

O USO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS NO PROCESSO DE DETERMINAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

Emanuella Bernardo (1); Lucivania Jacinto da Silva (2); Macicley Felix (2);

Vitor Marreiro dos Santos (2); Adilis Oliveira da Rocha (3)

Centro de Ciências Sociais Aplicadas/Departamento de Contabilidade e Finanças /Probex

Resumo

A formação do preço de venda é um processo de tomada de decisão estratégica para as empresas, principalmente nos mercados competitivos onde esta decisão extravasa os limites da empresa, pois não depende apenas de influências internas, mas é bastante afetado por elementos externos. É possível afirmar que parte importante do sucesso ou fracasso de uma empresa está ligada ao processo de formação do preço de venda. Neste contexto, o projeto de extensão tem a finalidade de promover a interação entre o meio acadêmico e o meio profissional, de modo a harmonizar a relação de ambos. Foi a partir dessa perspectiva que os participantes do projeto, a Utilização da contabilidade de custos no processo de tomada de decisão, buscaram de forma criativa e eficaz atender as necessidades dos usuários da contabilidade, em especial, os micro e pequenos empresários, com o objetivo de incentivá-los a conhecerem e aplicarem os conhecimentos sobre formação de preço de venda, para possam gerenciar seus empreendimentos. Podendo assim garantir-lhes maior competitividade e conseqüentemente sustentabilidade no meio sócio-econômico onde estes estão inseridos. A concretização do projeto deu-se com a realização do mini-curso a utilização das Informações de Custos no Processo de Tomada de Decisão, onde os módulos deste curso foram ministrados por professores, bolsista e colaboradores. Os objetivos traçados puderam ser alcançados, à medida que se pôde levar o conhecimento contábil básico às pessoas interessadas, contribuindo para uma maior difusão das informações contábeis e auxiliando a fixação do preço de venda. Sabendo-se o nível atual de competitividade entre as empresas, e que o preço é um dos elementos mais importantes na determinação da participação de mercado de uma empresa e em sua rentabilidade, observou-se que o conhecimento do preço de venda é de fundamental importância para a sua sustentabilidade no mercado.

Palavras-chave: informação, preço de venda, tomada de decisão

Introdução e Objetivos

O projeto de extensão, do Departamento de Finanças e Contabilidade da Universidade Federal da Paraíba, intitulado como “A Utilização da Contabilidade de Custos no Processo da Tomada de Decisão”, ambiciona desenvolver um processo de elucidação a cerca de conceitos básicos,

¹⁾ Bolsista, ⁽²⁾ Voluntário/colaborador, ⁽³⁾ Orientador/Coordenador ⁽⁴⁾ Prof. colaborador, ⁽⁵⁾ Técnico colaborador.

de Formação de Preço de Venda direcionado aos estudantes e demais interessados membros das comunidades abrangidas pelo projeto, através da integração entre a comunidade e a universidade. Tendo em vista a concorrência acirrada do mercado, o estabelecimento do preço de venda constitui fase importante nas decisões de cúpula das empresas, o domínio deste conceito é elemento competitivo vital para a sobrevivência das empresas. Para Santos (1995, p. 17), “o preço de venda de um produto qualquer é formado pelos custos marginais e pela sua margem de contribuição, composta dos custos estruturais fixos e do lucro.”. De acordo com Kotler (1994, p. 425): “o preço é o único elemento do marketing que produz receita; os outros elementos geram custos. E o preço é um dos elementos mais importantes da determinação da participação de mercado de uma empresa e em sua rentabilidade”. Sendo assim, pode-se inferir que o preço de venda é relevante, pois contribui tanto com a rentabilidade da empresa, quanto para sua participação no mercado. Para Martins (2003, p. 220): “o mercado é o grande responsável pela fixação dos preços, e os custos de obtenção dos produtos. É muito mais provável que a empresa analise seus custos e suas despesas para verificar se é melhor trabalhar com um produto, cujo preço o mercado influencia marcadamente ou mesmo fixa, do que ela determinar o preço em função daqueles custos ou despesas”. Em geral, as micro e pequenas empresas não estipulam o preço de venda inicialmente, por sua natureza detalhista, mas quando a concorrência lança produto semelhante no mercado, surge a preocupação da entidade com este fator e a viabilidade do produto no mercado. Horngren (2000, p. 302) aponta três influências sobre o preço, são elas: Clientes, Concorrentes e Custos, sendo o preço imposto pelas forças de mercado em atividades altamente competitivas. Determinar critérios da fixação de preços, assim como o custo dos produtos, constitui ferramenta administrativa que visa elevar a qualidade das decisões da entidade e a sua competitividade. Detectada a dificuldade em se estipular o preço de venda o Projeto de Extensão abordou este tema com a finalidade de expor de forma prática e simples às camadas abrangidas pelo projeto os conceitos envolvidos pelo tema e a sua aplicabilidade com arcabouço teórico. O objetivo principal do projeto foi orientar os frequentadores das palestras sobre a importância da formação do preço de venda, seu conceito e aplicabilidade em diferentes setores da economia, auxiliando a tomada de decisão dos gestores e contribuindo para o crescimento da competitividade das empresas, assim como, apresentar os principais conceitos utilizados pela contabilidade de custos dentro da gestão empresarial. Procurou-se com o projeto realizar a socialização do conhecimento promovendo a interação entre a universidade e a comunidade, solidificando o conhecimento dos envolvidos e enriquecendo o dos participantes.

Metodologia

A abordagem metodológica do presente trabalho foi desenvolvida em meio às dificuldades enfrentadas pelos seus idealizadores (professores, bolsista e colaboradores), onde a principal questão baseou-se na busca desde sua fase de diagnóstico, planejamento, execução e

avaliação, envolver de modo participativo, os profissionais e futuros profissionais da área contábil e demais interessados em uma ação extensionista capaz de, efetivamente promover o desenvolvimento comunitário, mostrando a vital importância de uma boa gestão dos custos que leva a bons resultados, apenas possíveis devido a utilização dessas informações na formação dos preços. Portanto, fundamenta-se numa metodologia participativa e interativa onde o conhecimento da realidade e propostas de intervenção são realizadas e avaliadas de forma conjunta, retro alimentando a ação extensionista. A metodologia empregada no projeto de extensão universitária teve início com a busca da valorização da área de contabilidade de custos em meio à comunidade universitária, a melhor utilização da gestão dos custos deve ser desenvolvida entre os futuros profissionais da área, através de palestras com profissionais comprometidos com o assunto. Em seguida, realizou-se uma atividade, através de um mini-curso, junto aos profissionais do mercado que já atuam na área contábil e que muitas vezes não possuem a atenção necessária ao estudo da contabilidade de custos nos empreendimentos onde prestam serviços. A divulgação das palestras foi feita através da panfletagem do campus I da UFPB e envio de e-mails para os alunos da instituição, onde previamente também eram convidados profissionais da área contábil, dinamizando assim os eventos através da interação entre alunos e contadores nas ocasiões. O projeto contou com o apoio de parceiros como a UFPB, o Departamento de Finanças e Contabilidade da UFPB, e o SEBRAE/PB, atuando como palestrantes e proporcionando a utilização por parte da equipe organizadora dos recursos áudios visuais necessários para a realização. A literatura utilizada nas palestras e no mini-curso sobre a contabilidade de custos destaca três tipos de metodologia de custeio que podem ser utilizados pelos gestores como ferramentas para a gestão de custos, especificamente para a tomada de decisões gerenciais: Custeio por Absorção, Custeio Variável e Custeio por Atividades; e sua aplicação em diversas áreas como na indústria, no comércio e nos hospitais. As palestras mostraram a importância da contabilidade de custos sobre vários aspectos. Os palestrantes mostraram a utilização da contabilidade sob diferentes óticas, mas sem fugir da sua principal característica que é a de servir como ferramenta de formação de preço, que leva a uma melhor decisão por parte de seus gestores. A palestra sobre custos hospitalares teve grande ênfase dentro da comunidade universitária, mostrando uma área ainda pouco difundida entre os profissionais e que apresente um crescente mercado para os contadores. A segunda etapa do projeto deu-se no município de Mamanguape, no estado da Paraíba, localizado a quarenta e sete quilômetros da capital João Pessoa, onde foi realizada uma atividade junto aos profissionais da contabilidade daquela cidade, com o desenvolvimento de um mini-curso “A utilização das Informações de Custos no Processo de Tomada de Decisão”, onde os módulos deste curso foram ministrados por professores, bolsista e colaboradores. Foi também elaborado um questionário para ser aplicado junto aos profissionais participante a fim de ser verificado o grau de conhecimento e domínio da informação em custos apresentados por eles, procurando assim conhecer melhor qual era a necessidade do público alvo do projeto objetivando subsidiar um plano de ação a ser elaborado

junto à comunidade. Todas as decisões tomadas em relação à metodologia, planos de ação e execução do projeto foram frutos das reuniões realizadas com todos os participantes do projeto de extensão, que assim definiam os meios que seriam adotados para aplicação do conhecimento fora da sala de aula, isto é, a própria extensão. As palestras e mini-curso revelaram que tanto os profissionais já inseridos no mercado e até mesmo os alunos propensos a futuros contadores necessitam ter um maior aprofundamento na contabilidade de custos. Após as realizações dos trabalhos e a aplicação do questionário junto aos profissionais verificou-se a importância da continuidade deste projeto junto à sociedade.

RESULTADOS

O Projeto de Extensão “A utilização da Contabilidade de Custos no processo de Tomada de Decisão” foi desenvolvido, através de etapas que facilitaram a realização dos mesmos, tais como: apresentação de palestras, voltadas para estudantes em Contabilidade com a divulgação das mesmas e finalizando com um curso de extensão voltado para os moradores da cidade de Mamanguape, no qual incluiu profissionais que já atuam na área e estudantes de Contabilidade.

Todas as reuniões foram realizadas com a participação de todos os membros do projeto (coordenadora, vice-coordenadora, aluno bolsista e alunos extensionistas colaboradores). As reuniões tiveram como objetivos: definição das atividades a serem realizadas durante o desenvolvimento do projeto, bem como para o estabelecimento de horários e a distribuição de atividades a serem desenvolvidas pelos diversos integrantes do projeto.

A princípio, foi analisado quais os temas mais relevantes e atuais para serem tratados nas palestras e o conteúdo programático a ser explanado ao ministrar o curso de extensão no Município de Mamanguape, procurando abordar questões teóricas e práticas juntamente com o professor orientador. Para a divulgação das atividades propostas no projeto de extensão foram utilizados diversos meios de comunicação, podendo-se destacar dentre eles: divulgação das atividades do projeto oralmente e através da utilização de cartazes e faixas fixados estrategicamente interna e externamente às instalações da UFPB.

Foram realizadas três palestras, cada uma com duração de 3 horas/aula. A 1ª palestra intitulada, “Percepção do Mercado: Um diferencial empreendedor”, ministrada pelo Profº Habib Bichara; A 2ª Palestra intitulada, “Entendendo Custos, Despesas e Formação do Preço de venda”, foi ministrada pela empresária da contabilidade e instrutora do SEBRAE, Simone Aguiar e a 3ª intitulada, “Custos: Remuneração de Procedimentos Médicos”, ministrada pela Profª Danielita Pinto de Moais, todas sendo realizadas, respectivamente nos meses de Setembro, Outubro e Novembro do ano de 2007, no ambiente do auditório 211, do CCSA (Centro de Ciências Sociais e Aplicadas).

Por fim, foi realizado um curso de extensão sobre “A UTILIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS NO PROCESSO DE TOMADA DE DECISÕES” em Mamanguape no dia 18 de Dezembro de 2007, em período integral, com duração de 8 horas/aula que teve um público alvo de trinta inscritos. O curso foi ministrado pelos próprios alunos do projeto, bolsista e colaboradores, voltados para profissionais, seja ele técnico ou graduado em Ciências Contábeis e também para estudantes da área, onde os mesmos tiveram a oportunidade de resolver questões de custos que, de certo modo faziam parte do cotidiano profissional dos mesmos. Nos módulos apresentados foram abordados os conceitos básicos de custos, tipos de custos e a terminologia da Contabilidade de Custos, como por exemplo: receita, despesa, gasto, desembolso, investimento, lucro/prejuízo, custo, perda e ganho, relatando a importância de cada um, mostrou-se como os gastos são alocados aos produtos e serviços, diferenciando o custeio por absorção e o custeio variável, relatou a importância do sistema de custeamento por ordem de produção ou serviço, ou seja, os custos incorridos nos estoques e a avaliação do mesmo pelos métodos PEPS, UEPS e média ponderada, e finalizando, foram enfatizadas a análise do ponto de equilíbrio, aplicações e margem de contribuição dos produtos, o qual viabiliza a tomada de decisão.

A experiência foi de grande importância, pois a troca de informações entre os colaboradores e os participantes tanto das palestras quanto do curso de extensão assegurou um processo de construção participativa, ou seja, todos buscaram entender as questões detalhadamente, complementando com situações dos seus cotidianos, que serviram de exemplo para resolução de outros exercícios. Desta forma, a interação entre ministrantes e os participantes foi bastante satisfatória e gratificante, o que possibilitou um maior aproveitamento do curso para os participantes, facilitando assim o aprendizado e atendendo as expectativas do projeto de extensão universitária. Para isso, procurou-se abordar o tema do modo mais informal possível, facilitando assim a compreensão de todos. Apesar da indisponibilidade de recursos financeiros para a confecção e reprodução das apostilas, pôde-se contar com a participação de pequenos patrocinadores que colaboraram com o projeto doando canetas e bloco de anotações, os quais foram distribuídos para todos os participantes. Enfim, dentre os resultados esperados e obtidos pode-se reconhecer as dificuldades ao longo de todo projeto de extensão universitária. Todavia, estas dificuldades foram vencidas no decorrer do programa de extensão com a ajuda da própria comunidade devido ao fato do tema proposto ter se tornado tão interessante para os mesmos, proporcionando assim o bom andamento do projeto onde se pôde obter resultados positivos e bastante significativos.

CONCLUSÕES

A prática da extensão universitária vem buscando construir ações que se de um lado socializam o conhecimento, de outro reverterem essa ação para mudança da realidade social e para formação de sujeitos capazes de dialogar, interagir e quebrar os entraves entre o meio

acadêmico e a comunidade como um todo. A universidade Federal da Paraíba através de adoção de projetos de extensão possibilita um contato mais amplo com a comunidade e sua realidade, sendo extremamente importante para o enriquecimento do conhecimento acadêmico.

Dentro do programa de Extensão Universitária o desenvolvimento do projeto a Utilização da contabilidade de custos no processo de tomada de decisão buscou uma forte interação entre, de um lado, docentes, pesquisadores, alunos, técnico-administrativos e, por outro lado, usuários externos à universidade. A realização deste projeto contribuiu de forma bastante significativa no atendimento das necessidades de micro e pequenos empreendedores e demais pessoas que se interessam pelo assunto, no que se refere à orientação e aplicação das informações sobre a formação do preço de venda.

Desta forma fica evidente a importância social da extensão universitária, a qual está na sua capacidade de contribuir para a socialização do conhecimento e o fortalecimento da cidadania, visando tanto a melhoria da capacidade acadêmica dos alunos como também o contato cada vez maior da universidade com a comunidade.

A experiência foi bastante válida, já que os requisitos da extensão puderam ser alcançados, levando as informações contábeis para o público alvo do projeto de extensão. A construção da conscientização dos empreendedores em relação à utilização das informações da contabilidade de custos, bem como a formação do preço de venda; e que estas podem, se geridas com eficiência, ser ferramentas gerenciais de grande importância para a manutenção de seus negócios no mercado, para criação de emprego e renda e conseqüente, desenvolvimento social.

Referências Bibliográficas

CARNEIRO, Moacir Alves. Extensão Universitária: versões & perversões - estudo tentativo identificação do debate social das universidades federais do nordeste. Rio de Janeiro: Presença Edições, 1985. 127 p.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO ESTADO DE SÃO PAULO. Custo como Ferramenta Gerencial. São Paulo: Atlas, 1995. 30 P.

HORGREN, Chalés T. Contabilidade de Custos. 9.ed. rio de janeiro: LTC 2000.

KOTLER, Philip. Administração de marketing. 4 ed. São Paulo: Atlas., 1994.

ENCONTRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA, V., 1999, João Pessoa
Anais... João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários, 1999.

MOREIRA, Ivan Targino. A Extensão nas Universidades Brasileiras: Notas para Discursão.
Revista de Extensão, João Pessoa, n. 7, P. 07-27, jun. 1998.

LEONE, George Sebastião Guerra. Custos: Planejamento, Implantação e Controle. São Paulo: Atlas, 1981. 17 P.

MACHADO, Juliana Rolim. Análise da rentabilidade econômico-financeira da empresa Sonho Doce Festas Ltda. 1999, Monografia – CCSA/UFPB, João pessoa, 1999.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. São Paulo: Atlas, 2003. P. 25.

SANTOS, Joel J. Formação de preço de Venda e do Lucro. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE).
Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>.> Acesso em 24/jun/05.