

# Análise de custo para a formação do preço em uma plantação de hortaliças

**Renata Cristina da Silva**  
**renatinhasil\_17@hotmail.com**  
FAQ

**Luiz Antônio Fernandes**  
**helpmaryhelp@ig.com.br**  
FAQ

**Telma Aline Torricelli**  
**telma@hotmail.com.br**  
FAQ

**Resumo:** O artigo apresenta a análise dos custos para a formação do preço de venda em uma plantação de hortaliças situada no município de Socorro, interior de São Paulo. A metodologia utilizada foi a pesquisa exploratória, e o objetivo do trabalho foi levantar todos os custos incidentes aos produtos para que a fixação do preço de venda fosse aplicada de maneira precisa, na busca de uma maior competitividade no setor e a maximização do lucro. Assim foram confeccionadas tabelas de custos através de planilhas do Microsoft Excel, que possibilitou a distribuição e classificação de todos os custos, como os custos diretos, indiretos, custos fixos e variáveis. Além disso, foi levantada a margem de contribuição de cada produto, que antes não era conhecida pelos proprietários. Com o desenvolvimento das planilhas de custos os proprietários passaram a possuir informações importantes a respeito de seus produtos, facilitando a tomada de decisão no momento da definição do preço de venda a ser praticado. O preço praticado anteriormente não era ideal, de maneira que com os reajustes mediante as planilhas de custos e a margem de contribuição, formou-se um preço que pudesse ser competitivo e que contribuísse para uma maior lucratividade da empresa.

**Palavras Chave:** Custos - Produção - Hortaliças - Formação de Preços -

## 1. INTRODUÇÃO

No ambiente atual as empresas estão em constante concorrência, e essa competitividade tem exigido cada vez mais um diferencial entre elas, o preço é um dos fatores de maior impacto para se manter competitivo no mercado. Diante disso, a importância da análise dos custos para a obtenção de um preço de venda mais competitivo e capaz de gerar uma maior lucratividade e mais rentabilidade a empresa.

Decisão que antes era tomada de forma banal e imprecisa, muitas vezes fixado a partir do próprio mercado, sem levantamentos dos custos reais para a produção do produto, nos dias atuais a análise mais aprofundada dos custos para produzir o produto é um dos aspectos mais importantes quando se trata da fixação do preço de venda de um produto. Assim a análise dos custos proporciona informações necessárias que auxiliam nas tomadas de decisões, pois no caso, o preço é um fator crucial, que interfere diretamente no desempenho da empresa.

A administração de custos é um elemento essencial para o melhor gerenciamento dos recursos de uma empresa. É imprescindível ao administrador ter o conhecimento de todo o funcionamento da empresa, pois o processo de levantamento dos custos para a definição do preço de venda é uma questão que interfere diretamente em toda atividade da empresa.

O conhecimento de todos os elementos que compõem o custo do produto são importantes para determinar o preço ideal de venda a ser praticado, que por consequência torna-se uma estratégia competitiva para a empresa para a sua sobrevivência no mercado, o setor analisado na pesquisa é o agrícola, onde ainda existem muitas empresas de pequeno porte e que são gerenciadas pela família.

Assim sendo, o presente trabalho analisou o seguinte problema de pesquisa: Quais as ações necessárias para se obter o preço ideal de venda em uma plantação de hortaliças?

E teve por objetivo a análise de custo para a formação do preço de venda das hortaliças, buscando maior competitividade no setor e a maximização do lucro.

A plantação de hortaliças analisada trata-se de uma pequena empresa de agricultura familiar, localizada no interior de São Paulo e encontra-se nesse ramo há mais de 20 anos.

A família iniciou-se no ramo da agricultura, produzindo inicialmente itens como abóbora, pepino, pimentão e vagem. Em busca de melhores rendimentos passaram ao cultivo do tomate, que na época era um produto de alta lucratividade e que continua atualmente sendo o produto que lhes trazem maior rentabilidade, já que há dez anos passaram investir também no cultivo da alface.

A empresa continua sendo familiar, tendo como proprietário o pai e o filho e contando com o auxílio de mais dois colaboradores. Optaram por investir apenas no cultivo da alface e do tomate, por serem os produtos que lhes proporcionam maior fonte de renda. A empresa está em constante crescimento e vem conquistando cada vez mais o mercado onde atua, distribuindo suas mercadorias para supermercados, quitandas, e comércios do ramo na região.

## **2 – REFERENCIAL TEÓRICO**

A seguir serão apresentados os conceitos e teorias dos autores utilizados no desenvolvimento desse trabalho.

### **2.1 – ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA**

Segundo Tófoli (2008) a administração financeira tem como propósito intensificar a riqueza da empresa, perante a administração de seus recursos financeiros. A administração financeira embora dê ênfase a grandes empresas, ela pode também abranger as médias e pequenas empresas. Em grandes empresas a atividade financeira é realizada por um departamento específico e dividida em setores, nas pequenas empresas essa função é destinada aos próprios sócios e proprietários.

De acordo com Silva (1995) a atribuição da administração financeira está ligada ao tamanho da empresa. Em uma empresa pequena geralmente não existe um departamento responsável pela gestão das operações financeiras, deixando esse papel para a contabilidade e o dono da empresa. Conforme o crescimento da empresa cria-se a necessidade de uma maior especialização dessas funções financeiras.

Para Gitman (2002) a administração financeira refere-se às atividades do administrador financeiro dentro da empresa. Esses administradores financeiros conduzem as finanças de todos os tipos de empresas de grande a pequeno porte. Executam diversas funções nas empresas, como cálculos, estimativas financeiras, avaliam o caixa da empresa, administram o capital, estudam as aplicações e investimentos da empresa.

### **2.2 – PREÇO DE VENDA**

Segundo o IBRACON (1995) a definição do preço de venda do produto nas empresas atuais exerce função essencial, consiste em um dos fatores primordiais no planejamento empresarial, sobretudo nessa economia de contínuas mudanças, conduzindo as empresas a frequente avaliação e correção do preço de venda a ser aplicado, assim sendo é de extrema relevância a análise de seus gestores.

Para Leone (1972) um dos critérios fundamentais que confronta o administrador é estabelecer o preço de venda a ser praticado, resultando em umas das decisões de maior relevância para inserir o produto no mercado.

### **2.3 - CUSTOS**

Conforme Bernardi (1996) custos são gastos relacionados à fabricação de bens, são específico da tarefa de se fabricar e ainda abrange a administração da produção. Como por exemplo, as embalagens e a mão-de-obra direta.

Segundo Martins (1996) custo também é um gasto, porém é admitido como custo perante aos fatores de produção de bens ou serviços, classifica-se como custo através do processo executado. Por exemplo: a energia elétrica na fabricação é determinada como gasto no momento do consumo, mas torna-se um custo ao não percorrer a etapa de investimento.

De acordo com Leone (1981) custo é um elemento da produção avaliado em condições monetárias a fim de se obter um produto, serviço ou ação que gerará ou não uma renda.

São diversos os tipos de custos, estes existem para se adequar as necessidades gerenciais. Conforme o contador de custos, tais tipos de custos são para atender as mais distintas funções da administração. Certos custos são notórios e corriqueiros, porém alguns outros custos só são levantados de forma à necessidade da administração.

Para a contabilidade o significado da palavra custo é o gasto referente aos bens e serviços empregado na produção dos mesmos. Como exemplos de custos podem ser citados a energia elétrica aplicada na produção e salários. (IBRACON, 1995)

### 2.3.1 – CUSTOS DIRETOS

Custos diretos são simples, precisos e diretamente adequados ao produto finalizado, isto é, são reconhecidos de forma a pertencer qualquer produto, como exemplo a energia elétrica, esses custos são adequados aos produtos sem precisar realizar rateios e não proporcionam incertezas quanto a corresponderem a este ou aquele produto em produção. (IBRACON, 1995)

Para Bernardi (1996) são custos diretos, os custos que por sua propriedade de reconhecimento no produto, são controvertidos por mensurações precisas, inspeção individual, de maneira direta. Esses custos em geral, estão ligados aos materiais aplicados na produção de um produto, como por exemplo, a mão de obra direta da produção.

Segundo Lawrence (1970) os custos diretos são especialmente os que incidem certo produto, diagnosticando se como elemento do próprio custo.

### 2.3.2 – CUSTOS INDIRETOS

Segundo Santos (1991) os custos indiretos são os que complementam uma tarefa, incidentes de maneira indireta ou geral, favorecendo dessa forma todos os bens produzidos ou serviços prestados. Exemplo de atividades que são indispensáveis para se chegar ao produto final, que, no entanto não tem nenhuma ligação direta: água, energia elétrica, depreciação, limpeza e supervisão da produção.

Para Leone (1981) custos indiretos compõem o consumo dos fatores da produção estes não são reconhecidos aos produtos, pois não são significativos, uma vez que o método de reconhecimento é de alto custo e ainda seu custo-benefício não é viável pelo trabalho de reconhecimento.

Os custos indiretos são incidentes dentro do sistema produtivo, porém para serem ajustados aos itens da produção, deve se utilizar rateios, que é o método utilizado de forma a classificar os custos que não são de fácil percepção, que deixam dúvidas a quais itens se atribuem. A alocação dos custos indiretos deve ser realizada por meio de rateios e análises. (IBRACON, 1995)

De acordo com Bernardi (1996) custos indiretos são aqueles que são controvertidos aos produtos de maneira indireta, por questões práticas e operacionais não possui mensuração objetiva específica, de forma que não há apropriação direta. Entre os custos indiretos estão a mão de obra indireta, os materiais indiretos entre outros incidentes da produção.

Conforme Lawrence (1970) os custos indiretos possui característica mais específica, não sendo possível seu reconhecimento imediato como elemento do custo do produto, porém sem esse custo não seria possível a fabricação do produto.

### 2.3.3 – CUSTOS FIXOS

Segundo Braga (1995) custos fixos são aqueles que continuam estáveis por um determinado período independente das variações provocadas no volume de produção e vendas. Esse período geralmente não excede alguns meses. Decorrente a decisões da administração, o valor dos custos podem ser ajustados conforme a necessidade dos negócios.

De acordo com Tófoli (2008) custos fixos são inevitáveis para o andamento da empresa e não tem ligação com a variação das vendas. Os custos fixos mantêm-se

independente do volume de produção, não sofrem alterações conforme se produz mais ou menos, são estáveis dentro de um período.

Custos fixos são aqueles que por um período se mantêm constante sem depender da variação na produção, que como exemplo pode ser citado o aluguel, que não sofre alterações devido a oscilação no volume produtivo, se aumenta ou diminui o volume de produção o valor do aluguel é pago da mesma forma. (IBRACON, 1995)

Segundo Leone (1972) são custos fixos os custos que em dado estágio da ação não oscilam conforme o volume produtivo. São exemplos de custos fixos: aluguel, salário da administração e depreciação. Em critério unitário eles podem oscilar de forma que são fixos sob uma determinada quantidade de produção, à medida que o volume de produção cresce, os custos fixos unitários passam a ser menores.

Para Bernardi (1996) os custos fixos não dependem da quantidade produzida ou do grau de atividade, são incidentes mesmo sem volume de produção. Como por exemplo, pode ser citados, o aluguel e o pró-labore.

#### 2.3.4 – CUSTOS VARIÁVEIS

Segundo Braga (1995) custos variáveis são os que sofrem alterações no valor total com as flutuações decorrentes da produção e vendas. Esses custos são diretamente ligados ao volume de produção.

Custos variáveis são os que têm ligação direta com as vendas e variam proporcionalmente conforme as vendas aumentam e diminuem. Comissões de vendas podem ser citadas como exemplo de custos variáveis. (TÓFOLI, 2008)

De acordo com Martins (1996) o valor total consumido de materiais diretos mensalmente tem ligação direta com o volume de fabricação. Se a quantidade fabricada é intensa, cresce seu consumo. Logo, durante um determinado período o custo com os materiais diretos oscila conforme o volume da produção, portanto materiais diretos denominam-se custos variáveis.

Os custos variáveis dependem das variações na produção, são determinados referentes ao volume de produção. Por exemplo, os materiais diretos são custos variáveis, pois seu valor varia conseqüentemente conforme aumenta ou diminui a produção, os custos com esses materiais mudam de acordo com a quantidade produzida. (IBRACON, 1995)

De acordo com Bernardi (1996) os custos variáveis seguem o volume de produção, ou seja, ocorrem devido a variação da produção. De forma que não ocorrem se não houver fabricação de itens.

#### 2.3.5 – CUSTO DE CAPITAL

Segundo Braga (1995) os custos de capital são os recursos que foram aplicados aos materiais, estoques e aos equipamentos que forem utilizados para o deslocamento físico e armazenagem.

De acordo com Ross, Westerfield e Jordan (2000) o custo de capital é a taxa de retorno mínima para que o investimento torne-se atrativo. É o retorno mínimo do valor do capital que a empresa aplicou ao investimento. A intenção é que se obtenha o equilíbrio na aplicação.

Para Gitman (2002) o custo de capital é a taxa de retorno necessária que a empresa deve auferir perante seus investimentos, para assim conservar o valor de suas ações no mercado e de forma a obtenção de recursos à empresa.

## 2.4 – MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Segundo Tófoli (2008) a margem de contribuição é uma ferramenta importante para as decisões empresariais, gestão de resultados, rentabilidade dos produtos. E resulta da diferença entre o valor do preço de venda e os custos. Pode identificar o produto que traz mais lucratividade a empresa, para que a assim possam ministrar mais esforços nesses produtos.

De acordo com Santos (1991) a margem de contribuição auxilia os administradores a determinar quais os produtos que devem receber mais empenho e os que não merecem tanto esforço na venda, podendo ser admitidos somente de maneira a atrair os demais produtos.

Para Martins (1996) a margem de contribuição é o que é deduzido da receita e o custo variável, é o valor que o produto oferece a empresa de diferença da receita e o custo do produto com segurança no resultado obtido.

A margem de contribuição propicia que a empresa possa reconhecer aqueles produtos que lhe proporcionam maior rentabilidade. Ela é a parte do lucro que cobre os custos cíclicos. São várias ferramentas de análise que estão sendo desenvolvidas a partir da margem de contribuição para auxiliar na tomada de decisão e no planejamento empresarial. (LEONE, 1972)

## 3 – METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do presente estudo, utilizou da pesquisa exploratória, que de acordo com Oliveira (2004, p. 134), é a ênfase dada à descoberta de práticas ou diretrizes que precisam modificar-se e na elaboração de alternativas que possam ser substituídas. Os estudos exploratórios têm como objetivo a formulação de um problema para efeito de uma pesquisa mais precisa ou, ainda, para a elaboração e hipóteses.

### 3.1 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No início da pesquisa foi realizada uma reunião com os proprietários para fazer um levantamentos de todos os custos e explicar como seria os procedimentos da pesquisa e as vantagens de poder saber calcular o preço ideal do produto.

Para uma análise mais detalhada dos custos foi necessário rever todo o processo de produção, e levantar todos os custos incidentes aos produtos sendo eles diretos e indiretos. Para auxiliar tanto na demonstração quanto nos cálculos e rateios dos custos, foram desenvolvidas tabelas utilizando planilhas do *Microsoft Excel*. Assim, observando que os cálculos foram realizados a partir de um canteiro de 50 metros e ao final alocado a quantidade total de canteiros da plantação.

Primeiro foi realizado o levantamento de toda a matéria-prima utilizada na produção da alface e do tomate, que por sua vez são todos os custos diretos. Sendo elas: as mudas/sementes, o adubo químico, o adubo orgânico e os fungicidas/inseticidas.

Foi elaborada uma planilha de custos diretos, separou-se a alface do tomate, como mostra a tabela 1, onde na primeira coluna estão descritas as matérias-primas, na segunda a quantidade, na terceira a unidade e na quarta coluna o valor total em reais, que é a multiplicação da quantidade pelo valor das respectivas matérias-primas referente a um canteiro de 50 metros.

**Tabela 1:** Matéria-Prima por canteiro de 50 metros para a alface e para o tomate (Custos Diretos)

Custos de Produção por Canteiro de 50 Metros				Custos de Produção por Canteiro de 50 Metros			
Custos Diretos - Alface				Custos Diretos - Tomate			
Custos/Produtos	QTDE	UNID	TOTAL	Custos/Produtos	QTDE	UNID	TOTAL
Matéria-Prima				Matéria-Prima			
Mudas/Sementes	800	Pés	R\$ 8,00	Mudas/Sementes	240	Kg	R\$ 72,00
Adubo Químico	5	Kg	R\$ 5,00	Adubo Químico	10	Kg	R\$ 10,00
Adubo Orgânico	120	Kg	R\$ 12,00	Adubo Orgânico	240	Kg	R\$ 24,00
Fungicidas/Inseticidas	-	-	-	Fungicidas/Inseticidas	0,1	MI	R\$ 0,01
<b>Total</b>	-	-	<b>R\$ 25,00</b>	<b>Total</b>	-	-	<b>R\$ 106,01</b>

**Fonte:** Dados de pesquisa elaborados pela autora

Após serem levantados os custos diretos por canteiro de 50 metros, foram rateados os custos por unidade, o rateio foi realizado através da divisão do total dos custos diretos pela quantidade de pés para a alface e pela quantidade de quilos para o tomate, obtendo enfim o custo direto por pé de alface e por quilo de tomate. Exibidos na tabela 2.

**Tabela 2:** Custo direto por pé de alface e por quilo de tomate.

<b>Custo direto por pé alface</b>	R\$ 0,03
<b>Custo direto por kg tomate</b>	R\$ 0,44

**Fonte:** Dados de pesquisa elaborados pela autora

Reconhecidos os custos diretos da produção, uma nova planilha foi feita denominada custos indiretos, que foi criada para o levantamento de todos os custos determinados indiretos na produção. A planilha foi elaborada de forma a exibir todos os custos indiretos mensais da empresa. Após coletados os dados, constatou-se os seguintes custos: custo de capital, energia elétrica, combustível, impostos, pró-labore, funcionários e manutenção. Dispostos na tabela 3.

**Tabela 3:** Descrição das despesas mensais (Custos Indiretos)

Descrição Despesa - Mensal	Valor
Custo de Capital (220.000*0,5%)	R\$ 1.100,00
Energia Elétrica	R\$ 250,00
Combustível	R\$ 345,00
Impostos	R\$ 30,00
Pró-Labore	R\$ 2.000,00
Funcionários	R\$ 1.400,00
Manutenção	R\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 5.225,00</b>

**Fonte:** Dados de pesquisa elaborados pela autora

O custo de capital foi calculado a partir do valor estimado do terreno utilizado para o plantio das hortaliças mais o valor de todos os equipamentos que a empresa possui para o cultivo das hortaliças, da soma total foi aplicada a taxa de juros vigente no mercado (0,50%), obtendo assim o valor de custo de capital mensal. O restante dos custos foi determinado perante levantamentos dos gastos mensais da empresa.

A partir do total dos custos indiretos, distribuiu-se percentualmente o quanto desse total de despesa é consumido pela alface e conseqüentemente pelo tomate, assim extraiu-se a porcentagem atribuída de despesa a cada um dos produtos. Exibidos na tabela 4.

**Tabela 4:** Valor do total dos custos indiretos distribuídos percentualmente para cada produto, alface e tomate.

Despesa por produto	%	RS
Alface	40%	2.090,00
Tomate	60%	3.135,00

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

Atribuído o quanto de despesa é consumido por cada produto, levantou-se a quantidade total de canteiros da plantação, para chegar ao custo indireto por pé de alface e por quilo de tomate, já que os cálculos foram realizados a partir de um canteiro de 50 metros. Foi preciso multiplicar a quantidade produzida por cada canteiro pelo total de canteiros contidos na plantação. De acordo com a tabela 5.

**Tabela 5:** Quantidade total de pés de alface e de quilos de tomate produzidos.

Produto	Canteiros	Qtde Pés / Kg
Alface	7	5600
Tomate	24	5760

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

Assim para determinar o custo indireto por unidade de cada produto, dividiu-se o total de despesa consumida pela quantidade de pés de alface ou quilos de tomate produzidos. Obtendo enfim o custo indireto por pé de alface e por quilo de tomate. Exibidos na tabela 6.

**Tabela 6:** Custo indireto por pé de alface e por quilo de tomate.

<b>Custo indireto por pé alface</b>	R\$	0,37
<b>Custo indireto por kg de tomate</b>	R\$	0,54

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

Para obter-se o total dos custos diretos e indiretos, criou-se outra planilha, determinada total dos custos, o cálculo foi realizado a partir da soma do total dos custos diretos mais os custos indiretos por pé de alface e por quilo de tomate. Conforme demonstrado na tabela 7.

**Tabela 7:** Total dos Custos (Custos Diretos e Indiretos)

Produto	Custo Direto	Custo Indireto	Custo Total
Alface	R\$ 0,03	R\$ 0,37	R\$ 0,40
Tomate	R\$ 0,44	R\$ 0,54	R\$ 0,99

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

Por fim, elaborou-se a última planilha denominada margem de contribuição. Para a obtenção da margem de contribuição foi necessário levantar o valor do preço de venda unitário de cada produto. O cálculo realizou-se de tal forma, do preço de venda unitário de

cada produto foi subtraído o custo total unitário, esse valor foi dividido novamente pelo preço de venda, chegando ao percentual de margem de contribuição da alface e do tomate.

Ainda na mesma planilha foi levantado o valor da margem de contribuição em reais, o cálculo se deu da extração do percentual da margem de contribuição atribuída em cima do preço de venda. Como exibidos na tabela 8.

**Tabela 8:** Margem de Contribuição (Em percentual e reais)

Produto	Custo Total	Preço de Venda	Margem de Contribuição (%)	Margem de Contribuição (R\$)
Alface	R\$ 0,40	R\$ 0,55	26%	R\$ 0,15
Tomate	R\$ 0,99	R\$ 2,00	51%	R\$ 1,01

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

#### 4 – RESULTADOS E ANÁLISES

Através do desenvolvimento desse trabalho constatou-se a forma deficiente em que eram feitos os levantamentos dos custos para a definição do preço de venda. O preço a ser praticado era definido pelo proprietário da empresa, com base apenas em intuição, estipulando uma margem de lucro de 100% sob os produtos. Não havia um levantamento mais apurado dos custos e despesas reais para a produção. Sendo assim a sua margem contribuição nos determinados produtos não satisfaziam seu critério de lucratividade.

Conforme os dados dispostos na tabela 9, a intenção do proprietário de lucrar a cada produto uma margem de 100%, não estava sendo auferida em decorrência a falha no processo de levantamento de todos os custos e despesas reais inseridos em seus produtos.

**Tabela 9:** O lucro bruto referente à Margem de Contribuição

Produto	Custo Unit	Preço de venda Atual	Margem de Contribuição	Lucro pela Margem
Alface	R\$ 0,40	R\$ 0,55	26%	R\$ 0,15
Tomate	R\$ 0,99	R\$ 2,00	51%	R\$ 1,01

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

É possível identificar que a margem de lucro em percentual auferida pelos dois produtos comercializados pela empresa em questão, sofre uma notória discrepância. De forma que a alface possui uma margem de lucro de 37% e já o tomate ultrapassa a margem de lucro de 100%, observa-se uma diferença considerável de lucratividade entre os dois produtos, como demonstrado na tabela 10.

**Tabela 10:** O lucro bruto referente ao preço atual em percentual

Produto	Custo Unit	Preço de Venda Atual	Lucro (R\$) Preço Atual	Lucro (%) Preço Atual
Alface	R\$ 0,40	R\$ 0,55	0,15	37%
Tomate	R\$ 0,99	R\$ 2,00	1,01	102%

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

Partindo do conceito em que o proprietário pretende adequar a seus produtos uma margem de lucratividade de 100% sob cada um deles, a partir do custo unitário da alface e o tomate aplicou se uma margem para a arrecadação de 100% de lucro. Assim o proprietário pode de forma adequada auferir a margem de lucro pretendida. O valor reajustado dos produtos com sua nova margem de lucratividade (preço ideal), estão dispostos abaixo na tabela 11.

**Tabela 11:** Preço de venda ideal com 100% de lucratividade

Produto	Custo Unit	Preço de Venda Ideal (100% Lucro)	% Lucro Preço Ideal
Alface	R\$ 0,40	R\$ 0,80	100%
Tomate	R\$ 0,99	R\$ 1,98	100%

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

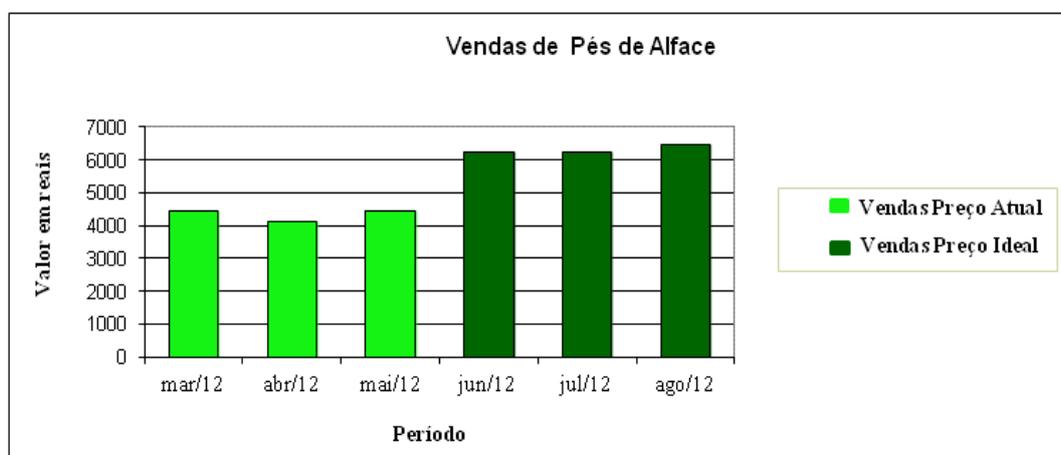
Através do levantamento do preço de venda ideal dos produtos, os preços atuais foram devidamente reajustados pela empresa analisada. A Alface que custava R\$ 0,55 passou a ser vendida a R\$ 0,80 o pé e o tomate de R\$ 2,00 passou a R\$ 1,98 o quilo. Conforme exibidos na tabela 12.

**Tabela 12:** Preço de venda atual e preço de venda ideal

Produto	Preço de Venda Atual	Preço de Venda Ideal
Alface	R\$ 0,55	R\$ 0,80
Tomate	R\$ 2,00	R\$ 1,98

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

A partir do preço atual (que era o preço praticado pelo proprietário da empresa) e o preço ideal (que passou a ser praticado há alguns meses) foi elaborado um gráfico para a alface e outro para o tomate que apresenta a comparação trimestral de vendas referente ao período de março a agosto de 2012, de maneira que março, abril e maio são vendas com base no preço de venda atual e maio, junho e julho são as vendas relativas ao preço de venda reajustado, denominado preço ideal de venda. Conforme demonstrado na figura 1 vendas de pés de alface e na figura 2 vendas de quilos de tomate.



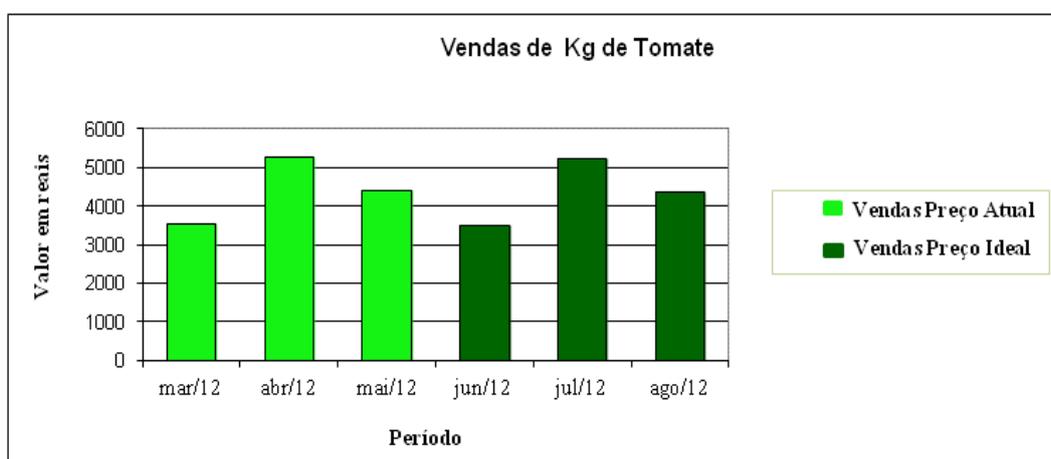
**Figura 1:** Gráfico comparativo de vendas de pés de alface referente ao preço atual e o ideal

Fonte: Dados de pesquisa elaborados pela autora

Para a elaboração do gráfico foi necessário levantar toda a venda de pés de alface dentro do período de março a maio de 2012, levando em conta que foi utilizada como parâmetro a mesma quantidade vendida de pés de alface no primeiro trimestre para reajuste dos preços no segundo trimestre. Para que a variação da lucratividade após os reajustes dos preços pudesse ser mais bem visualizada.

Com a criação do gráfico para comparação do preço de venda atual e o preço de venda ideal referente a alface, foi possível identificar um aumento significativo da lucratividade auferida pelo produto dentro do trimestre em que o preço foi reajustado, satisfazendo assim o desejo do proprietário de obter maior lucro com a comercialização de seu produto.

Abaixo segue exibido na figura 2 o gráfico comparativo de vendas referente a quilos de tomate dentro dos determinados trimestres.



**Figura 2:** Gráfico comparativo de vendas de quilos de tomate referente ao preço atual e o ideal

**Fonte:** Dados de pesquisa elaborados pela autora

O mesmo critério utilizado para a elaboração do gráfico de vendas de pés de alface foi aplicado a venda de quilos de tomate, de maneira que a quantidade vendida de quilos de tomate referente ao primeiro trimestre serviu de parâmetro para o segundo trimestre. Assim se fez a comparação das vendas sob o preço atual e o preço ideal.

O gráfico comparativo de vendas de quilos de tomate referente ao preço atual e o preço ideal, permite analisar que dentro dos trimestres o tomate não sofreu muita variação quanto a sua lucratividade. Pois, contrário ao que houve com a alface que tinha uma margem de lucro muito menor que a desejada, o tomate a ultrapassava em 2%. Podendo de fato evidenciar que dentre os dois produtos produzidos pela empresa, a alface é a que possuía maior deficiência em sua formação de preço. Sendo que com o reajuste de preço passou a ser o produto que traz mais rentabilidade a empresa.

#### 4.1- QUADRO COMPARATIVO DE ANTES E DEPOIS DO LEVANTAMENTO DOS CUSTOS PARA A FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA IDEAL

Antes	Depois
O levantamento dos custos reais para a produção dos itens não era realizado, não se sabia o custo que cada produto realmente continha.	A elaboração das planilhas possibilitou discriminar todos os custos componentes para a produção de cada produto. De modo que passou a se saber qual o custo para se produzir cada um dos itens.
Não havia nenhum tipo de controle informatizado.	O controle passou a ser realizado por meio de planilhas do <i>Microsoft Excel</i> .
A formação do preço de venda do produto era feito por base apenas em intuição.	A formação do preço de venda passou a ser feita por meio das planilhas de custos que foram elaboradas.
Havia prejuízos inexplicáveis no ponto de vista do proprietário, que achava estar efetuando seus cálculos corretamente.	A lucratividade da empresa teve um aumento considerável, a partir dos reajustes dos preços de venda.
A margem de lucro desejada não estava sendo auferida.	A margem de lucro passou a ser melhor planejada e satisfazer o proprietário da empresa.
As informações eram imprecisas devido a falha no levantamento dos custos, tornando deficiente a tomada de decisão referente ao preço de venda de cada produto.	Com o auxílio das planilhas elaboradas, as informações passaram a ser obtidas com precisão facilitando a tomada de decisão.

**Quadro 1:** Comparativo entre o antes e o depois

**Fonte:** Dados de pesquisa elaborados pela autora

Com o levantamento dos custos por meio das planilhas do *Microsoft Excel* foi possível reconhecer os custos reais para a produção de cada produto.

A falta de informatização na empresa era um dos fatores que contribuía para a falha no levantamento dos custos e despesas para a produção dos itens. Através da implementação das planilhas, os custos puderam ser coletados de maneira mais segura e dessa forma pode se otimizar os recursos da empresa.

A margem de lucro que era adequada ao produto com base em intuição e percepção do proprietário passou a ser aplicada de forma correta também com o auxílio das planilhas elaboradas. O preço de venda passou a ser definido a partir de dados reais fazendo com que a empresa obtivesse maior lucratividade.

Devido as informações serem extremamente imprecisas por conta da deficiência em seu levantamento tornava se precário os recursos para a tomada de decisão. Com as planilhas as informações passaram a ser mais precisas tornando a tomada de decisão mais eficaz.

## 5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização desse trabalho pode-se obter os custos reais incidentes aos produtos para que a formação do preço de venda pudesse ser feita de maneira correta. Pois é um assunto que interfere diretamente em todas as atividades da empresa, se o levantamento dos custos e a fixação do preço de venda não forem precisos e seguros a empresa corre o risco de ter problemas na comercialização e no desenvolvimento e na manutenção dos seus negócios.

Um dos proprietários acompanhou todo o processo e foi treinado, em como fazer os levantamentos, anotações necessárias e de como usar as planilhas. Essa pesquisa constatou a extrema necessidade de se possuir ferramentas que auxiliem tanto no planejamento quanto na tomada de decisão dentro da empresa e isso pode e deve ser aplicado em qualquer ramo de atividade.

As dificuldades encontradas foram em relação ao levantamento das informações, pois não existia nenhum tipo de cadastro, nem mesmo anotações manuscritas e nenhuma informatização. De modo que o levantamento das informações passou por um processo demorado, pois primeiramente foi necessário levantar todas as informações a respeito da empresa para depois partir para a elaboração das planilhas de custos.

Com o auxílio das planilhas de custos para a formação do preço de venda a empresa teve um aumento significativo em sua lucratividade. Mas deverá manter o processo de utilização das planilhas para a formação do preço de venda para que continue obtendo resultados positivos. Pois os custos para a produção vão sofrer alterações com o tempo e assim a empresa por meio das planilhas deverá fazer novos rateios para que o preço de venda acompanhe tais alterações e também o mercado.

O levantamento dos custos deverá passar por um processo contínuo, para que a empresa sempre possua um preço de venda competitivo. A empresa deve investir ainda em uma melhor informatização de seus dados, para que possa ter uma administração mais eficaz. Podendo criar um cadastro informatizado das informações referente a plantação e também introduzir um processo de controle de estoque, que são atividades que a empresa em questão ainda não possui.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRAGA, R. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.
- BERNARDI, L. A. **Política e Formação de Preços: Uma abordagem Competitiva, Sistêmica e Integrada**. São Paulo: Atlas, 1996.
- GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. 7.ed. São Paulo: Harbra, 2002.
- IBRACON, Instituto Brasileiro de Contadores. **Custo como Ferramenta Gerencial**. São Paulo: Atlas, 1995.
- LAWRENCE, W. B. **Contabilidade de Custos**. 3.ed. São Paulo: Ibrasa, 1970.
- LEONE, G. S. G. **Custos: Um enfoque administrativo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1972.
- LEONE, G. S. G. **Custos: Planejamento, implantação e controle**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1981.
- MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- OLIVEIRA, S. L. **Tratado de Metodologia Científica: Projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004, p. 134.



ROSS, S. A; WESTERFIELD, R. W; JORDAN, Bradford D. **Princípios de Administração Financeira**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, J. J. d. **Formação de Preço e do Lucro**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

SILVA, J. P. d. **Análise Financeira das Empresas**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

TÓFOLI, I. **Administração Financeira Empresarial: Uma tratativa prática**. Campinas: Arte Brasil/Unisaesiano, 2008.