

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATU-**

**ÁRIAS E CONTABILIDADE**

**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

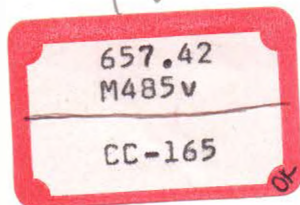
**BSFEAC**

**VISÃO GERENCIAL DOS CUSTOS E ESTRATÉGIAS DE PREÇO**

**POR**

**Sérgio Ricardo Pinheiro Melo**

**Matrícula : 920501 - 2**



**JANEIRO - 1997**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**

**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,**

**ATUÁRIAS E CONTABILIDADE**

**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**BSFEAC**

**VISÃO GERENCIAL DOS CUSTOS E ESTRATÉGIAS DE PREÇO**

**POR**

**Sérgio Ricardo Pinheiro Melo**

**JANEIRO - 1997**

Essa Monografia foi submetida à Coordenação do Curso de Ciências contábeis, da Universidade Federal do Ceará, como parte dos requisitos necessários à obtenção do Título de Bacharel em Ciências Contábeis.

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida, desde que seja feita em conformidade com as normas da ética científica.

**BSFEAC**

Monografia aprovada em 24/01/97

---

**Sérgio Ricardo Pinheiro Melo**  
Aluno

---

**Mariza Ferreira de Almeida**  
Professora Orientada

---

**José Mariano Neto**  
Professor Conviva

nota 7,0 (rele)

substituído por Prof. Pedro Paulo Martins Vieira

## **DEDICATÓRIA**

**Dedico este trabalho de pesquisa científica a todos aqueles que contribuíram para que o sonho da formatura se tornasse possível.**

**Agradeço a todos, em especial, a minha mãe, que em vida me incentivou e apoiou em tudo, e que hoje, tenho certeza que me observa e protege.**

**À minhas irmãs que sempre colaboraram em tudo que foi possível; dedico aos meus tios, primos e amigos, pois, sempre auxiliaram nos momentos difíceis e compartilharam os momentos bons.**

**Dedico também aos meus companheiros de trabalho, que cederam tempo, materiais de pesquisa e muito apoio para que fosse possível a elaboração deste trabalho.**

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	-----	09
<b>CAPÍTULO I: NOÇÕES INTRODUTÓRIAS</b>		
<b>TÓPICO I</b>		
1.CONCEITOS E OBJETIVOS DA CONTABILIDADE DE CUSTOS	----	11
<b>TÓPICO II</b>		
2.CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS	-----	13
2.1.CUSTOS FIXOS		
2.2.CUSTOS VARIÁVEIS		
<b>TÓPICO III</b>		
3.PRINCÍPIOS QUE NORTEIAM A CONTABILIDADE DE CUSTOS	---	14
3.1.PRINCÍPIO DA REALIZAÇÃO		
3.2.PRINCÍPIO DA COMPETÊNCIA		
3.3.PRINCÍPIO DA CONSISTÊNCIA		
<b>CAPÍTULO II: CUSTOS COMO INSTRUMENTO DE PLANEJ. E CONTROLE</b>		
<b>TÓPICO IV</b>		
4.NOÇÕES INTRODUTÓRIAS	-----	15
<b>TÓPICO V</b>		
5. ELEMENTOS DO CUSTO DE PRODUÇÃO	-----	17
5.1.MATÉRIA-PRIMA		
5.2.MÃO-DE-OBRA DIRETA		
5.3.CUSTOS INDIRETOS DE FABRICAÇÃO		
5.4.DESPESAS DE VENDA		
5.5.DESPESAS GERAIS ADMINISTRATIVAS		

**5.6. DESPESAS FINANCEIRAS****TÓPICO VI****6. SISTEMAS DE CUSTOS E DETERMINAÇÃO DO CUSTO DO PROCESSO — 20****6.1. SISTEMAS DE CUSTO****6.1.1. ORDEM DE PRODUÇÃO****6.1.2. POR PROCESSO****6.1.3. DISTINÇÃO ENTRE ORDEM DE SERVIÇO E POR PROCESSO****6.1.4. HISTÓRICO****6.1.5. PREDETERMINADO****6.2. MÉTODOS DE CUSTEAMENTO****6.2.1. CUSTEIO POR ABSORÇÃO****6.2.2. CUSTEIO DIRETO****6.2.3. DISTINÇÃO ENTRE OS CUSTEIOS POR ABSORÇÃO E O DIRETO****6.2.4. CUSTEIO PADRÃO****TÓPICO VII****7. PROCESSO DE PLANEJ. PARA APLICAÇÃO NA CONTAB. DE CUSTOS — 29****7.1. ORÇAMENTO****7.1.1. ORÇAMENTO FLEXÍVEL x ORÇAMENTO FIXO****TÓPICO VIII****8. PROCESSO DE ANÁLISE — 31****CAPÍTULO III: DETERMINAÇÃO DE PREÇO****TÓPICO IX****9. NOÇÕES INTRODUTÓRIAS — 33****TÓPICO X****10. VARIÁVEIS DE CUSTO E DEMANDA — 34****10.1. TIPOS DE DEMANDA**

10.1.1.DEMANDA DE MERCADO

10.1.2.DEMANDA DE EMPRESA

10.2.VARIÁVEIS DE DEMANDA

10.2.1.VARIÁVEIS DE CLIENTELA

10.2.2.VARIÁVEIS AMBIENTAIS

10.2.3.VARIÁVEIS DE CONCORRÊNCIA

10.2.4.VARIÁVEIS DO COMPONENTE TECNOLÓGICO

## **TÓPICO XI**

**11. ESTRATÉGIAS DE PREÇOS** ----- 36

11.1.COMONENTES DO PREÇO

11.2.OBJETIVOS DA ESTRATÉGIA DE PREÇOS

11.2.1.PENETRAÇÃO DE MERCADO

11.2.2.ATINGIR O "TOP" DO MERCADO

11.2.3.RECUPERAÇÃO DE CAIXA

11.2.4.PROMOÇÃO DA LINHA DE PRODUTOS

11.2.5.LUCROS SATISFATÓRIOS

11.2.6.MAXIMIZAÇÃO DO LUCRO

11.3.DEFINIÇÃO DE PREÇO

11.3.1.PREÇOS COM BASE NO MARK-UP

11.3.2.PREÇOS COM BASE NA TAXA DE RETORNO

## **TÓPICO XII**

**12. ANÁLISE PREÇO-VOLUME-LUCRO** ----- 41

12.1.PONTO DE EQUILÍBRIO

12.2.MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

12.3.MARGEM DE SEGURANÇA

**CONCLUSÃO** ----- 45

**BIBLIOGRAFIA** ----- 46

## INTRODUÇÃO

As pessoas e empresas que diariamente buscam o mercado de trabalho, de produtos e de serviços, estão, de maneira geral, empenhadas na obtenção do máximo de benefícios com o mínimo de sacrifícios.

Para se conseguir tal excelência as empresas se utilizam da Contabilidade de Custos para atingir a minimização dos gastos e a maximização dos lucros.

As empresas utilizam as técnicas contábeis e sistemas de custos para manter um controle gerencial eficaz. Assim podem as empresas planejar e controlar os custos, tentando assim, uma redução dos mesmos, para ser mais competitivos no mercado.

A intenção desta Monografia é verificar a importância da Contabilidade de Custos em termos gerenciais, para compreensão de que a Contabilidade de Custos dá subsídios para o controle e o planejamento empresarial.

Este trabalho é dividido em três capítulos e é subdividido em doze tópicos, e pretende dar noções gerais da Contabilidade de Custos aplicada ao gerenciamento empresarial.

O primeiro capítulo dá uma visão introdutória da Contabilidade de Custos : Principais conceitos; Objetivos; Classificação e princípios.



O segundo capítulo inicia a discussão sobre a importância das técnicas contábeis e dos sistemas de custos para o planejamento e o controle gerencial das empresas.

Inicialmente dá-se uma visão introdutória dos custos para o planejamento gerencial; Disseca os elementos que compõem os custos; Introduce conceitos e explicações sobre os sistemas de custos e as técnicas de custeamento; Dá uma visão da aplicação do planejamento dos custos e sobre a análise na Contabilidade de Custos.

O terceiro capítulo faz o desfecho do trabalho, mostrando o conceito de preço; Os componentes do preço e o grau de importância dos custos ao preço.

O terceiro capítulo mostra também as variáveis do custo e da demanda, faz uma pequena introdução sobre estratégias de preço e mostra a análise preço-volume-lucro.

## **CAPÍTULO I : NOÇÕES INTRODUTÓRIAS**

### **TÓPICO I**

#### **1. CONCEITOS E OBJETIVOS DA CONTABILIDADE DE CUSTOS**

A Contabilidade, hoje em dia, não pode ser mais tratada como mera técnica de determinação de lucro, pois ela é um valioso instrumento administrativo, que auxilia o administrador a tomar decisões acertadas.

A Contabilidade de Custos é uma técnica contábil minuciosa e complexa e tem como objetivo a determinação dos custos e lucro para um período contábil; Calcular os valores do inventário, para os propósitos de custo e preço e, controlar as quantidades físicas; Auxiliar e participar na elaboração e execução de orçamentos; Estabelecer métodos e procedimentos que permitam controle, redução ou melhoria dos custos; Prover a administração com informações relacionadas com problemas que envolvem escolha entre dois ou mais cursos alternativos.

A Contabilidade de Custos tem como finalidade o Planejamento, o controle e o custeio de produtos.

A Contabilidade de Custos pode ser conceituada como o ramo da função financeira que acumula, organiza, analisa e interpreta os custos dos produtos, dos estoques, dos componentes da organização, dos planos operacionais e das atividades de distribuição para determinar o lucro, para controlar as operações e para auxiliar o administrador no processo de tomada de decisões e de planejamento.

O Custo é a antecipação, medida em termos monetários, incorrida, ou potencialmente a incorrer, para atingir um objetivo específico. A Contabilidade de Custos mede os custos de acordo com as necessidades da administração da empresa e dos interesses dos administradores.

São aptos a utilizar as informações contábeis, os elementos da administração em todos os níveis, e seus assistentes.

A fase de registro e apresentação da Contabilidade de Custos está intimamente relacionada com a Contabilidade Geral. Muitos dos dados para a Contabilidade de Custos originam-se fora do departamento de custos.

A Contabilidade de Custos avalia esses dados, de forma que os fatos essenciais sejam canalizados para a administração. Desde que esses dados de custos dependem da informação adequada, correta e a tempo, provenientes de todos os níveis da organização, a Contabilidade de Custos torna-se uma especulação cooperativa que envolve todos os departamentos da empresa.

A Contabilidade de Custos, classifica, registra, apresenta e interpreta de forma significativa o material, a mão-de-obra e os custos dos gastos gerais na manufatura e venda de cada produto.

A Contabilidade de Custos consiste de um sistema que se preocupa com o registro e medição mais adequados, pormenorizados e precisos dos elementos de custo, à medida que se originam e fluem através dos processos produtivos.

A Contabilidade de Custos cria a informação de custos, que auxilia a administração na solução de vários problemas, tais como determinação de preço do produto, análise

dos gastos com imobilizações, expansão das instalações devido o aumento da produção ou vendas, tomada de decisões e localização da fábrica.

## TÓPICO II

SFEAC

### 2.CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS

Os custos e despesas podem ser classificados de diversas formas e Tipos diferentes de custos que atenderão às diferentes finalidades da administração, mas, de particular interesse para a análise e decisão gerencial é a classificação dos custos e despesas em fixos e variáveis que nos interessam, sendo assim, iremos nos deter apenas a esta classificação, pois é a mais importante, apesar de que alguns itens de custos e despesa tenham um caráter semi-fixo ou semi-variável, a maior proximidade com uma ou outra das categorias acima, permite classificá-los em fixos ou variável.

#### 2.1.CUSTOS FIXOS

Os custos fixos não variam com o volume produzido, dentro de um volume normal.

Os custos fixos são variáveis pôr unidade, pois , sendo fixos dentro de uma faixa de volume de atividade, quanto mais alta a produção, menores serão os custos fixos pôr unidade.

## **2.2.CUSTOS VARIÁVEIS**

Os Custos Variáveis variam com o volume produzido. Mantém uma relação percentual constante com vendas.

Os Custos Variáveis são fixos pôr unidade de produção. Sendo Variável e de acordo com a produção, quando essa aumenta, produz um aumento proporcional nos custos variáveis unitários.

## **TÓPICO III**

### **3.PRINCÍPIOS QUE NORTEIAM A CONTABILIDADE DE CUSTOS**

Os princípios contábeis derivam da criação humana e pôr isto, para maior compreensão, devem ser tratados como convenções e padrões.

Usa-se a palavra “princípio” para significar uma lei ou regra geral adotada ou utilizada como guia de ação; Um campo estabelecido ou uma base de conduta ou de prática.

A Contabilidade de Custos aplica os princípios contábeis da mesma forma que a Contabilidade Geral fornece à administração registros detalhados, análise e interpretação das despesas efetuadas em conexão com a operação da empresa.

### **3.1.PRINCÍPIO DA REALIZAÇÃO**

O Princípio da Realização é o reconhecimento contábil do resultado (Lucro ou Prejuízo) apenas quando da realização da receita. E ocorre a realização da receita quando a transferência do bem ou serviço para terceiros.

### **3.2.PRINCÍPIO DA COMPETÊNCIA**

O Princípio da Competência é a definição do momento da realização da receita. Pela Competência temos o reconhecimento das despesas.

### **3.3.PRINCÍPIO DA CONSISTÊNCIA**

O Princípio da Consistência é a escolha dentre várias alternativas registros contábeis de um mesmo evento, todas válidas dentro dos princípios geralmente aceitos, de forma consistente.

## **CAPÍTULO II :CUSTOS COMO INSTRUMENTO DE PLANEJAMENTO E CONTROLE**

### **TÓPICO IV**

### **4.NOÇÕES INTRODUTÓRIAS**

A Contabilidade de Custos é uma atividade que se assemelha a um centro processador de informações, que recebe (ou obtém) dados, acumula-os de forma organizada,

analisa-os e interpreta-os, produzindo informações de custos para os diversos níveis gerenciais.

A Contabilidade de Custos refere-se, hoje às atividades de coleta e fornecimento de informações para as necessidades de tomada de decisão de todos os tipos, desde as relacionadas com operações repetitivas até as de natureza estratégica, não repetitivas, e, ainda, ajuda na formulação das política das organizações.

A Contabilidade de Custos deve funcionar como um arquivo em que é guardada as informações até que seja necessária.

O Contador de Custos deve projetar um sistema de custos em que os dados estejam prontos para solucionar os múltiplos problemas com que se defronta a administração da empresa, pois classificar, relatar e analisar dados são essenciais ao próprio desempenho da função contábil.

A Contabilidade Administrativa é a apresentação de informações contábeis que auxilie a administração na criação de políticas e nas operações diárias de um empreendimento.

A Contabilidade de Custos colhe dados internos e externos, monetários e não monetários, mas quantitativos. A Contabilidade de Custos está cada vez mais utilizando dados quantitativos não monetários, colhendo-os, trabalhando-os, organizando-os, e produzindo informações gerenciais de alta relevância, baseada nesses dados.

As informações produzidas pela contabilidade devem ser quantificadas, ou seja, expressas em termos monetários ou de alguma unidade de medida ou algum índice definido de realização ou desempenho.

Uma das grandes utilidades dos sistemas de custos é exatamente a sistematização criada para o registro de volumes físicos consumidos e fabricados. A possibilidade da Contabilidade de Custos de utilizar valores monetários e não monetários, triplica a sua utilidade a nível de informações.

Informações monetárias isoladas, para atender aos objetivos da contabilidade de custos, não dispõem da relevância que possuem quando relacionados a algum dado não monetário, mas quantitativo.

A combinação de um dado monetário com um dado não monetário faz surgir um terceiro dado, que é o índice, indicador ou parâmetro, cuja natureza é diferente da natureza original dos dois dados que o formaram. Esses índices são a base para o trabalho do contador de custos para as análises econômicas.

Os dados internos são provenientes dos próprios componentes administrativos e operacionais da empresa. Os dados externos serão os dados dos concorrentes do setor onde a empresa opera, do governo e do ambiente econômico e social em geral.

## **TÓPICO V**

### **5.ELEMENTOS DO CUSTO DE PRODUÇÃO**

A empresa industrial tem como função básica a conversão de matéria prima em produtos acabados.



O custo da mercadoria vendida é o total do preço de compra mais os custos de transformação dos produtos vendidos. A diferença entre a contabilização do custo das vendas numa empresa comercial e numa empresa industrial é constatada pôr a empresa comercial não ter custos de transformação. Seu custo de venda é praticamente igual ao preço que a empresa pagou pelas mercadorias.

São elementos de custos considerados quando se determina o custo total de um produto industrial:

BSFEAC

### **5.1.MATÉRIAS-PRIMAS**

São os materiais que realmente entram no produto acabado e desta se tornam parte. Devem distinguir-se dos suprimentos, que são materiais usados na operação da empresa mas não diretamente no produto. Ex.: Frete, Armazenagem e Manuseio, Desconto sobre compras.

### **5.2.MÃO-DE-OBRA DIRETA**

É a Mão-de-obra aplicada para converter matéria-prima no produto acabado. São os custos que podem ser alocados diretamente com um produto ou que tem uma relação de variação tão aproximado com o número de unidades produzidas que presume-se uma relação direta. Ex.: Salários dos empregados que trabalham diretamente com a produção.

### **5.3.CUSTO INDIRETO DE FABRICAÇÃO**

São todos os outros custos fora a Matéria-prima e Mão-de-obra que se acham associados com a fabricação do produto. Ex.: Calefação, Água, Luz, Manutenção, De-

preciação, Mão-de-obra indireta (Salários dos empregados que não trabalham diretamente com a produção, mas cujo serviço se relacionam com o processo de produção).

Os custos indiretos são aplicados aos produtos pôr força da necessidade gerencial de uma aproximação tanto quanto possível aos custos dos diversos produtos. Esta aproximação é necessária para fixar preços, determinar lucro e avaliar estoque.

#### **5.4.DESPESAS DE VENDAS**

São aquelas despesas incorridas no esforço de efetuar vendas e despesas incorridas no armazenamento do produto acabado e na sua transferência para o cliente. Ex.: Despesas com transporte, Despesas com armazenamento, Despesa com faturamento.

#### **5.5.DESPESAS GERAIS ADMINISTRATIVAS**

Constituem uma classificação geral para cobrir itens não incluídos nas categorias acima. Ex.: Despesa com escritório e Diretoria, Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia.

#### **5.6.DESPESAS FINANCEIRAS**

São juros e outros custos incorridos em conexão com o capital emprestado.

As empresas industriais executam funções diferentes daquelas executadas pôr empresas que negociam com mercadorias. Sua principal diferença corresponde aos métodos de contabilizar os custos das mercadorias vendidas.

## TÓPICO VI

### **6.SISTEMA DE CUSTEAMENTO E DETERMINAÇÃO DO CUSTO DO PROCESSO**

A adoção de um dos sistemas de custos depende do tipo do produto, do processo de fabricação e da conveniência da empresa.

Um bom sistema de custos deve ter a característica de estabelecimento do preço de venda; permitir a comparação entre empresas; Ajudar na eliminação de desperdícios, com isso permitindo redução de custos.

É objetivo do sistema de custo o custeio de produtos para a avaliação de estoque e determinação do lucro.

O sistema de custo pode acumular custos pôr departamento ou centros de custos para auxiliar o planejamento, esclarecendo as responsabilidades tanto quanto possível. Centro de custos é o menor segmento de atividade ou área de responsabilidade para o qual se acumulam custos.

O ponto principal é que o custeio do produto é um processo de extração de médias. O custo unitário usado na avaliação de estoques é o resultado da divisão de um custo acumulado pôr uma medida de produção.

É importante a conscientização permanente do pessoal até a escolha de um sistema adequado de custeamento, onde deve ser levado em conta a natureza do processo de manufatura, a estrutura organizacional e o tipo de informações desejadas pela administração.

Para um efetivo controle de custos é preciso medidas preliminares tais como:

- planejamento;
- organização;
- orientação;
- capacitação;
- integração de todo pessoal afim de garantir o efetivo controle dos custos.

Um sistema de custos não é capaz de resolver todos os problemas de um empresa; Para atingir sua capacidade de funcionar como instrumento de administração precisa desenvolver-se e aprimorar-se. O sistema de custo é um conjunto de normas, fluxos, papéis, rotinas e principalmente de homens, dependendo primordialmente destes e não de números. O sucesso desse sistema depende do pessoal que o alimenta e que o faz funcionar. O manuseio de dados deve ser absolutamente correto, do contrário, o sistema acabará pôr falir.

O pessoal técnico de produção é normalmente avesso à burocracia e, em geral, encara um sistema de custos como uma forma de controle e, devido a essas razões tentará, em algumas situações, rejeitar, boicotar ou fazer resistência à sua implantação. Cada elemento deve ser conscientizado da necessidade de utilizá-la. O nível de educação insuficiente do pessoal é o grande responsável pelos insucessos de sistemas de custos.

O custo das matérias-primas consumidas, é a soma das matérias-primas utilizadas seja a diferença entre os materiais disponíveis para o uso durante o exercício e o estoque final. Sem contar os desperdícios ou estragos de materiais que possa ter ocorrido.

Os custos dos produtos fabricados é a soma de matéria-prima consumida, mão-de-obra direta e gastos gerais de fabricação compreendendo a quantia total do custo adicionado ao estoque de produtos em processo durante o exercício.

Os custos dos produtos vendidos, já tendo o custo do produto fabricado, acha-se o custo do produto vendido, adicionando este ao estoque de produtos acabados inicial para que se ache a quantia total disponível para venda e então subtraindo o estoque de produtos acabados final. Se o produto não está no estoque, ele foi vendido.

O processo para apuração do custo vai desde a aquisição de matéria-prima, a transformação deste material em produto industrializado, o armazenamento provisório deste produto acabado e seu deslocamento para o cliente.

O acompanhamento, para fins de planejamento e controle consiste, em grande parte, na acumulação de custos pôr departamento; Para fins de custeio de produto, consiste na aplicação dos custos aos produtos no intuito de obter uma indicação representativa da atenção e esforços relativos devotados às diversas unidades do produto.

## **6.1.SISTEMAS DE CUSTOS**

Os sistemas de custos são, usualmente, classificados em função da natureza do processo de produção (Ordem de produção e Contínuo) e o tipo de custo usado (Histórico e Predeterminado). Os dois pólos extremos do custeio de produto são geralmente chamados de custeio pôr ordem de serviços e custeio pôr processo.

### **6.1.1. ORDEM DE PRODUÇÃO**

O custeio pôr ordem de serviço se preocupa com lotes ou com unidades individuais, cada um recebendo graus diversos de atenção e habilidade. Ao contrário, o custeio pôr processo lida com a produção massificada de unidades semelhantes que, geralmente, passam de forma contínua pôr uma série de estágios de produção, chamados processos ou operações.

O custeio pôr ordem de serviço é usada pela empresa cujo produto é facilmente identificado pôr unidades individuais, partidas ou lotes, recebendo cada um deles diferentes graus de atenção ou técnica.

No custeio pôr ordem de serviço usa-se uma conta para traçar o custo do produto, e outra conta para acumular os custos departamentais.

### **6.1.2. PÔR PROCESSO**

As técnicas do custeio pôr processo são usadas para o custeio dos estoques, quando existe a produção contínua em massa de unidades semelhantes, em contraste com a produção de bens únicos ou sob medida.

No custeio pôr processo, há a produção em massa de unidades iguais que geralmente passam de maneira contínua pôr uma série fases uniformes de produção chamadas operações ou processos.

Quando a fabricação é pôr operações contínuas, os custos são acumulados pôr departamentos. Os custos departamentais acumulados são divididos pelas quantidades produzidas durante um certo período, para apurar custos unitários médios. Então, os

custos unitários são multiplicados pelas unidades transferidas para se chegar aos custos totais aplicados a estas unidades.

No custeio pôr processo ou pôr Ordem de Serviço, os custos devem ser acumulados pôr centros de custos ou departamentos, para fins de controle.

### **6.1.3.DISTINÇÃO ENTRE ORDEM DE SERVIÇO E PROCESSO**

A distinção entre os métodos de custeio pôr ordem de serviço e pôr processo gira em grande parte em torno da maneira pela qual se realiza o custeio do produto. Ao contrário do custeio pôr processo, que lida com amplas médias e grandes massas de unidades similares, o método da ordem de serviço essencialmente tenta aplicar os custos à serviços específicos, que podem ser uma única unidade física ou algumas unidades de um lote.

Na prática a abordagem de cada empresa em relação ao custeio pôr ordem de serviço e o custeio pôr processo é feita sob medida para suas necessidades, e geralmente é um tipo híbrido.

### **6.1.4.HISTÓRICO**

O sistema de custeamento baseado em custos históricos ou atuais pode ser definido como um sistema no qual os custos são registrados sumariados tais como ocorrem, em consequência, nesse sistema os custos somente são determinados após o término das operações de manufatura ou da execução dos serviços prestados pela empresa.

O custo histórico dá apenas a idéia de quanto custou o produto fabricado. As ineficiências e os desperdícios que porventura existirem ficam incorporados ao produto, fa-

zendo com que os custos históricos nem sempre possam servir de orientação para o futuro.

A principal vantagem no sistema de custo histórico é que ele registra os custos atualmente incorridos em um trabalho específico ou em um determinado período, contudo, os custos históricos são de pouca valia no controle das operações principais à falta de uma medida padrão de comparação que permita à administração uma idéia quanto à eficiência ou ineficácia das operações da empresa.

BSFEAC

### **6.1.5. PREDETERMINADO**

Os custos predeterminados são os custos estabelecidos com antecedência sobre as operações de produção. São importantes como incentivos aos trabalhadores supervisores e executivos, além de permitirem uma melhor política de preço e produção, favorecendo a redução dos custos à medida que se compara o custo histórico com o custo padrão.

A principal desvantagem dos custos predeterminados refere-se ao trabalho e ao tempo requerido para o estabelecimento de padrões.

### **6.2. MÉTODOS DE CUSTEAMENTO**

Custeio significa método de apropriação de custos. Assim existem o custeio pôr absorção, custeio direto e custeio padrão.



### **6.2.1.CUSTEIO PÔR ABSORÇÃO**

O custeio pôr absorção consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção. Todos os gastos relativos ao esforço de fabricação são distribuídos para todos os produtos fabricados.

O custeio pôr absorção nem sempre fornece à administração as informações necessárias para a tomada de decisões, especialmente quando se trata de determinar um preço de venda com objetivo de concorrência. Apesar de não ser totalmente lógico e de muitas vezes falhar como instrumento gerencial é aceito para fins de avaliação de estoque e para fins fiscais.

O Custeio pôr Absorção significa que as despesas indiretas de fabricação fixas são incluídas nos estoques. Inclui os custos primários mais as despesas indiretas de fabricação variáveis e fixas.

No método de custeio pôr absorção os valores de custos e despesas são lançados conforme uma classificação determinada com base no destino ou aplicação.

No Custeio pôr Absorção, os custos fixos de produção são aplicados ao produto, para serem liberados em despesas, como parte do custo das mercadorias vendidas.

No Custeio pôr Absorção, somente os custos variáveis de fabricação são considerados custos do produto.

### **6.2.2.CUSTEIO DIRETO**

Custeio direto é um procedimento em que os custos da despesa indireta fixa são excluídas dos custos do produto. Embora um sistema de custo direto possa proporcionar

informações úteis à administração, não é um procedimento aceito para a contabilidade financeira.

O custeio direto envolve a classificação de manufaturas fixas e variáveis, com a subsequente apropriação dos custos variáveis, e tão somente dos variáveis, sendo os custos fixos diretamente lançados a lucros e perdas no período em que ocorrem. Definindo-se de uma outra forma, é o conceito da contabilização dos custos de manufatura, segundo o qual somente os custos que foram consequência da produção devem ser computados nos custos unitários.

O custeio direto significa que as despesas indiretas de fabricação fixas não são incluídas nos estoques. Inclui os custos primários mais as despesas indiretas de fabricação variáveis; exclui as despesas indiretas de fabricação.

O custeio direto tem um impacto diferente sobre os lucros do que tem custeio pôr absorção, porque os custos fixos de fabricação são interpretados como custos periódicos e não como custo do produto.

O método de custeamento direto trabalha com os conceitos de custos e despesas fixas e variáveis, originados da análise econômica. Dessa forma, o custeamento direto permite avaliara margem de contribuição dos produtos (Bens ou Serviços) dada pela diferença entre o preço de venda e os custos variáveis incorridos para sua produção e venda.

**São vantagens do Custeio Direto:**

1. Permite identificar os produtos mais lucrativos e dirigir os esforços de produção e de venda da empresa para melhoria do lucro;

2. Permite avaliar os limites dentro dos quais pode-se definir políticas de preços e descontos sem prejuízo da rentabilidade;

Ao separar os custos fixos dos variáveis, permite definir volumes mínimos de produção e preço para atingi-los com lucros.

### **6.2.3.DISTINÇÃO ENTRE CUSTEIO PÔR ABSORÇÃO E CUSTEIO DIRETO**

A diferença básica entre o sistema de custos por absorção e o custeio direto é que aquela é primeiramente voltada para o aspecto contábil da medida dos custos, enquanto que esse outro é mais utilizado para análise do comportamento dos custos.

São efeitos comparativos do Custeio pôr absorção e do custeio direto sobre o lucro líquido:

⇒ Quando as vendas e a produção estão em equilíbrio, ambos os métodos proporcionam o mesmo lucro;

⇒ Quando a produção excede as vendas o custeio pôr absorção mostra um lucro maior que o custeio direto;

⇒ Quando as vendas excedem a produção o custeio pôr absorção mostra lucro menor que o custeio direto;

⇒ Quando o volume de venda é constante, mas o de produção oscila, o custeio direto apresenta lucros constantes, porque os lucros não são afetados pelas variações de estoque;

Se o volume de produção é constante os lucros movem-se harmoniosamente com as vendas tanto com o Custeio Direto como com o Custeio pôr absorção.

#### **6.2.4.CUSTEIO PADRÃO**

Os custos-padrões são usados como parâmetros de desempenho, como subsídio para preparar os orçamentos úteis, que sirvam como guias no estabelecimento de preços, para obtenção de um custeio de produto significativo e para economia escritural. Os custos-padrões são cuidadosamente predeterminados, que deveriam ser atingidos dentro de operações eficientes.

R S F E A C

### **TÓPICO IV**

#### **7.PROCESSO DE PLANEJAMENTO PARA APLICAÇÃO NA CONTABILIDADE DE CUSTOS**

O controle está subdividido em Planejamento, Operação e análise do desempenho.

Planejamento é o processo de decidir sobre que ação deverá ser tomada no futuro. O planejamento deve distinguir-se da previsão. Previsão é uma estimativa do que acontecerá no futuro, mas aquele que prevê não tenta influenciar o futuro pôr suas próprias decisões ou ações.

Planejamento é a procura e a especificação de objetivos juntamente com a seleção e descrição dos melhores caminhos para atingi-los.

O planejamento a longo prazo para a execução e financiamento de investimentos de longo prazo é conhecido pôr orçamento de capital. A maior parte dos investimentos de capital afetam as operações de diversos anos. São compromissos grandes e permanentes que influenciam a flexibilidade e a capacidade lucrativa a longo prazo. As decisões desta área são as mais difíceis, basicamente porque o futuro a ser previsto está distante e é difícil de captar.

Usam-se os dados contábeis na apuração e na análise do desempenho com o intuito de fazer melhores planos para o próximo período.

## **7.1. ORÇAMENTO**

O principal dispositivo formal para fazer planos da empresa é o orçamento, que é uma demonstração dos planos em termos financeiros, e daí incorporar dados contábeis. Na execução das operações, usam-se os dados contábeis para transmitir planos e outras informações e para a organização.

Orçamento é um meio de coordenar os esforços individuais num plano de ação que se baseia em dados de desempenhos anteriores e guiado pôr julgamentos racionais dos fatores que influenciarão o rumo dos negócios no futuro.

O Orçamento objetiva o planejamento das operações e dos resultados. Obriga a administração a pensar nos resultados de uma decisão antes de tomá-la e de a tornar efetiva as metas de lucro e de desempenho são previamente estabelecidas, e as previsões e

estimações levantadas com base nessas metas. É o orçamento um instrumento de coordenação de objetivos, de esforços e de competência.

São consideradas limitações na utilização dos orçamentos: Os Orçamentos são baseados em estimativas; O trabalho de motivação pessoal é bastante difícil; A instalação de um orçamento é dispendiosa e exige tempo.

A elaboração do orçamento, ocorre como parte do processo de controle administrativo. O orçamento é o processo de planejamento da atividade total da empresa pôr um período específico de tempo, geralmente um ano.

O orçamento é a expressão quantitativa de um plano de ação e um auxílio à coordenação e controle. O orçamento é basicamente demonstrações financeiras estimadas.

### **7.1.1. ORÇAMENTOS FLEXÍVEIS x ORÇAMENTOS FIXOS**

O Orçamento Flexível mostra um objetivo ou um padrão em qualquer nível praticável de operações, e difere basicamente do orçamento fixo porque apresenta as previsões para o nível em que a empresa está operando.

## **TÓPICO VIII**

### **8. PROCESSO DE ANÁLISE**

A Contabilidade de Custos, instrumento de análise administrativa, é parte integrante do processo administrativo, proporcionando aos administradores registros dos

custos dos produtos, operações ou funções e compara os custos reais e as despesas com os orçamentos e padrões predeterminados, assistindo assim, os administradores em suas tomadas de decisões.

O primeiro passo na análise dos custos é dividi-los em fixos e variáveis, para determinar o total dos custos fixos e a relação entre custos variáveis e o volume de produção.

A eficácia do controle de custos depende da comunicação adequada através dos relatórios de controle e de ação do contador aos vários níveis de administração operadora. Cada nível administrativo exige dados para decidir e resolver problemas variados e difíceis, e os dados reunidos para um propósito podem não ser aproveitados para um outro qualquer. Pôr exemplo, os dados reunidos para relatar e medir o uso de materiais, homens, máquinas e dinheiro, muitas vezes, são inaplicáveis nas decisões de preço e produção.

Controle é o processo pela qual a administração se assegura, tanto quanto possível, de que a organização segue os planos e as políticas da administração. A contabilidade tem papel fundamental como meio de comunicação ( Relatórios ), de motivação e de avaliação. Controle é a consecução da adesão aos planos.

O Contador de Custos deve projetar um sistema de custos em que os dados estejam prontos a solucionar os múltiplos problemas enfrentados pela empresa.

O departamento de custos é responsável pela escrituração dos registros relacionados com materiais, mão-de-obra e custos indiretos de produção.

O departamento de custos deve não apenas registrar , mas também analisar todos os custos de produção, distribuição e administração para uso administrativo no controle e na análise.

Deve emitir relatórios de controle significativos, outros dados para tomada de decisões, aos diretores e outros interessados, que assistem no controle e na melhoria de custos e operações.

A necessidade de emissão imediata dos relatórios e demonstrações deve alertar o contador para os modernos desenvolvimentos e técnicas no campo das comunicações.

## **CAPÍTULO III : DETERMINAÇÃO DE PREÇOS**

### **TÓPICO IV**

#### **NOÇÕES INTRODUTÓRIAS**

A definição de preço passa necessariamente pôr uma análise dos fatores associados à demanda e ao custo do produto, seja ele um bem industrial, de consumo ou um serviço.

O preço do produto é um dos instrumento instrumentos mais importantes de que dispõe o administrador para realizar a adaptação de sua empresa ao meio ambiente. Para a determinação do preço três são as bases principais envolvidas no processo: A demanda; A



concorrência e o custo. Geralmente , a demanda e a concorrência são utilizados como limites superiores do preço, enquanto o custo é utilizado como limite inferior.

Uma das decisões mais importantes que enfrenta o administrador é a determinação do preço de venda do produto de sua empresa. O preço de um produto é consequência de uma combinação de vários fatores, desde a sua utilidade até a sua apresentação final em termos de embalagem.

Uma definição de preço passa necessariamente por uma análise dos fatores associados à demanda e ao custo do produto, seja ele um bem industrial ou de consumo, ou um serviço.

## **TÓPICO X**

### **10.VARIÁVEIS DE CUSTOS E DEMANDA**

São tipos de demandas:

#### **10.1.1.DEMANDA DE MERCADO**

É definido como sendo o volume total que pode ou poderá ser comprado, em um determinado período, pôr um determinado cliente, sob determinadas condições es ambientais e de esforço de Marketing dos fornecedores

### **10.1.2.DEMANDA DA EMPRESA**

É definida como sendo a participação de mercado da empresa.

A demanda de uma empresa não é determinada exclusivamente pelo preço. Na realidade o nível de demanda em uma empresa é determinada através das variáveis da demanda.

## **10.2.VARIÁVEIS DE DEMANDA**

### **10.2.1.VARIÁVEIS DA CLIENTELA**

As variáveis da clientela são fatores relacionados com os consumidores, suas preferências pessoais e taxa de uso do produto ou serviço.

### **10.2.2.VARIÁVEIS AMBIENTAIS**

As variáveis ambientais são fatores relacionados com a situação econômica, tecnológica e político cultural do mercado.

### **10.2.3.VARIÁVEIS DA CONCORRÊNCIA**

As variáveis da concorrência são fatores relacionados com as ações ou reações tomadas pelos concorrentes em função das decisões de preço da empresa.

### **10.2.4.VARIÁVEIS DO COMPOSTO TECNOLÓGICO**

As variáveis do composto mercadológico são fatores relacionados as estratégias da empresa objetivando influenciar as vendas, destacando-se os quatro p's ( Produto, Ponto de Venda, Promoção e Preço ).

## **TÓPICO XI**

### **11. ESTRATÉGIAS DE PREÇO**

Estratégias de preço envolvem uma série de considerações sobre os diversos fatores de demanda e de custo, em particular sobre o composto mercadológico.

São métodos de apuração do preço dos produtos:

1. Método baseado no custo da mercadoria ;
2. Método baseado na decisão da concorrência;
3. Método misto.

O administrador se vale de métodos de determinação de preços que se baseiam nos custos em que incorrem, nas reações que sua decisão poderá determinar sobre os seus concorrentes. E sobre as características do mercado relevante do produto com que opera.

O processo de determinação de preços deve levar na devida conta todas as considerações pertinentes a cada um desses importantes aspectos.

#### **11.1. COMPONENTES DO PREÇO**

Dentro do sistema econômico capitalista, uma empresa com fins lucrativos busca definir seus preços de modo a cobrir os custos e despesas, diretos e indiretos, incorridos para produzir e vender seus produtos, bens ou serviços, e ainda obter um determinado lucro.

De uma forma simplificada, compõe o preço de venda, os Custos de Produção ( Custos Diretos e Custos indiretos ); As despesas complementares ( Despesas Comerciais, Despesas Administrativas e Despesas Financeiras ); e o Lucro.

Há pelo menos três influências principais nas decisões relativas ao estabelecimento de preços:

1. Clientes;
2. Concorrência; e
3. Custos.

Estratégias de preços envolvem uma série de considerações sobre os diversos fatores de demanda e de custos, em particular sobre os componentes mercadológicos.

As maiores dificuldades no estabelecimento do preço é quando a empresa vai estabelecer o preço pela primeira vez ; Quando as circunstâncias exigem uma mudança e/ou quando o preço de um produto está relacionado ao de outros produtos produzidos pela empresa.

## **11.2.OBJETIVOS DA ESTRATÉGIA DE PREÇOS**

### **11.2.1.PENETRAÇÃO DE MERCADO**

Algumas empresas estabelecem preços baixos com a intenção de estimular a demanda e conseguir uma maior participação de mercado. Este objetivo só é válido se o mercado é sensível a preços, o custo unitário cai bastante com um maior volume e/ou um preço baixo irá desestimular ações da concorrência.

### **11.2.2. ATINGIR O "TOP" DO MERCADO**

Algumas empresas se aproveitam do fato de que muitos compradores estão dispostos à pagar um preço mais elevado para serem os primeiros o produto.

Este objetivo só é válido se houver um número significativo de compradores pouco sensível a preços. O custo unitário de um menor volume não é afetado demais a ponto de eliminar a vantagem do preço e/ou existem barreiras e desestímulo à entrada de concorrentes.

### **11.2.3. RECUPERAÇÃO DE CAIXA**

Algumas firmas estabelecem preços elevados considerando apenas o curto prazo, ou porque não podem ou não querem esperar ou porque não acreditam no mercado no longo prazo.

### **11.2.4. PROMOÇÃO DE LINHA DE PRODUTOS**

Alguns preços são fixados visando estimular as vendas de toda uma linha de produtos e não apenas as vendas do produto em questão.

### **11.2.5. LUCROS SATISFATÓRIOS**

Algumas empresas fixam seus preços buscando atingir um nível de lucro que considere adequado ao nível de investimentos realizados e de certa forma evitando o risco de perda de vendas com o uso de preços maiores.

### **11.2.6. MAXIMIZAÇÃO DO LUCRO**

De certa forma, este objetivo está presente em todos objetivos acima. Na realidade o que se busca é a maximização do lucro.

### **11.3. DEFINIÇÃO DE PREÇO**

A clientela intermediária, concorrência, fornecedores, governo e a direção da empresa são grupos que são afetados ou tentam influir e pôr isto precisam ser considerados nas decisões de preço da empresa.

Os modelos adotados para definição de preços tendem a enfatizar um outro fator, como custo, volume, ação da concorrência, perfil dos consumidores ou maximização do lucro, em prejuízo dos demais.

Um grande número de empresas estabelece seus preços com base nos seus custos. Em geral estão incluídos os custos diretos com materiais e mão-de-obra e uma parte dos custos indiretos.

São pressupostos para definição do preço dos produtos:

1. A firma busca maximizar seus lucros no curto prazo;
2. Precisa considerar apenas o consumidor final;
3. A decisão sobre o preço independe dos outros fatores do composto mercadológico;
4. As estimativas de demanda e de custos são precisas.

A definição do preço baseada nos custos fixam os preços sem levar em consideração a demanda, que são influências pôr estes mesmo preço.

A definição do preço baseada na demanda parte do princípio de que é viável vender com preços diferenciados. É válido pôr o mercado ser segmentado e a empresa define compostos de mercado diferentes para cada segmento de interesse, não há possibilidade ou interesse de vendas/compras do produto entre os segmentos; Os competidores não vão puxar o tapete em um mercado de preços baixos; Os custos administrativos e comercial da diferenciação não eliminam os ganhos extras obtidos.

Empresas que estabelecem seus preços com base nos da concorrência não colocam esses preços necessariamente iguais. Assim, eles variam sempre que os preços da concorrência variam, independentemente de sua demanda ou estrutura de custos variar ou não.

Os métodos baseados na concorrência menosprezam o impacto do composto mercadológico da própria empresa e da concorrência e dão uma atenção inadequada aos custos.

Pratica-se o preço de mercado quando os custos e as reações na demanda e na concorrência são difíceis de estimar; Os produtos concorrentes são relativamente homogêneos; A empresa consegue diferenciar seu produto mantendo diferenciais de preço que permitam a comparação com vantagem.

### **11.3.1.PREÇOS COM BASE NO MARK-UP**

O procedimento de mark-up consiste em acrescentar ao custo unitário um valor ou uma percentagem fixa, determinando o preço de venda. Sua aplicação é válida nos casos em que o custo da mercadoria é conhecido com bastante previsão.

O mark-up é maior nos produtos com baixo custo unitário e/ou de baixa rotação de estoque; É maior nos produtos com as marca do fabricante.

### **11.3.2.PREÇOS COM BASE NA TAXA DE RETORNO**

Uma prática usual da industria e dos concessionário de serviços consiste em estabelecer preços que permitam uma certa taxa de retorno sobre os investimentos realizados ou uma taxa de lucro sobre os custos totais para um volume padrão estimado de demanda durante um determinado período.

## **TÓPICO XII**

### **12.ANÁLISE PREÇO-VOLUME-LUCRO**

A lucratividade de uma decisão empresarial depende de dois fatores vitais, dos aumentos de influxos de caixa ou diminuição de saídas líquidas de caixas, e do investimento necessário.

Na gestão das empresas é importante se estar preparado para resolver com eficácia às flutuações naturais, cíclicas e sazonais, que afetam o nível de atividade dos negócios. Para isso, é necessário um atendimento adequado das relações entre custos, volumes e lucros (essencialmente para a preparação dos orçamentos operacionais e parafixagem das estratégias de preço da empresa.

Não existe nível ótimo de investimentos em nenhum ativo, quer ser caixa, imobilizado ou estoque. Pôr exemplo, mesmo os saldos de caixa podem ser muito grandes ou



muito pequenos. O principal custo de se ter excesso de caixa é o sacrifício dos lucros. O principal custo da falta de caixa pode ser os descontos perdidos sobre as compras a situação creditícia da empresa.

Para cada classe de ativo há um investimento conceitualmente ótimo, que, quando considerado juntamente com os níveis ótimos dos outros tipos de ativos, ajuda a maximizar os lucros a longo prazo.

Toda variação no preço de venda ou nos custos variáveis muda o ponto de equilíbrio e o índice da Margem de Contribuição.

Quando as vendas ultrapassam o ponto de equilíbrio, o índice de Margem de Contribuição elevado proporciona maiores lucros do que o índice baixo.

Mantendo-se invariável os demais fatores, toda variação percentual em custos fixos causará idêntica variação percentual no ponto de equilíbrio e no lucro bruto.

### **12.1.PONTO DE EQUILÍBRIO**

O ponto de equilíbrio é o ponto das atividades (Volume de vendas) onde as receitas e os custos totais se igualam; É o ponto do lucro zero.

Quando as operações se situam abaixo do ponto de equilíbrio, a distância vertical entre a linha de vendas e os custos variáveis mede a “contribuição” que o volume de vendas está proporcionando para cobrir os custos fixos.

O ponto de equilíbrio é o ponto onde a linha das vendas totais intercepta a dos custos totais.

Lucro é a diferença entre as vendas e o custo total neste volume.

A análise do ponto de equilíbrio tem amplas aplicações na tomada de decisões administrativas. O gráfico de equilíbrio é a maneira adequada de apresentar os orçamentos.

A análise do ponto de equilíbrio é uma abordagem ao planejamento do lucro com base nas relações entre custo, volume e lucro. O ponto de equilíbrio é aquele volume de vendas que iguala a receita e o custo total para fazer vender o produto.

O ponto de equilíbrio pode ser abaixado pela redução dos custos fixos e variáveis ou através de mudanças na diversificação dos produtos.

## **12.2.MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO**

O índice da Margem de Contribuição é necessário à análise de custo-volume-lucro, quando as informações são dadas em termos de unidades monetárias e não de unidades físicas.

A Margem de Contribuição é o excedente de vendas sobre os custos variáveis.

O índice da Margem de Contribuição é a faixa de vendas que é disponível para cobertura dos custos fixos e obtenção de lucros. Quanto maior o índice, maior o prejuízo à medida que as vendas caírem.

A Margem de Segurança é o excesso das vendas projetadas ou reais sobre as vendas no ponto de equilíbrio. A Margem de Segurança é o montante pelo qual as vendas podem cair sem haver prejuízo.

A Margem de Contribuição é uma medida da capacidade do produto de cobrir os custos fixos; Também permitindo determinar o valor mínimo pelo qual a empresa poderá vender seu produto sem incorrer em prejuízo econômico. Este valor é o custo variável unitário do produto em consideração, que corresponde ao custo marginal da análise econômica.

Se o índice de Margem de contribuição for baixo, exige maiores aumentos de volume para obter aumentos notáveis de lucro.

Margem de Segurança é a diferença entre as vendas normais e as vendas no ponto de equilíbrio. Margem de Segurança maior significa que pode haver grande queda nas vendas e que ocorram prejuízos.

## **CONCLUSÃO**

BSFEAC

**Os custos são determinantes do preço final do produto, mas não são os mais relevante dos fatores que influenciam o preço do produto.**

**Pensar que os custos pór si só influenciam decisões relativas a preço é um erro, pois a demanda do consumidor e o comportamento da concorrência ganham de longe dos custos como fatores de influência sobre os preços.**

**As decisões tomadas pela concorrência, a demanda pelo produto, entre outros fatores são mais relevantes ao preço do produto.**

**A Contabilidade de Custos voltada ao gerenciamento empresarial dá subsídios importantíssimos e é de fundamental importância ao planejamento e ao controle.**

**BIBLIOGRAFIA**

**CUSTOS - UM ENFOQUE ADMINISTRATIVO** - George Guerra Leone - Editora da Fundação Getúlio Vargas - 8º Edição - Volume 1.

**CUSTOS - PLANEJAMENTO, IMPLANTAÇÃO E CONTROLE** - George S. G. Leone - Editora Atlas - 2º edição.

**CONTABILIDADE DE CUSTOS** - Matz / Curry / Frank - Editora Atlas - Volume 1.

**CONTABILIDADE DE CUSTOS** - Eliseu Martins - Editora Atlas - 2º edição.

**ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA - PRINCÍPIOS E MÉTODOS** - Affonso C. A. Arantes / Alberto O. L. Filho / Bruno A. M. guerreiro / Gustavo S. Silva / Haroldo Bariani / Orlando Figueiredo / Polia L. Hamburger / Raimer Richesrs - Editora Fundação Getúlio Vargas

**BALANÇO BRASIL - XV CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE** - Volume I.

**ESTRATÉGIAS DE PREÇO - COMO ESTABELEECER PREÇOS QUE MAXIMIZEM O LUCRO** - BTC / Suma Econômica.

**REVISTA DISTRIBUIÇÃO** - N.º 48 - AGOSTO DE 1996.

**GERÊNCIA DE MARKETING** - John A. Howard - Biblioteca Pioneira de Administração e Negócios.

**PRINCÍPIOS DE MARKETING** - Ben M. Enis - Editora Atlas