros em diferentes cenários de vendas, o que facilita a decisão sobre preços, promoções e até a descontinuação de produtos.

Os benefícios desse método incluem a flexibilidade na gestão dos custos, uma melhor compreensão de quanto cada produto lucra e a facilidade de adicionar novos produtos ao cardápio. Isso melhora o planejamento financeiro e permite que as empresas se ajustem rapidamente às mudanças no mercado.

Em resumo, o custeio variável é uma forma prática e flexível de gerenciar custos e lucros. Embora precise de atenção na hora de ser implementado e monitorado, ele oferece informações úteis que podem fazer uma grande diferença para a sustentabilidade e o crescimento do negócio.

REFERÊNCIAS

BLACK, Homer A., EDWARDS, Lances Do,ni. **The niotingei ial, nttid cost accotuitont's lintidhook**. Llome- wood, Dow Jones-R\Irwin, 1979

BORNIA, Antonio Cezar, **Análise Gerencial de Custos** :Aplicação em Empresas Modernas .3.ed. São Paulo :Atlas 2010.

BRUNI, Adriano Leal, FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços**: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel, 6. ed. Atlas, São Paulo 2012.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Basico de Contabilidade**.7.ed.São Paulo :Atlas,2013

FERREIRA, M. A.; LIMA, E. M. **Contabilidade de Custos: Teoria e Prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2016

FERREIRA, A.; OTLEY, D. "The role of performance management in the development of effective organizational capabilities." Management Accounting Research, vol. 20, no. 1, 2009, pp. 18-37.

GARNER, S. Paul. **Historical development of cost accounting**. The Accounting Review, Wisconsin, v.22, n.4, p. 384-389, oct., 1947.

HORNGREN, Charles T.; DATAR, Srikant M.; RAJAN, Madhav V. **Contabilidade de Custos**. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2013.

HORNGREN, Charles T.; SUNDEM, Gary L.; STRATTON, William O. **Contabilidade Gerencial**. 13. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E. **Contabilidade Introdutória**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Contabilidade Avançada**. São Paulo: Atlas, 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos; CÂNDIDO, Jorge. **Contabilidade Avançada**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

JOHNSON, H.Thomas, KAPLAN, Robert S. **Relevance cost: the rise and fall of management accounting**. Boston, Harvard Business School, 1987.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Curso de contabilidade de custos**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000

leone, g. s. g. **Custos: planejamento, implementação e controle**. São Paulo: atlas, 1997

Machado, M. A.V; Machado, M. R; & Holanda, F. M. A.(2006) **Análise do processo de formação de preços do setor hoteleiro da cidade de João Pessoa/PB**: Um estudo exploratório. In: Encontro da ANPAD, 30. Salvador, BA, Brasil.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas. 2003

Macedo, M. A. S. (2004). **Formação do preço de venda**: Uma análise do setor de material de construção. In: Congresso de Custos, XI, 2004, Porto Seguro, BA, Brasil.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009

MEGLIORINI, EVANDIR. **custos: análise e gestão**. 3.ed. São Paulo: Person Pretice Hall, 2012

MeglioriNi, e. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012. CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso Básico de Contabilidade**. 7.ed. São Paulo :Atlas, 2013

MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

MERRIAM, S. **Qualitative research and case study applications in education.** San Francisco: Jossey-Bass, 1998.

OLIVEIRA Djalmas de Pinho Rebouças. **Administração Estratégica na prática.** 8.ed. São Paulo: Atlas, 2013

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Curso básico gerencial de custos.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Controladoria estratégica e operacional: conceitos, estrutura, aplicação.** 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

SANTOS, Joel JOTA.. **Análise de custos:** Remodelado com ênfase para custo marginal, relatórios e estudo de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

STARK, José Antonio. **Contabilidade de Custos.** São Paulo: Pearson, 2007

SOLEDADE, S. **Gestão e empreendedorismo.** Vol. 1. Ed Sebrae, 2015.

WERNKE, Rodney. **Análise de Custos e preços de venda:** (ênfase em aplicações e casos nacionais). São Paulo: Saraiva, 2005.

Wernke, R. (2012). **Gestão de custos no comércio varejista.** 1ª ed: Curitiba: Juruá.

YANASE, J. **Custos e formação de preços.** 1a edição. Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Trevisan, 2018.

.YIN, R. **Case study research: design and methods.** London: Sage, 1994.