

## **Estruturação dos custos e precificação de massas frescas de um MEI do setor alimentício situado na Serra Gaúcha**

**Aluno(a): Patrícia Dal Bello**  
**Orientador(a) no TCC II: Prof. Ma. Marina Benato**  
**Orientador(a) no TCC I: Prof. Ma. Marina Benato**  
**Semestre: 2024-4**

### **Resumo**

Tendo em vista a importância da contabilidade de custos para gestão e tomada de decisões, foi elaborado um estudo sobre a formação e análise de custos a fim de verificar os possíveis resultados a serem obtidos ao se desenvolver a estrutura de custos e a precificação de produtos do segmento de massas frescas, em um Microempreendedor Individual (MEI) do ramo alimentício, situado na Serra Gaúcha. Para atingir esse objetivo, utilizou-se como método o estudo de caso descritivo, por meio de pesquisa qualitativa e quantitativa. Diante disso, ao identificar os custos empregados na produção de cada um dos quinze itens analisados, desenvolveu-se o custeio variável e verificou-se que todos os produtos apresentam margem de contribuição positiva. Isso evidencia que a estrutura dos custos variáveis da empresa está adequada. No entanto, cinco itens estão sendo comercializados por preço inferior ao preço de venda obtido com base nos custos, mediante aplicação do *markup*. Assim, constata-se que a proprietária não alcança o lucro desejado com a venda desses cinco itens. Logo, sugere-se que os preços de venda sejam ajustados. Os dados contábeis também possibilitam que a Microempreendedora adote estratégias diferentes das práticas atuais na condução do negócio, visto que, não utilizava a contabilidade e não possuía conhecimento dessas informações. Indica-se que um estudo futuro possa abranger os custos do segmento de confeitaria.

**Palavras-chave:** Estrutura de Custos. Custeio Variável. Massas. MEI. Preço de Venda.

### **1 Introdução**

O surgimento da contabilidade está diretamente relacionado com a evolução da humanidade, visto que, o controle de bens originou-se da vontade própria dos seres humanos no início da civilização (Alves, 2017). Assim, a contabilidade caracteriza-se como uma ciência social que tem por objetivo analisar o patrimônio de pessoas, contribuindo com a evolução, a gerência e os efeitos futuros. Desta forma, a função dos contadores é registrar, observar e interpretar os fatos que afetam a situação patrimonial (Muller, 2018).

Ademais, Marion (2022) expõe que a contabilidade é um sistema de informações determinado a apresentar dados que auxiliam os gestores na tomada de decisões, e, por apresentar demandas bastante amplas, a contabilidade é subdividida em diversas áreas, que possuem atribuições específicas. De acordo com Pinon (2019), o ramo da Contabilidade de Custos tem o dever de gerar informações para os gestores das entidades, contribuindo com a determinação de desempenho e planejamento, controle das operações e tomada de decisões, bem como, possibilitar a alocação dos custos de produção aos produtos.

Com o crescimento da competitividade nos mercados, os custos tornam-se extremamente significativos no processo decisório das empresas, pois a definição de preço deve levar em consideração os custos incorridos e, também, os preços que estão sendo

aplicados no mercado (Martins, 2023). O propósito da formação de preço é conseguir definir um valor capaz de cobrir todos os custos e despesas gerados no processo de fabricação e alcançar o lucro desejado, resultando em produtos mais competitivos, que garantam a sobrevivência da entidade (Crepaldi; Crepaldi, 2023).

Observa-se que, segundo a pesquisa “Sobrevivência em Empresas 2020” realizada pelo SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2022), as Micro e Pequenas empresas apresentam a maior taxa de mortalidade de negócios em até cinco anos após a abertura. Assim, tem-se que essas organizações possuem mais dificuldades para gerir as suas operações, acabando por decretar falência ou sofrer com dificuldades financeiras ao longo de sua existência. Dados obtidos por Marion (2022) apontam que os motivos dessas dificuldades são gerados pela má administração, por decisões tomadas sem suporte e sem informações confiáveis, além de dados contábeis distorcidos, que foram elaborados com o propósito único de atender o Fisco.

Conforme Lei Complementar nº 123/2006, o Microempreendedor Individual tem a obrigação de preencher o relatório mensal e enviar a declaração de faturamento anual, logo, está dispensado de manter a escrituração contábil formal e contratar serviços de contabilidade (Brasil, 2006). No entanto, para assegurar a continuidade do negócio e manter as operações eficientes e sem pausas, é necessário que o Microempreendedor utilize ferramentas e técnicas de gestão (Costa; Lucena, 2021). Nesse sentido, a contabilidade é o grande instrumento que pode auxiliar no desempenho, planejamento, controle e apresentação de dados que colaboram com a tomada de decisões, identificação de custos e precificação dos produtos, contribuindo para a continuidade das operações (Marion, 2022).

Isso porque, conforme estudo de Silva e Andrade (2021), cujo desenvolvimento foi a aplicação de uma pesquisa de campo com noventa e dois Microempreendedores Individuais do município de São Mateus - ES, ficou evidenciado que a falta de controle financeiro, conhecimento sobre gestão do negócio, planejamento e organização são algumas das maiores dificuldades encontradas na condução dos negócios. No entanto, menos de um terço dos entrevistados buscaram auxílio da contabilidade para resolução dessas demandas.

Relacionado a isso, em uma pesquisa desenvolvida por Filho et. al (2022), na qual foi aplicado o método dos centros de custos e calculado os preços de venda de salgados, tortas e doces fabricados por uma Microempresa familiar no ramo de confeitaria, localizada em Santa Catarina, foi possível notar que, de trinta e oito produtos analisados, trinta e um deles estavam sendo comercializados com preço inferior ao preço obtido através da aplicação do estudo e, desta forma, podendo afetar o princípio da continuidade.

Com base no exposto, tem-se o seguinte questionamento: Quais os possíveis resultados a serem obtidos ao se desenvolver a estrutura de custos e a precificação de produtos do segmento de massas frescas, em um Microempreendedor Individual (MEI) do ramo alimentício, situado na Serra Gaúcha? Logo, o objetivo geral deste trabalho é analisar os possíveis resultados a serem obtidos ao se desenvolver a estrutura de custos e a precificação de produtos do segmento de massas frescas, em um Microempreendedor Individual (MEI) do ramo alimentício, situado na Serra Gaúcha.

Em virtude da importância de obter informações que auxiliem na gestão e na tomada de decisões para garantir a continuidade das empresas, esse estudo pode ser utilizado como referência por outros Microempreendedores Individuais que pretendem melhorar o controle e planejamento de seus negócios através da aplicação de métodos de custeio em seus produtos e da formação de preço, de forma que os tornem lucrativos e possam contribuir para que o empreendimento seja mais competitivo no mercado.

Do ponto de vista acadêmico, essa pesquisa auxilia na compreensão de conceitos sobre a contabilidade de custos e na verificação do processo de aplicação e estruturação dos custos através de um caso real desenvolvido em um MEI. Desta forma, os estudantes conseguem

correlacionar o estudo da teoria com a prática e desenvolver a visão gerencial. Além disso, pode ser utilizado como base para novos estudos e pesquisas nessa área tão importante de Ciências Contábeis. A partir disso, verifica-se que o estudo tem grande relevância tanto para fins gerenciais quanto acadêmicos.

No primeiro capítulo foi apresentada a introdução do estudo, composta pela contextualização, delimitação do tema, questão de pesquisa, objetivo e justificativa. Em seguida, no segundo capítulo, desenvolveu-se o referencial teórico pertinente ao assunto do trabalho. No terceiro capítulo foi abordado a respeito dos aspectos metodológicos, enquanto, os resultados da pesquisa foram descritos no capítulo quatro. Para finalizar, a conclusão do estudo desenvolvido foi exposta ao longo do quinto capítulo.

## **2 Referencial Teórico**

### **2.1 Contabilidade**

A contabilidade, segundo Ribeiro (2019), é uma ciência social que tem como objeto de estudo o patrimônio, isto é, o conjunto de bens, direitos e obrigações de pessoas físicas ou jurídicas. Consonante a isso, Silva (2010) expõe que os bens são conjuntos de materiais permanentes, duráveis, dinâmicos ou de consumo que proporcionam à entidade a possibilidade de existir e realizar suas operações e os direitos referem-se a créditos que a empresa tem a receber decorrentes de suas atividades. Já as obrigações, também denominadas de passivo, são compromissos que a instituição tem para com terceiros.

Desta forma, o principal objetivo da contabilidade é fornecer informações, de acordo com as necessidades dos usuários, que contribuam para a gestão e para a tomada de decisões (Favero et al., 2011). Em complemento a isso, o propósito da contabilidade é alcançado através da escrituração dos eventos, apresentação das demonstrações e análise dos fatos que ocorrem nas entidades e afetam o patrimônio, evidenciando as variações e composição, além de apresentar os resultados do período (Araújo, 2009).

A contabilidade é dividida em diversas áreas, apontando como principais a contabilidade financeira, gerencial, fiscal e de custos. Assim, a contabilidade financeira é responsável por emitir as demonstrações contábeis exigidas pelo fisco, a contabilidade gerencial é voltada a elaborar informações para os executivos das empresas, a contabilidade fiscal possui como objeto as questões relacionadas a tributos e a contabilidade de custos é encarregada em apurar a lucratividade dos produtos ou serviços através da aplicação de sistemas de custos e fornecer informações úteis para a tomada de decisões (Souza, 2014).

### **2.2 Contabilidade de custos**

Com o início da Revolução Industrial, no século XVIII, o processo de automatização começou a substituir a produção artesanal e, com isso, o setor econômico de comercialização passou a estar interligado ao setor de produção, manifestando a demanda de gerenciar os custos (Padoveze, 2013). A partir disso, a Contabilidade de Custos surgiu com o intuito de reconhecer os custos dos produtos para avaliação dos estoques e para apuração do resultado das indústrias (Crepaldi; Crepaldi, 2023).

Segundo Martins (2023), com a evolução da industrialização e o crescimento das empresas, o objetivo da Contabilidade de Custos foi modificando-se e, em razão disso, tem se destacado na área gerencial como forma de contribuição para o desempenho das entidades. De forma semelhante, Crepaldi e Crepaldi (2023) alegam que a área de custos continua avançando e transformando-se de simples auxílio na apuração de custos e resultados para um relevante mecanismo de controle e base para tomada de decisões.

Ademais, Bruni e Famá (2019) afirmam que a Contabilidade de Custos tem o dever de cumprir com três requisitos básicos em sua aplicabilidade, sendo eles: a determinação do resultado do período, através dos registros contábeis originais e das variações de processamento, que tornam os dados mais relevantes para a gestão, o controle das operações, com base em orçamentos, estoques e comparações e, por fim, a tomada de decisões, como formação de preços e questões relacionadas a vantagens produtivas.

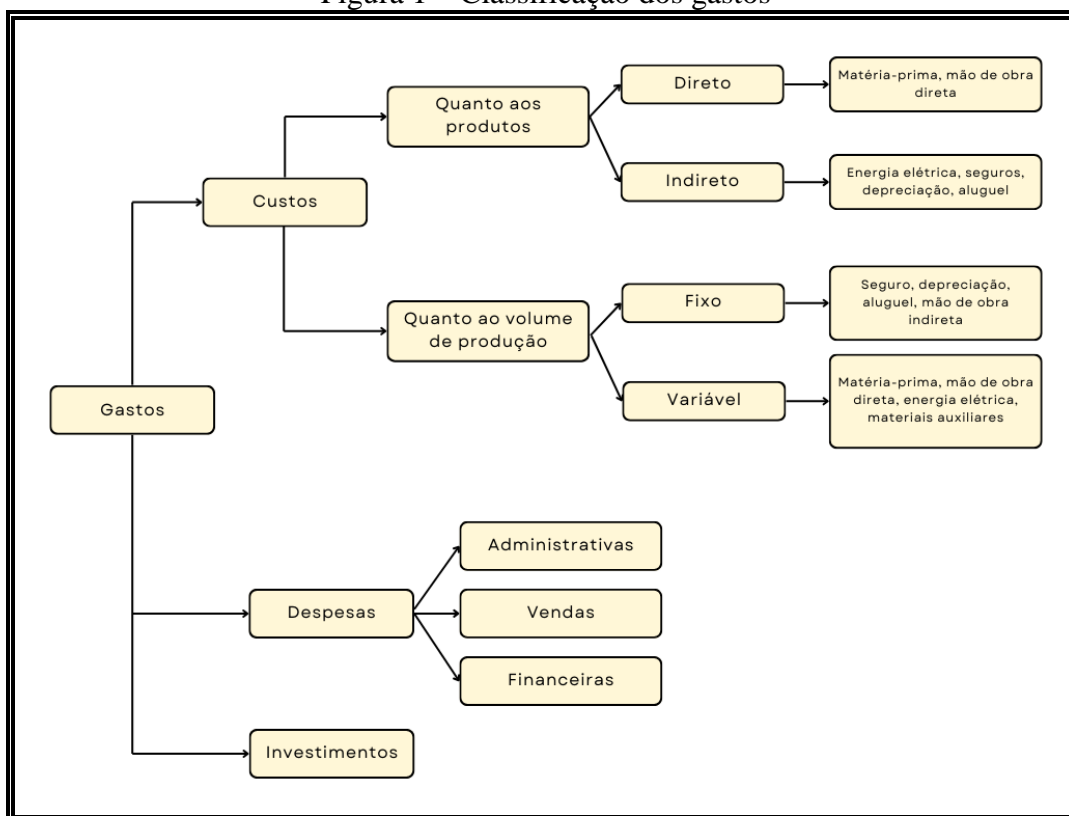
### 2.3 Nomenclaturas de custos

Para que as organizações sejam gerenciadas de maneira adequada, é fundamental que os administradores disponham de informações a respeito da estrutura organizacional, bem como, da composição dos custos das atividades realizadas na empresa. Assim sendo, há nomenclaturas e conceitos de custos que se fazem indispensáveis para a compreensão e a utilização das informações que a Contabilidade de Custos proporciona (Marion; Ribeiro, 2018).

#### 2.3.1 Gasto

O primeiro conceito essencial, de acordo com Martins (2023), refere-se a gasto e, expressa qualquer sacrifício financeiro da organização, caracterizado pela entrega ou compromisso de entrega de recursos. Para Santos, Marion e Segatti (2009), gasto possui uma definição bem ampla, fazendo referência a todo sacrifício causado em função da obtenção de bens ou de serviços, tendo como contrapartida o pagamento, no momento da compra ou no futuro, através da constituição de dívida. Além disso, Megliorini (2018) complementa que gasto é a classe geral e a partir dela desdobram-se os custos, as despesas e os investimentos, conforme demonstra a Figura 1.

Figura 1 – Classificação dos gastos



Fonte: adaptado pela autora de Megliorini (2011).

### 2.3.2 Custo

De acordo com Bruni e Famá (2019), os custos correspondem a gastos relacionados a bens ou serviços que serão utilizados no setor de produção das empresas, assim, estão vinculados à fabricação de outros bens e serviços. Dessa maneira, Martins (2023) relata que a mão de obra industrial, a energia elétrica, a depreciação das máquinas, as matérias primas, as embalagens e os materiais auxiliares utilizados no processo de fabricação de bens ou na execução de serviços são classificados como custos.

Assim sendo, a fim de atender as variadas funcionalidades, os custos são classificados, quanto à apropriação aos produtos, em diretos e indiretos e, quanto ao comportamento de acordo com o volume de produção, em fixos e variáveis (Megliorini, 2018). A partir das ideias desse autor, apresenta-se o conceito de cada uma dessas classificações no Quadro 1.

Quadro 1 – Classificação dos custos

<b>Classificação dos custos</b>	<b>Descrição</b>	<b>Exemplos</b>
Variáveis	Custos que aumentam ou diminuem conforme o volume de produção.	Matéria-prima e energia elétrica
Fixos	Custos que independente do volume de produção, permanecem sempre os mesmos.	Aluguel e depreciação
Diretos	Custos diretamente identificados e apropriados aos produtos, conforme consumo medido para cada peça produzida.	Matéria-prima e mão de obra direta
Indiretos	Custos em que não é possível identificar o consumo de forma direta e, por isso, utiliza-se base de rateio ou critérios específicos para apropriação, como a quantidade de horas máquina e de mão de obra.	Energia elétrica e salário do supervisor de produção

Fonte: adaptado pela autora de Megliorini (2018).

### 2.3.3 Despesa

Segundo Marion e Ribeiro (2018), considera-se despesa todo gasto com aquisição de bens ou serviços que são consumidos em setores não produtivos, como o administrativo, o comercial e o financeiro, com a intenção de obter receitas de forma direta ou indireta. De maneira semelhante, Martins (2023) também conceitua despesa com essas características e acrescenta que elas reduzem o Patrimônio Líquido das entidades e retratam sacrifícios gerados no curso de alcance de receitas.

De acordo com o consumo direto ou indireto para obtenção de receitas, as despesas podem ser classificadas em fixas e variáveis. Desta forma, consideram-se variáveis as despesas diretamente ligadas às vendas, como comissões de vendedores, fretes e seguros de entrega dos produtos. As despesas fixas permanecem constantes, independente do volume de vendas e estão relacionadas às áreas administrativas e comerciais, como despesas com telefone e internet (Marion; Ribeiro, 2018).

### 2.3.4 Investimento

Investimento corresponde a gastos ativados que ficam estagnados no ativo da empresa, por um determinado período, devido a sua vida útil ou a benefícios constituídos em períodos futuros, que a posteriori, irão incorporar os custos e despesas progressivamente (Bruni; Famá, 2019). Em complemento a isso, investimentos são gastos destinados a compra de bens para transformação, troca ou consumo, durante o período em que esses bens ainda não estiverem atribuídos a sua finalidade. Cita-se como exemplo os bens adquiridos para utilização na produção, porque enquanto estiverem nos estoques serão considerados investimentos, e

somente irão ser classificados como custos, no momento em que forem retirados dos estoques e introduzidos no processo de fabricação (Marion; Ribeiro, 2018).

### 2.3.5 Desembolso

Consoante a Martins (2023), desembolso refere-se ao efetivo pagamento decorrente da aquisição de bens ou serviços, que pode ocorrer de forma precedente, imediata ou posterior a concretização da compra. Em outras palavras, Santos, Marion e Segatti (2009) descrevem desembolso como a saída de recursos do caixa ou equivalentes de caixa com o intuito de realizar um pagamento, assim, todo gasto também será considerado um desembolso, no entanto, nem todo desembolso é um gasto, tal como amortização de um empréstimo bancário.

### 2.3.6 Perda

Bruni e Famá (2019) afirmam que a perda é configurada por todos os bens consumidos pela empresa de forma anormal e não intencional. Ponderando sobre esse assunto, Martins (2023) alega que, por suas particularidades específicas de anormalidade e involuntariedade, a perda diferencia-se de despesa, além de não ser um gasto destinado ao alcance de receitas. Ademais, o autor exemplifica que os casos mais comuns de perdas são com incêndios, estoques obsoletos e mão de obra durante greves.

## 2.4 Métodos de custeio

Segundo Martins (2023), custeio quer dizer apropriação de custos, logo, método de custeio é a maneira pela qual serão apropriados os custos aos produtos. Megliorini (2011) acrescenta que, os métodos de custeio estabelecem a forma de valorização dos objetos de custeio, ou seja, de uma atividade, produto, departamento ou operação. Assim, há diversos métodos de custeio, que são aplicados em concordância com os objetivos das empresas, sendo os principais: custeio variável, custeio por absorção, custeio baseado em atividades (ABC) e custeio pleno (RKW).

### 2.4.1 Custeio variável

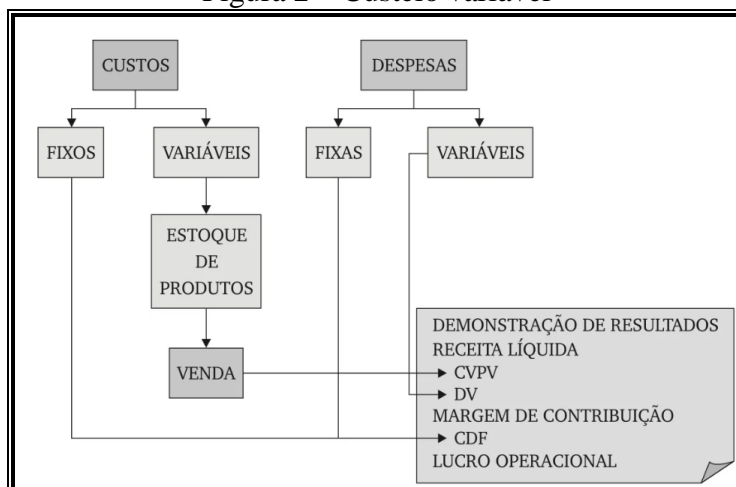
De acordo com Martins e Rocha (2015), o método de custeio variável incorpora somente os custos diretos e variáveis ao custo de fabricação dos produtos, desta forma, todos os custos fixos serão alocados diretamente ao resultado do exercício. Nesse sentido, Marion e Ribeiro (2018) complementam que os custos indiretos, em conjunto com as despesas, integrarão o resultado e, por conta disso, o custeio variável não é aceito pela legislação brasileira, visto que, essa configuração onera as despesas e diminui o resultado, o que influencia no cálculo dos tributos incidentes sobre o lucro e fere os princípios contábeis.

Os motivos pelos quais os custos fixos não são alocados ao custo dos produtos, no custeio variável, reside no fundamento de que normalmente os custos fixos são indiretos, sendo assim, necessitam de rateios para serem apropriados e todos os critérios de rateio são subjetivos, imperfeitos e questionáveis. Ademais, os custos fixos são estruturais, ou seja, promovem a capacidade produtiva de toda a empresa e não de um produto individualmente, portanto, existirão mesmo se não houver produção e vendas no período. Com base nisso, a aplicação do custeio variável limita os riscos de distorção por conta dos rateios, o que proporciona um custo unitário mais preciso (Martins; Rocha, 2015).

A estrutura do custeio variável visa auxiliar a administração das empresas, através da geração de informações importantes para tomadas de decisões. Essa ferramenta possibilita aos gestores indicações acerca dos produtos que mais colaboram com a lucratividade, por meio da margem de contribuição, a determinação adequada para precificar os produtos, o valor máximo de descontos que pode ser praticado nas negociações, além de evidenciar a produção mínima para que a empresa seja rentável (Megliorini, 2018).

Apresenta-se, na Figura 2, a sintetização da aplicação e os resultados desse custeio na demonstração do resultado.

Figura 2 – Custeio variável

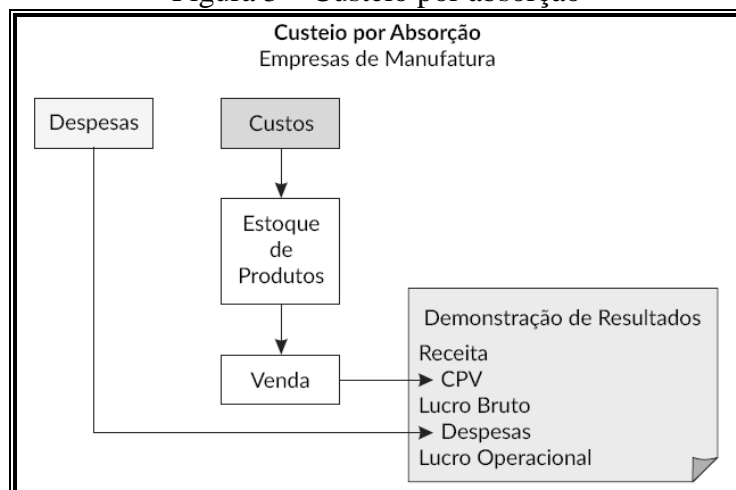


Fonte: Martins e Rocha (2015).

#### 2.4.2 Custeio por absorção

O custeio por absorção faz referência ao método em que os custos fixos e variáveis incorridos no período são apropriados, em sua totalidade, aos produtos fabricados. Assim, os custos indiretos serão absorvidos pelos produtos através da aplicação de rateios e os custos diretos com base na quantidade gasta para cada unidade produzida (Megliorini, 2018). Além disso, o custeio por absorção é utilizado para atender à legislação e às normas padrões da contabilidade referente à valoração dos estoques nas demonstrações contábeis (Martins; Rocha, 2015).

Figura 3 – Custeio por absorção



Fonte: Martins (2023).

#### 2.4.3 Custeio baseado em atividades (ABC)

Megliorini (2018) expõe que o Custeio ABC parte do princípio de que os recursos são consumidos pelas atividades praticadas nas empresas, sendo que, produtos, serviços ou demais objetos advêm das atividades que demandam esses recursos. Dessa forma, os custos indiretos serão apropriados às atividades, por meio de diretrizes que representam o consumo e, posteriormente, o resultado de cada atividade deve ser alocado aos produtos, serviços ou

outros objetos, de acordo com direcionadores apropriados. Direcionadores de custos, de acordo com Martins (2023), são fatores que indicam os níveis de custos das atividades, logo, consideram-se premissas que permitem alocar os custos das atividades aos produtos, por exemplo, número de empregados, área ocupada, hora-homem e hora-máquina.

#### 2.4.4 Custeio pleno (RKW)

O Custeio Pleno, mais conhecido por RKW, é a abreviação utilizada para referenciar *Reichskuratorium für Wirtschaftlichkeit*, ou seja, um sistema de custos de origem Alemã, em que todos os custos e despesas ocorridos em um período são considerados no custo dos produtos (Marion; Ribeiro, 2018). Em complemento a isso, por apropriar todos os custos e despesas do período aos produtos, esse custeio irá evidenciar o custo pleno para produzir, administrar e vender, resultando na possibilidade de observar o custo contábil máximo dos bens e serviços. Assim, o custo unitário obtido através da aplicação desse custeio é considerado conservador, pois é o que gerará menor margem de lucratividade em comparação com os demais métodos de custeio (Martins; Rocha, 2015).

#### 2.5 Formação do preço de venda

Yanase (2018) declara que muitas empresas enfrentam dificuldades financeiras provocadas por diversos motivos, como concorrência, venda de produtos de forma equivocada e políticas de vendas inadequadas. Todavia, há um fator principal em relação a essa situação: as receitas obtidas com vendas apresentarem-se inferiores aos gastos. Assim, conforme mesmo autor, torna-se fundamental entender o comportamento das receitas, custos e despesas da empresa para alcançar o lucro desejado e evitar essas dificuldades.

Em paralelo a isso, Martins (2023) alega que, além de conhecer o custo dos produtos, também é necessário possuir informações a respeito dos preços praticados pelos concorrentes, do grau de elasticidade da demanda, dos preços de produtos substitutos, entre outros dados relevantes, de acordo com o mercado em que a empresa atua. Atentando a isso, os preços de venda podem ser formados com base nos custos, no mercado ou em uma fusão dos dois.

##### 2.5.1 Markup

Optando pela formação de preço com base nos custos, é possível utilizar o *markup*, ou seja, uma taxa de marcação que aplicada sobre o custo unitário de fabricação, irá indicar o preço de venda do produto. Para utilização desse indicador, é fundamental que sejam incluídos todos os valores que pretendem ser cobrados do cliente, com exceção do custo de fabricação (Marion; Ribeiro, 2018). Assim, o *markup* pode ser calculado de duas maneiras diferentes: multiplicador, em que indica por quanto devem ser multiplicados os custos para encontrar o preço de venda e divisor, o qual representa o percentual do custo em relação ao preço de venda (Bruni; Famá, 2019).

Ademais, para realizar o cálculo do *markup* é preciso definir percentuais para despesas de vendas, despesas administrativas, despesas financeiras, lucro desejado e considerar na fórmula as alíquotas dos impostos incidentes sobre os produtos e sobre as receitas da empresa. Também, ao aplicar o indicador em um custo obtido através do custeio variável, deve-se incluir uma taxa percentual dos custos fixos no cálculo, já que o custo fixo é alocado diretamente ao resultado nesse método e precisa ser considerado para formação do preço de venda do produto (Megliorini, 2018).

A partir dessas premissas, apresentam-se as duas metodologias de cálculo do *markup*, na qual a soma das taxas percentuais refere-se, em porcentagem, ao montante que influencia na formação de preços, conforme citado anteriormente.



Figura 4 – Markup multiplicador e divisor

The diagram is enclosed in a double-line border. At the top, it is titled "Markup Multiplicador" in orange. Below this, a grey box contains the formula: 
$$\text{Markup} = \frac{1}{1 - \text{Soma taxas percentuais}}$$
 Below this, it is titled "Markup Divisor" in orange. Below this, a grey box contains the formula: 
$$\text{Markup} = 1 - \text{Soma taxas percentuais}$$

Fonte: adaptado pela autora de Bruni e Famá (2019).

De acordo com Megliorini (2018), para definir o preço de venda de um produto, basta multiplicar o custo unitário pelo resultado encontrado no *markup* multiplicador ou dividir o custo unitário pelo valor encontrado ao aplicar o *markup* divisor, sintetizando isso, tem-se:

$$\text{Preço de venda} = \text{Custo unitário} \times \text{Markup multiplicador}$$

$$\text{Preço de venda} = \frac{\text{Custo unitário}}{\text{Markup divisor}}$$

### 2.5.2 Margem de contribuição

A utilização do custeio variável permite aos gestores o conhecimento da margem de contribuição de cada produto, isto é, o montante com o qual cada item colabora para cobrir com os custos e despesas fixas (Marion; Ribeiro, 2018). Em outras palavras, entende-se por margem de contribuição a fração do preço de venda que supera os custos e despesas variáveis e contribui para absorver os custos e despesas fixas e, também, para sustentar a geração de lucro (Crepaldi; Crepaldi, 2023).

Esse instrumento proporciona informações importantes para a tomada de decisões, auxiliando os administradores quanto a definições sobre a diminuição ou expansão de uma linha de produção, avaliação de métodos de produção, decisões estratégicas sobre preços de venda, produtos ou serviços e avaliação do desempenho. A margem de contribuição irá indicar, por exemplo, se uma encomenda deverá ser aceita quando o preço de venda estiver inferior ao preço praticado normalmente (Crepaldi; Crepaldi, 2023).

Para calcular a margem de contribuição unitária é preciso subtrair do preço de venda, os custos e despesas variáveis (Martins, 2023). Dessa forma, obtém-se a seguinte fórmula:

Figura 5 – Margem de contribuição

The diagram is enclosed in a double-line border. At the top, it shows the formula: 
$$\text{MC} = \text{PV} - \text{CV} - \text{DV}$$
 Below this, it says "Sendo:" followed by a list of definitions: 

- MC - Margem de contribuição;
- PV - Preço de venda;
- CV - Soma dos custos variáveis;
- DV - Soma das despesas variáveis.

Fonte: adaptado pela autora de Crepaldi e Crepaldi (2023).

## 2.6 Microempreendedor individual

A Lei Complementar nº 128/2008 instituiu o MEI - Microempreendedor Individual, isto é, o empresário individual, que, de acordo com a Lei Complementar nº 188/2021, é caracterizado por auferir receita bruta de até oitenta e um mil reais no ano-calendário anterior e recolher um valor fixo de impostos e contribuições pelo Simples Nacional (Brasil, 2008; 2021). Assim, o valor fixo dos impostos é recolhido mensalmente através de uma guia única, chamada DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), cuja composição é cinco por cento do salário mínimo vigente, destinado à Previdência Social, acrescido de um real, se for contribuinte do ICMS ou cinco reais, para prestadores de serviços, em que estejam enquadrados nas atividades gerais do MEI (Butignon, 2021).

Por tratar-se de empresa de pequeno porte, na maioria dos casos o Microempreendedor trabalha sozinho e, por isso, as tarefas administrativas e de controle não são tratadas com prioridade. Esta circunstância pode comprometer o planejamento das atividades, que resulta na ausência da gestão dos gastos, receitas, recebimentos, lucratividade, fluxo de caixa e demais técnicas de controle necessárias para implantar melhorias e garantir a continuidade do negócio (Butignon, 2021).

Desta forma, através de uma pesquisa realizada por Purificação et al. (2022) com cento e seis empresários de Micro e Pequenas Empresas, em que 38,70% dos respondentes são MEI, foi possível verificar que a principal dificuldade para definir os preços de venda se encontra em mensurar os custos, logo, mais da metade dos entrevistados alega não utilizar nenhum método de custeio. Em razão disso, 50% dos empresários realizam a precificação dos produtos com base no valor de mercado, sem ter certeza de que o preço praticado está contribuindo para a geração de lucro.

Associado a isso, Behling e Lenzi (2019) desenvolveram um questionário sobre competências e comportamento estratégico e aplicaram em duzentos e onze Microempreendedores Individuais registrados no estado de Santa Catarina, cujo resultado foi que os empreendedores não convertem seus objetivos em metas e indicadores mensuráveis, inviabilizando a evidenciação dos resultados obtidos. Assim, apresentam fraquezas em competências bastante importantes para a longevidade das empresas, como busca de informações, estabelecimento de metas e planejamento e monitoramento sistemático, nesse sentido, inclui-se a mensuração dos custos e a formação de preços.

A esse respeito, AlKhajeh e Khalid (2018) também apresentaram, com base em uma pesquisa empregada a duzentos e oitenta gestores de Pequenas e Médias Empresas de uma província na África do Sul, que as empresas que utilizam práticas de contabilidade gerencial obtêm melhores efeitos em seu desempenho empresarial, destacando o emprego de sistemas de custeio para obter bons resultados e manter-se no mercado.

## 3. Aspectos Metodológicos

### 3.1 Delineamento da pesquisa

Quanto aos procedimentos técnicos, tem-se um estudo de caso alusivo a um MEI do setor alimentício, localizado na Serra Gaúcha, com o objetivo de levantar os custos do processo de fabricação das massas frescas e aplicar conceitos expostos no referencial teórico. De acordo com Marconi e Lakatos (2022), buscar compreender com intensidade um caso em específico ou um conjunto de aspectos humanos é caracterizado como estudo de caso. Além disso, mencionam que o estudo de caso abrange diversos dados detalhados com o propósito de assimilar e descrever fatos.

Relacionado a isso, Gil (2022) explica que estudo de caso corresponde a uma categoria de pesquisa em que se aprofunda o conhecimento sobre determinado tema, com base em um ou em poucos casos. Para desenvolver o estudo de caso é necessário executar algumas etapas,

como a formulação da questão problema, seleção das unidades que serão observadas, elaboração do cronograma, coleta de dados, análise dos resultados e apresentação mediante relatório, expressando flexibilidade para a sequência com que são aplicadas essas etapas.

Já em relação aos objetivos, essa pesquisa caracteriza-se como descritiva. Assim, possui o intuito de retratar a forma de composição dos custos da empresa analisada e detalhar como estes podem contribuir na formação de preços e na geração de dados úteis para tomada de decisões. Nesse sentido, Gil (2022) cita que pesquisa descritiva tem a finalidade de apresentar detalhadamente características de uma população ou fenômeno, e também, pode ser utilizada para verificar prováveis associações entre variáveis.

Consonante a isso, Sampieri, Collado e Lucio (2013) referem-se à pesquisa descritiva como o estudo que procura identificar propriedades, características e perfis de fenômenos submetidos a análises, como humanos, grupos, processos e objetos, com a ideia de especificar precisamente como são e se manifestam. Para isso, o pesquisador deve estabelecer o que será medido e sobre quem ou de que local serão coletados os dados necessários.

Quanto à forma de abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa qualitativa e quantitativa. A coleta de dados sobre os custos da empresa foi realizada por meio de documentos e acompanhamento dos processos, assim, de acordo com Gibbs (2009), desenvolver uma análise qualitativa requer do pesquisador o discernimento a respeito de como e quais dados serão examinados e expostos, bem como, a execução de aspectos práticos que possibilitem uma coleta adequada.

Conforme Creswell e Creswell (2021), pesquisa qualitativa tem o foco de explorar e compreender a interpretação de indivíduos sobre dificuldades sociais ou humanas, com base em questões, procedimentos e coleta de dados, que normalmente, são realizadas no espaço do participante. Posterior a isso, os dados são analisados e interpretados pelo pesquisador, que desenvolve um relatório, de estrutura flexível, com seu ponto de vista sobre os achados na pesquisa desempenhada.

Contudo, também foi preciso identificar dados quantitativos para o desenvolvimento do estudo, como custos, despesas e preços de venda, que são representados por números e quantidades. Logo, Sampieri, Collado e Lucio (2013) definem a pesquisa quantitativa como o processo estruturado sequencial que busca coletar dados que possam ser medidos e analisados a partir da estatística, com o objetivo de esclarecer e presumir os fenômenos examinados, descobrir regularidades e associações entre elementos.

Ainda, Marconi e Lakatos (2022) relatam que a aferição das circunstâncias estabelecidas e a conferência e esclarecimento delas com outras variáveis, mediante observação da frequência e correlação estatística, são procedimentos necessários para caracterizar uma pesquisa como quantitativa. Em razão disso, a abordagem quantitativa gera uma repercussão com sensação de validade, confiabilidade e noção de que os resultados promovem conhecimento. Segundo Creswell e Creswell (2021), a integração de informações qualitativas e quantitativas produz uma compreensão além de informações isoladas obtidas por dados quantitativos ou qualitativos, exclusivamente.

Diante das colocações dos autores, verifica-se que as metodologias selecionadas são as mais adequadas para o estudo proposto.

### 3.2 Procedimentos de coleta e análise dos dados

Primeiramente, foi elaborada uma revisão da literatura a respeito da contabilidade de custos, com enfoque nas temáticas de estruturação de custos e precificação de produtos. O desenvolvimento do referencial teórico apoiou-se na leitura e análise de livros da área contábil, da legislação brasileira e de artigos acadêmicos publicados.

Posteriormente foi realizado um estudo de caso em um MEI localizado na Serra Gaúcha, que produz massas frescas. A coleta dos dados foi feita no local da empresa, no qual,

em conjunto com a proprietária, foram levantados os ingredientes necessários para o mapeamento dos processos de produção, apoiado na verificação de documentos fiscais e entrevistas com a Microempreendedora. A partir da tabulação das informações coletadas, com auxílio do software *Microsoft Excel*, foi possível desenvolver o método de custeio variável e precificar os itens analisados, com o objetivo de comparar o preço de venda praticado e o preço estabelecido com base nos custos.

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

##### **4.1 Contextualização do MEI**

Fundado em junho de 2014 na Serra Gaúcha, o empreendimento enquadrado como Microempreendedor Individual (MEI) caracteriza-se por desenvolver atividades econômicas de fabricação de massas alimentícias e produtos de padaria e confeitaria, com predominância de produção própria. A proprietária desempenha as funções de forma individual, sem o auxílio de colaboradores e, ressalta-se que a mesma preza pela qualidade dos produtos, assim, utiliza matérias-primas de alta qualidade.

Embora a empresa trabalhe com dois segmentos – massas alimentícias e confeitaria -, identificou-se que a receita obtida com a venda das massas alimentícias representa a principal fonte renda da Microempreendedora, visto que, os produtos de confeitaria normalmente são comercializados para pessoas físicas e de forma eventual, enquanto as massas são vendidas predominantemente para pessoas jurídicas, em especial em redes de supermercados, para as quais efetua vendas constantes desde a sua fundação.

Assim sendo, elegeu-se tais itens para elaboração deste estudo de caso, com a aplicação do custeio variável e posterior cálculo do preço de venda das massas alimentícias, uma vez que as informações contábeis não são elaboradas e utilizadas na gestão do negócio até o presente momento, o que resulta em incertezas e falta de controle para conduzir o empreendimento.

##### **4.2 Apresentação e análise dos resultados**

Em um primeiro momento, levantou-se quais produtos são fabricados e comercializados no segmento de massas alimentícias da indústria e desenvolveu-se a Tabela 1, em que apresenta as informações relativas aos custos variáveis dos quinze itens analisados. Para identificar esses dados, produziu-se uma pequena quantidade de cada um dos produtos selecionados, em conjunto com a proprietária, coletando os ingredientes, quantidades e rendimento de cada produção.

A fim de organizar melhor as informações, os custos variáveis foram elencados em três partes, sendo: a matéria-prima utilizada para produzir a massa, ou seja, a base de cada produto; a matéria-prima utilizada na elaboração dos recheios e; a embalagem aplicada em cada item, incluindo bandeja, plástico filme de PVC, etiqueta e fita de transferência térmica, fundamentais para o acabamento dos produtos.

Após reconhecer os ingredientes e quantidades necessárias para produzir uma porção de cada mercadoria, ou seja, 600g de massa de lasanha e 500g dos demais produtos, foram selecionadas as últimas notas e cupons fiscais tomados para verificar o preço de cada insumo e calcular o custo variável unitário. Ao somar os custos gerados nas três partes elencadas, encontrou-se o custo variável unitário de cada item produzido e comercializado pela Microempreendedora, o qual, está demonstrado na última coluna da Tabela 1.

Tabela 1 – Custo variável unitário

<b>Produtos</b>	<b>Matéria-prima da Massa (R\$)</b>	<b>Matéria-prima do Recheio (R\$)</b>	<b>Embalagem (R\$)</b>	<b>Custo Variável Total por Bandeja (R\$)</b>
Espaguetão 500g	R\$ 3,31	-	R\$ 0,42	R\$ 3,73
Espagete 500g	R\$ 3,49	-	R\$ 0,42	R\$ 3,92
Fidelini 500g	R\$ 3,37	-	R\$ 0,42	R\$ 3,80
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 0,64	R\$ 5,55	R\$ 0,81	R\$ 6,99
Lasanha de 4 Queijos 500g	R\$ 0,64	R\$ 7,49	R\$ 0,81	R\$ 8,93
Lasanha de Brócolis 500g	R\$ 0,64	R\$ 6,20	R\$ 0,81	R\$ 7,64
Lasanha de Frango 500g	R\$ 0,64	R\$ 5,37	R\$ 0,81	R\$ 6,82
Lasanha de Presunto e Queijo 500g	R\$ 0,64	R\$ 5,93	R\$ 0,81	R\$ 7,37
Macarrão 500g	R\$ 3,42	-	R\$ 0,42	R\$ 3,84
Massa de Lasanha 600g	R\$ 2,75	-	R\$ 0,48	R\$ 3,23
Nhoque de Batata 500g	R\$ 4,90	-	R\$ 0,42	R\$ 5,32
Ravioli de Frango e Espinafre 500g	R\$ 2,23	R\$ 4,28	R\$ 0,42	R\$ 6,93
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 2,22	R\$ 3,80	R\$ 0,42	R\$ 6,44
Talharim 500g	R\$ 3,34	-	R\$ 0,42	R\$ 3,76
Tortéi 500g	R\$ 1,49	R\$ 2,10	R\$ 0,42	R\$ 4,01

Fonte: elaborada pela autora.

A partir do exposto na Tabela 1, verifica-se que dos quinze itens analisados, oito correspondem a massas recheadas. Destaca-se então, que essas oito variedades apresentam custo variável total por bandeja superior aos produtos sem recheio. Ainda, visualiza-se que a Lasanha de 4 Queijos em embalagem de 500g representa o custo variável mais alto de todos os itens, em contrapartida, a Massa de Lasanha de 600g contém o menor custo.

Percebe-se, também, que parte do grupo de massas sem recheio, destacando os itens espaguetão, espagete, fidelini, macarrão e talharim, por possuírem a mesma base, apontam custos variáveis unitários bem semelhantes. A diferença entre essas variedades é somente o formato em que são fabricadas e apresentadas, com isso, o rendimento sofre alterações e é por esse motivo que o custo unitário não é exatamente o mesmo.

Além disso, o custo com embalagem é igual em diversos itens, o que se deve ao fato de que o consumo e valor unitário de plástico filme PVC, etiqueta e fita de transferência térmica é exatamente o mesmo para todos os produtos, diferenciando-se somente pelo modelo e custo da bandeja, ou seja, para as lasanhas utilizam-se bandejas de alumínio, já as massas de lasanha são guardadas em embalagens de isopor mais compridas, enquanto todos os outros itens são embalados em bandejas de isopor tradicionais.

Após identificar os custos variáveis, elencou-se os gastos mensais fixos para definição do preço de venda. Ao iniciar esse processo, percebeu-se certa dificuldade em visualizar o valor efetivamente gasto pela empresa, porque a sede produtiva fica no mesmo terreno que a residência da proprietária. Assim, as contas de água, energia elétrica, internet, telefone e gastos com veículo correspondem ao valor de ambas as partes. Deste modo, para calcular o valor mais próximo da realidade, dividiu-se essas contas pela metade, sendo 50% do valor absorvido pelo MEI e os outros 50% correspondente ao gasto particular da proprietária.

Ademais, como o estudo de caso foi desenvolvido somente no segmento de massas alimentícias, se o valor das despesas e custos fixos fosse alocado totalmente às massas haveria distorção, pois também é atribuído ao segmento de confeitaria. Assim, foram coletadas as informações sobre as vendas do segmento de massas alimentícias dos últimos doze meses, ou seja, no período de setembro de 2023 a agosto de 2024, com base nas informações que a proprietária registrou em seu caderno, método pelo qual controla o faturamento. Esses dados estão organizados na Tabela 2.

Tabela 2 – Massas vendidas entre setembro de 2023 e agosto de 2024

Produto	set/23	out/23	nov/23	dez/23	jan/24	fev/24	mar/24	abr/24	mai/24	jun/24	jul/24	ago/24	Quantidade Total por Produto	Quantidade Média Mensal	Receita Média Mensal (R\$)	Receita Média Mensal (%)
Espaguetão 500g	5	5	0	10	5	0	5	5	0	0	5	8	48	4	R\$ 36,80	1%
Espagete 500g	12	5	4	10	12	4	8	2	3	2	3	12	77	6	R\$ 59,03	1%
Fidelini 500g	7	2	5	1	5	3	6	10	23	29	5	6	102	9	R\$ 78,20	2%
Lasanha Bolonhesa 500g	56	46	4	50	24	4	60	39	79	2	57	2	423	35	R\$ 564,00	13%
Lasanha de 4 Queijos 500g	41	34	2	17	9	0	43	25	39	0	59	0	269	22	R\$ 358,67	8%
Lasanha de Brócolis 500g	35	29	2	17	0	0	34	25	53	0	20	0	215	18	R\$ 286,67	7%
Lasanha de Frango 500g	75	57	14	42	23	4	68	37	93	5	72	5	495	41	R\$ 660,00	15%
Lasanha de Presunto e Queijo 500g	40	20	1	6	6	0	27	10	47	0	9	0	166	14	R\$ 221,33	5%
Macarrão 500g	54	17	20	41	40	21	45	48	48	55	36	63	488	41	R\$ 374,13	9%
Massa de Lasanha 600g	6	8	11	12	29	5	21	13	25	13	17	23	183	15	R\$ 167,75	4%
Nhoque de Batata 500g	12	2	7	12	18	4	13	3	20	14	4	14	123	10	R\$ 117,88	3%
Ravioli de Frango e Espinafre 500g	18	17	8	11	12	0	20	16	13	25	26	12	178	15	R\$ 228,43	5%
Ravioli de Mussarela 500g	0	0	2	10	5	0	0	10	1	5	0	13	46	4	R\$ 59,03	1%
Talharim 500g	5	10	7	14	17	7	5	11	12	9	6	4	107	9	R\$ 82,03	2%
Tortéi 500g	118	61	80	87	97	32	110	78	99	89	65	108	1024	85	R\$ 1.066,67	24%
<b>Quantidade Total Mensal</b>	484	313	167	340	302	84	465	332	555	248	384	270	3944	329	<b>R\$ 4.360,63</b>	100%

Fonte: elaborada pela autora.

Depois de tabular essas informações no software *Microsoft Excel*, encontrou-se a quantidade média mensal de vendas das massas e a receita auferida. Verificou-se, também, a receita total mensal do mesmo período, que inclui o segmento de massas e o de confeitaria, através das anotações manuais da proprietária, e, constatou-se que a receita média mensal corresponde a R\$ 6.708,66. Assim, foi calculada a representatividade da receita obtida com a venda de massas diante da receita total mensal, identificando que as massas representam 65% do faturamento mensal, com a venda média de 329 unidades. Logo, aplicou-se o percentual de 65% aos gastos fixos mensais elencados, para formular o valor mensal relacionado ao segmento de massas, conforme demonstrado na Tabela 3.

Tabela 3 – Despesas e custos fixos

<b>Despesas e Custos Fixos</b>	<b>Valor Mensal</b>	<b>Valor Mensal Relacionado ao Segmento de Massas (65%)</b>
Água	R\$ 75,00	R\$ 48,75
Depreciação	R\$ 244,58	R\$ 158,98
Gastos Administrativos	R\$ 19,42	R\$ 12,62
Energia Elétrica	R\$ 47,45	R\$ 30,84
Gás	R\$ 218,00	R\$ 141,70
Gastos com Veículo	R\$ 619,33	R\$ 402,57
Guia do Simples	R\$ 71,60	R\$ 46,54
Internet	R\$ 17,50	R\$ 11,38
Manutenções	R\$ 29,17	R\$ 18,96
Pró-labore	R\$ 1.646,65	R\$ 1.070,32
Produtos de limpeza	R\$ 42,00	R\$ 27,30
Telefone	R\$ 41,50	R\$ 26,98
	<b>R\$ 3.072,20</b>	<b>R\$ 1.996,93</b>

Fonte: elaborada pela autora.

É necessário entender que o gasto com energia elétrica não é tão representativo porque há placas solares instaladas no edifício. Assim, em alguns meses o valor não atinge a fatura mínima, por isso, foram observados os gastos dos últimos doze meses e apurada a média mensal. Ademais, no item gastos com veículo foram incluídos todos os gastos provenientes da utilização do carro, que abrange combustível, pedágios, manutenção, seguro e Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores (IPVA), constatando que, esse é o segundo valor mais representativo dos gastos fixos.

Não foi possível identificar o tempo gasto para produzir cada um dos produtos individualmente e alocá-lo como custo variável, porque a produção de diversos itens e seus processos ocorrem ao mesmo tempo, para que a mão de obra e rendimento sejam otimizados. Desse modo, tratou-se como um custo fixo e, conforme citado anteriormente, devido a proprietária realizar as tarefas de forma individual e, no momento da coleta dos dados, não receber um valor fixo mensal, definiu-se um pró-labore.

Com isso, optou-se pela utilização do valor do piso regional mínimo como parâmetro para o estudo de caso, o qual está enquadrado na faixa três, como trabalhadores nas indústrias da alimentação, com o montante de R\$ 1.646,65 mensais. A partir dos dados expostos na Tabela 3, verifica-se que este é o gasto mais expressivo dentre o grupo de gastos fixos mensais, representando 53,60% do valor total.

Também é importante ressaltar que, por se tratar de um estudo de caso desenvolvido em um Microempreendedor Individual (MEI), os impostos são pagos em uma guia única mensal, denominada DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que corresponde ao valor fixo mensal, no período analisado, de R\$ 71,60. Devido a isso, o valor dos impostos também foi incluso na tabela das despesas e custos fixos.

Para calcular a depreciação, inicialmente foram levantados todos os ativos imobilizados de propriedade da MEI. Posterior a isso, pesquisou-se as notas fiscais de compra dos itens a fim de averiguar o valor e a data de aquisição dos bens. Como já mencionado anteriormente, a MEI não segue o princípio da entidade, ou seja, o patrimônio pessoal e da empresa se misturam. Por isso, os ativos imobilizados veículo e placa solar foram computados por 50% do valor, conforme premissa adotada no estudo.

Notou-se que, de todos os ativos imobilizados identificados, seis já estavam completamente depreciados, pois ultrapassaram a vida útil estimada. Por essa razão, no valor mensal de depreciação evidenciado na Tabela 3, computou-se o valor de depreciação somente dos bens que ainda não superaram a vida útil. Para realizar o cálculo, foi aplicada a taxa anual de depreciação, de acordo com a Instrução Normativa da Receita Federal nº 1700 (2017) ao valor total dos bens, dividindo o resultado por doze meses, conforme exposto na Tabela 4.

Tabela 4 – Depreciação dos ativos imobilizados

<b>Ativos Imobilizados</b>	<b>Valor Total dos Bens</b>	<b>Depreciação Mensal (R\$)</b>
Amassadeira	R\$ 2.000,00	Totalmente depreciado
Ar Condicionado	R\$ 3.000,00	R\$ 25,00
Fogão	R\$ 1.200,00	Totalmente depreciado
Freezer	R\$ 1.750,00	R\$ 14,58
Geladeira	R\$ 1.600,00	Totalmente depreciado
Máquina de Massa	R\$ 2.000,00	Totalmente depreciado
Móveis	R\$ 8.000,00	R\$ 66,67
Notebook	R\$ 2.100,00	Totalmente depreciado
Placa Solar	R\$ 16.500,00	R\$ 55,00
Prédio	R\$ 25.000,00	R\$ 83,33
Veículo	R\$ 52.500,00	Totalmente depreciado
	<b>R\$ 115.650,00</b>	<b>R\$ 244,58</b>

Fonte: elaborada pela autora.

Em conformidade com o especificado no item 2.4.1 deste artigo, por tratar-se de custeio variável, as despesas e custos fixos não são alocados aos custos dos produtos. Portanto, foi preciso reconhecer esses gastos unicamente para descobrir o percentual adequado a ser incluso no *Markup*. Para isso, dividiu-se o valor total mensal dos custos e despesas de R\$ 1.996,93 (vide Tabela 3) por R\$ 4.360,63 (vide Tabela 2), correspondente a receita média mensal obtida com a venda de massas. O resultado demonstra que os custos e despesas fixas representam 46% do faturamento.

Também foi incluso no cálculo do *Markup* o percentual de 10%, que corresponde ao lucro considerado. Esse dado baseou-se na margem de lucro que normalmente é praticada em negócios do setor alimentício. As informações a respeito do *Markup* estão exibidas na Tabela 5.

Tabela 5 – *Markup*

<b>Cálculo do <i>Markup</i></b>	
Custos e Despesas Fixas	46%
Margem de Lucro	10%
<b>Total</b>	<b>56%</b>

Fonte: elaborada pela autora.

Identificado o percentual de *Markup*, iniciou-se o processo de precificação dos itens com base nos custos. Neste estudo, foi utilizado o *Markup* divisor, assim, subtraiu-se 0,56 (56%) de um (100%), resultando no valor de 0,44 (44%). Então, dividiu-se o custo variável unitário de cada um dos quinze itens analisados pelo valor encontrado, sendo possível



visualizar o preço de venda unitário que, permanecendo a mesma quantidade de venda mensal, irá cobrir todos os custos e despesas e contribuirá com o lucro de 10%. A Tabela 6 demonstra esses dados.

Tabela 6 – Cálculo do preço de venda

Produtos	Custo Variável Unitário (R\$)	Mark-up	Preço de Venda Unitário (R\$)
Espaguetão 500g	R\$ 3,73	0,44	R\$ 8,48
Espaguete 500g	R\$ 3,92	0,44	R\$ 8,90
Fidelini 500g	R\$ 3,80	0,44	R\$ 8,63
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 6,99	0,44	R\$ 15,89
Lasanha de 4 Queijos 500g	R\$ 8,93	0,44	R\$ 20,29
Lasanha de Brócolis 500g	R\$ 7,64	0,44	R\$ 17,37
Lasanha de Frango 500g	R\$ 6,82	0,44	R\$ 15,50
Lasanha de Presunto e Queijo 500g	R\$ 7,37	0,44	R\$ 16,76
Macarrão 500g	R\$ 3,84	0,44	R\$ 8,73
Massa de Lasanha 600g	R\$ 3,23	0,44	R\$ 7,34
Nhoque de Batata 500g	R\$ 5,32	0,44	R\$ 12,09
Ravioli de Frango e Espinafre 500g	R\$ 6,93	0,44	R\$ 15,76
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 6,44	0,44	R\$ 14,64
Talharim 500g	R\$ 3,76	0,44	R\$ 8,55
Tortéi 500g	R\$ 4,01	0,44	R\$ 9,11

Fonte: elaborada pela autora.

Ao descobrir o preço de venda unitário com base nos custos da empresa, foi reconhecido o preço de venda praticado atualmente em cada item pela Microempreendedora, a partir da lista de preços e, realizou-se uma comparação entre ambos, conforme a Tabela 7.

Tabela 7 – Preço de venda praticado x calculado

Produtos	Preço de Venda Unitário (R\$)		Diferença do Preço Praticado X Calculado (R\$)	Diferença do Preço Praticado X Calculado (%)
	Calculado	Praticado		
Espaguetão 500g	R\$ 8,48	R\$ 9,20	R\$ 0,72	8%
Espaguete 500g	R\$ 8,90	R\$ 9,20	R\$ 0,30	3%
Fidelini 500g	R\$ 8,63	R\$ 9,20	R\$ 0,57	7%
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 15,89	R\$ 16,00	R\$ 0,11	1%
Lasanha de 4 Queijos 500g *	<b>R\$ 20,29</b>	<b>R\$ 16,00</b>	<b>-R\$ 4,29</b>	<b>-21%</b>
Lasanha de Brócolis 500g *	<b>R\$ 17,37</b>	<b>R\$ 16,00</b>	<b>-R\$ 1,37</b>	<b>-8%</b>
Lasanha de Frango 500g	R\$ 15,50	R\$ 16,00	R\$ 0,50	3%
Lasanha de Presunto e Queijo 500g *	<b>R\$ 16,76</b>	<b>R\$ 16,00</b>	<b>-R\$ 0,76</b>	<b>-5%</b>
Macarrão 500g	R\$ 8,73	R\$ 9,20	R\$ 0,47	5%
Massa de Lasanha 600g	R\$ 7,34	R\$ 11,00	R\$ 3,66	50%
Nhoque de Batata 500g *	<b>R\$ 12,09</b>	<b>R\$ 11,50</b>	<b>-R\$ 0,59</b>	<b>-5%</b>
Ravioli de Frango e Espinafre 500g *	<b>R\$ 15,76</b>	<b>R\$ 15,40</b>	<b>-R\$ 0,36</b>	<b>-2%</b>
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 14,64	R\$ 15,40	R\$ 0,76	5%
Talharim 500g	R\$ 8,55	R\$ 9,20	R\$ 0,65	8%
Tortéi 500g	R\$ 9,11	R\$ 12,50	R\$ 3,39	37%

Nota: \* itens com preço de venda calculado superior ao praticado atualmente.

Fonte: elaborada pela autora.

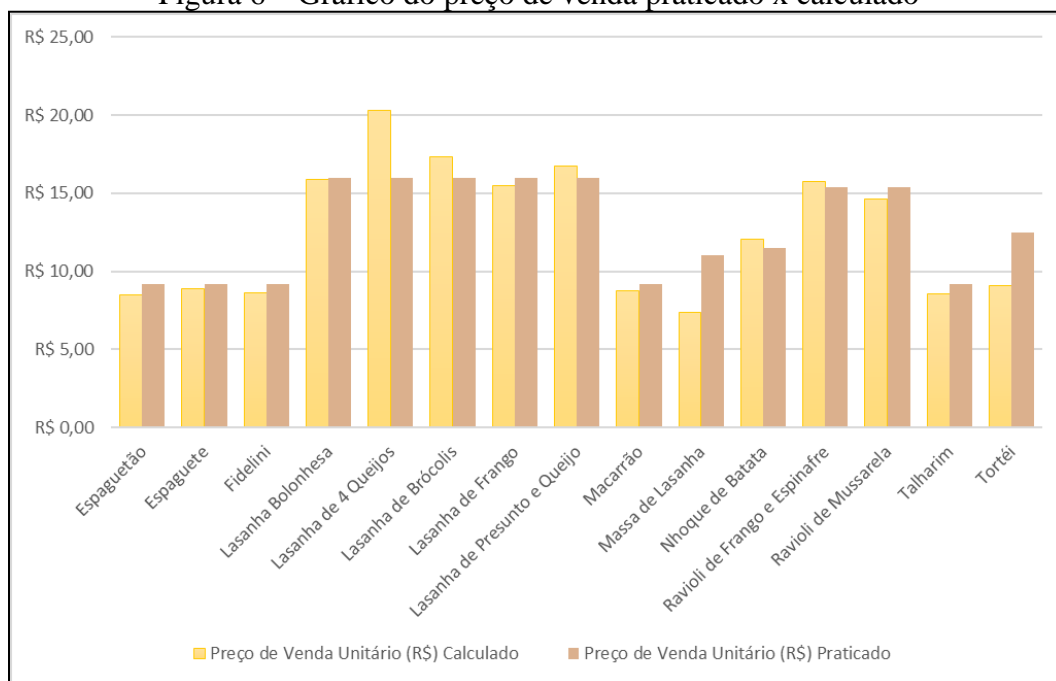
Os preços praticados pela Microempreendedora foram apresentados na terceira coluna da Tabela 7. Na quarta coluna está evidenciado a diferença entre o preço praticado e o

calculado, em reais, enquanto a quinta coluna demonstra a diferença em percentual. Dessa maneira, identifica-se que cinco dos quinze itens examinados são comercializados por preço inferior ao preço de venda unitário determinado com base nos custos. Assim, o valor praticado está abaixo do valor ideal para cobrir as despesas, os custos e contribuir com o lucro desejado.

Observa-se que, a massa de lasanha e o tortéi são os itens que estão sendo comercializados com maior preço ao comparar com o calculado, respectivamente, 50% e 37% a mais, o que proporciona maior lucratividade para a empresa. Destaca-se que o tortéi é o produto com maior volume de vendas médias mensais, o que é favorável para a MEI. Por outro lado, a lasanha de 4 queijos e a lasanha de brócolis são os produtos com maior diferença entre o preço calculado e praticado, representando -21% e -8%, na devida ordem.

Ainda que a proprietária não tenha conhecimento sobre os custos do seu negócio e não utilize informações contábeis, constata-se que oito itens do portfólio estão sendo vendidos com preços semelhantes ao calculado. Para melhor visualizar a comparação entre os preços calculados e praticados, desenvolveu-se um gráfico, conforme exhibe a Figura 6.

Figura 6 – Gráfico do preço de venda praticado x calculado



Fonte: elaborada pela autora.

Percebe-se que, todas as lasanhas, independente do sabor, são comercializadas com preço fixo. O mesmo ocorre com o grupo de massas sem recheio, sendo o espagueteão, espaguete, fidelini, macarrão e talharim, e também, com os raviolis, porque, segundo a proprietária, igualar o preço de itens semelhantes facilita a gestão. Então, para que essa prática possa ser mantida, sugere-se que ambos raviolis sejam comercializados com o valor de R\$ 15,76, ou seja, o maior dos dois preços encontrados.

No grupo das massas sem recheio, como todas são vendidas por preço acima do calculado, indica-se a permanência do preço atual. Já no portfólio de lasanhas, recomenda-se alterar o preço de venda unitário para R\$ 17,50. Com isso, o preço calculado será menor que o praticado em todos os sabores, com exceção da lasanha de 4 queijos. Porém, se o preço deste item for alterado para R\$ 20,29, conforme demonstrou o cálculo, o valor estará muito acima do mercado e haverá grandes chances de redução nas vendas.

Neste caso, a receita obtida com a venda do produto lasanha de 4 queijos irá cobrir

com os custos e despesas, mas não alcançará o lucro de 10%. Em contrapartida, o lucro na venda dos outros sabores superará este percentual. Assim, indica-se que as lasanhas de bolonhesa, brócolis, frango e presunto e queijo sejam mais divulgadas, o que alavancará o resultado da empresa.

Ademais, com relação a massa de lasanha e o tortéi, que não fazem parte dos grupos de preços fixos e estão sendo comercializados por preço superior ao calculado, cabe a proprietária definir se prefere continuar comercializando com o preço atual ou se irá reduzi-lo por possuir margem, podendo alcançar novos mercados. Há diversas possibilidades, no entanto, depende da estratégia que a mesma pretende adotar em seu negócio.

Evidencia-se que, os custos e informações desenvolvidas até aqui são parâmetros muito importantes para que sejam realizadas análises e tomadas decisões assertivas, como o exemplo citado anteriormente. Além de identificar o momento em que um produto contribui com o lucro, os dados contábeis também servem para realizar comparações com as práticas de mercado e ajustes que não prejudiquem o resultado.

A fim de realizar uma análise mais aprofundada dos itens do portfólio, elaborou-se a Tabela 8, que demonstra a margem de contribuição de cada item, ou seja, o quanto cada produto está colaborando com a cobertura das despesas e custos fixos que incorrem no negócio. Ainda, foi elaborada a comparação entre a margem de contribuição que está sendo praticada atualmente e a margem que resultaria na aplicação dos preços calculados. O resultado desse paralelo é evidenciado em reais e em percentual (vide Tabela 8).

Tabela 8 – Margem de contribuição praticada x calculada

Produtos	Margem de Contribuição		Diferença de MC	Diferença de MC
	Calculada	Praticada	Praticada X Calculada (R\$)	Praticada X Calculada (%)
Espaguete 500g	R\$ 4,75	R\$ 5,47	R\$ 0,72	15%
Espaguete 500g	R\$ 4,98	R\$ 5,28	R\$ 0,30	6%
Fidelini 500g	R\$ 4,83	R\$ 5,40	R\$ 0,57	12%
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 8,90	R\$ 9,01	R\$ 0,11	1%
Lasanha de 4 Queijos 500g *	<b>R\$ 11,36</b>	<b>R\$ 7,07</b>	<b>-R\$ 4,29</b>	<b>-38%</b>
Lasanha de Brócolis 500g *	<b>R\$ 9,73</b>	<b>R\$ 8,36</b>	<b>-R\$ 1,37</b>	<b>-14%</b>
Lasanha de Frango 500g	R\$ 8,68	R\$ 9,18	R\$ 0,50	6%
Lasanha de Presunto e Queijo 500g *	<b>R\$ 9,38</b>	<b>R\$ 8,63</b>	<b>-R\$ 0,76</b>	<b>-8%</b>
Macarrão 500g	R\$ 4,89	R\$ 5,36	R\$ 0,47	10%
Massa de Lasanha 600g	R\$ 4,11	R\$ 7,77	R\$ 3,66	89%
Nhoque de Batata 500g *	<b>R\$ 6,77</b>	<b>R\$ 6,18</b>	<b>-R\$ 0,59</b>	<b>-9%</b>
Ravioli de Frango e Espinafre 500g *	<b>R\$ 8,83</b>	<b>R\$ 8,47</b>	<b>-R\$ 0,36</b>	<b>-4%</b>
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 8,20	R\$ 8,96	R\$ 0,76	9%
Talharim 500g	R\$ 4,79	R\$ 5,44	R\$ 0,65	13%
Tortéi 500g	R\$ 5,10	R\$ 8,49	R\$ 3,39	66%

Nota: \* itens com margem de contribuição calculada superior a praticada atualmente.

Fonte: elaborada pela autora.

Observa-se que todos os itens apresentam margem de contribuição positiva, o que demonstra que a estrutura dos custos variáveis da empresa está adequada. No entanto, é importante que a proprietária ajuste o preço de venda de alguns itens, para que a margem de contribuição aumente. Cabe ressaltar que a MEI estava considerando retirar o item nhoque de batata de sua produção. Os dados evidenciam que, apesar de o nhoque não estar sendo comercializado por um preço satisfatório, que possibilite o lucro almejado, possui margem de contribuição positiva, ou seja, a venda deste item contribui com a cobertura dos custos e despesas fixas. Assim, o mais indicado é que a proprietária ajuste o preço conforme encontrado e evidenciado na Tabela 6.

Como citado anteriormente, sugeriu-se a alteração do preço de venda do grupo de

lasanhas para R\$ 17,50 e do grupo de raviolis para R\$ 15,76. Deste modo, também foi elaborada a tabela de margem de contribuição com base nesse ajuste por grupo de produtos. O grupo de massas não foi incluso nessa nova tabela porque sugeriu-se manter o preço de venda atual, assim, a margem de contribuição desses itens pode ser visualizada na tabela anterior.

Tabela 9 – Margem de contribuição praticada x preço sugerido

Produtos	Margem de Contribuição	
	Preço Sugerido	Praticada
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 10,51	R\$ 9,01
Lasanha de 4 Queijos 500g	R\$ 8,57	R\$ 7,07
Lasanha de Brócolis 500g	R\$ 9,86	R\$ 8,36
Lasanha de Frango 500g	R\$ 10,68	R\$ 9,18
Lasanha de Presunto e Queijo 500g	R\$ 10,13	R\$ 8,63
Ravioli de Frango e Espinafre 500g	R\$ 8,83	R\$ 8,47
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 9,32	R\$ 8,96

Fonte: elaborada pela autora.

É possível notar que a margem de contribuição teria aumento nesses itens e, quanto maior a margem de contribuição, melhor é o resultado. Para finalizar as análises, foram elaboradas duas tabelas, na mesma estrutura das anteriores, que demonstram o lucro obtido em cada um dos quinze itens examinados. O lucro unitário foi calculado deduzindo o custo variável unitário e o percentual de despesas e custos fixos de 46% do preço de venda. Ressalta-se que, por ter sido utilizado 10% de lucro no cálculo do *markup*, o lucro unitário calculado mantém este percentual.

Tabela 10 – Lucro praticado x calculado

Produtos	Lucro Unitário (R\$)		Diferença do Lucro Praticado X Calculado (R\$)	Diferença do Lucro Praticado X Calculado (%)
	Calculado	Praticado		
Espaguetão 500g	R\$ 0,85	R\$ 1,24	R\$ 0,39	46%
Espaguete 500g	R\$ 0,89	R\$ 1,05	R\$ 0,16	18%
Fidelini 500g	R\$ 0,86	R\$ 1,17	R\$ 0,31	36%
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 1,59	R\$ 1,65	R\$ 0,06	4%
Lasanha de 4 Queijos 500g *	<b>R\$ 2,03</b>	<b>-R\$ 0,29</b>	<b>-R\$ 2,32</b>	<b>-114%</b>
Lasanha de Brócolis 500g *	<b>R\$ 1,74</b>	<b>R\$ 1,00</b>	<b>-R\$ 0,74</b>	<b>-43%</b>
Lasanha de Frango 500g	R\$ 1,55	R\$ 1,82	R\$ 0,27	18%
Lasanha de Presunto e Queijo 500g *	<b>R\$ 1,67</b>	<b>R\$ 1,27</b>	<b>-R\$ 0,41</b>	<b>-24%</b>
Macarrão 500g	R\$ 0,87	R\$ 1,13	R\$ 0,25	29%
Massa de Lasanha 600g	R\$ 0,73	R\$ 2,71	R\$ 1,98	269%
Nhoque de Batata 500g *	<b>R\$ 1,21</b>	<b>R\$ 0,89</b>	<b>-R\$ 0,32</b>	<b>-26%</b>
Ravioli de Frango e Espinafre 500g *	<b>R\$ 1,57</b>	<b>R\$ 1,38</b>	<b>-R\$ 0,19</b>	<b>-12%</b>
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 1,46	R\$ 1,87	R\$ 0,41	28%
Talharim 500g	R\$ 0,85	R\$ 1,20	R\$ 0,35	41%
Tortéi 500g	R\$ 0,91	R\$ 2,74	R\$ 1,83	201%

Nota: \* itens com lucro calculado superior ao praticado atualmente.

Fonte: elaborada pela autora.

A partir do exposto na tabela, verifica-se que a Lasanha de 4 Queijos 500g é o único produto que está sendo vendido sem gerar lucro para a empresa, assim, cada unidade contribui com o prejuízo de R\$ 0,29. Os demais itens contribuem com o lucro, porém, os que estão destacados não atingem os 10% estimados. Novamente, evidencia-se que a massa de lasanha e o tortéi são os produtos com maior lucro unitário, representando, respectivamente, 269% e

201% superior ao lucro alcançado com o preço de venda calculado.

A Tabela 11 apresenta o lucro que seria auferido caso a proprietária praticasse os preços sugeridos para o grupo de lasanhas e de raviolis.

Tabela 11 – Lucro praticado x preço sugerido

Produtos	Lucro Unitário (R\$)	
	Preço Sugerido	Praticado
Lasanha Bolonhesa 500g	R\$ 2,46	R\$ 1,65
Lasanha de 4 Queijos 500g	R\$ 0,52	-R\$ 0,29
Lasanha de Brócolis 500g	R\$ 1,81	R\$ 1,00
Lasanha de Frango 500g	R\$ 2,63	R\$ 1,82
Lasanha de Presunto e Queijo 500g	R\$ 2,08	R\$ 1,27
Ravioli de Frango e Espinafre 500g	R\$ 1,58	R\$ 1,38
Ravioli de Mussarela 500g	R\$ 2,07	R\$ 1,87

Fonte: elaborada pela autora.

Desse modo, percebe-se que a lasanha de 4 queijos passa a contribuir positivamente para o resultado da empresa, bem como, o lucro alcançado com a venda dos demais sabores de lasanha supera os 10% estimados, acarretando em um equilíbrio entre o preço de venda e o lucro. Já no grupo dos raviolis, os 10% de lucro seriam auferidos no recheado com frango e espinafre, enquanto que, o recheado com mussarela contribuiria com 13,32% de lucro. Destaca-se que, essas alterações de preço foram sugeridas após a análise dos resultados encontrados neste estudo e a verificação dos preços aplicados nos mercados.

## 5. Conclusão

Com o intuito de verificar e analisar os possíveis resultados a serem obtidos ao desenvolver a estrutura de custos e a precificação de produtos do segmento de massas frescas de um Microempreendedor Individual (MEI), que está localizado na Serra Gaúcha, desenvolveu-se um estudo de caso com os quinze itens enquadrados neste segmento da indústria. Inicialmente coletou-se todos os dados referente aos ingredientes e quantidades utilizadas na produção de cada mercadoria. Após, mapeou-se os processos de produção, possibilitando a identificação do custo variável unitário de cada item.

Ademais, os dados desenvolvidos foram utilizados para proporcionar informações gerenciais, um dos objetivos da contabilidade de custos. Por isso, foram calculados os preços de venda dos produtos com base nos custos, através do *markup*, identificando quais estão sendo comercializados com preços superiores ao calculado e quais necessitam de atenção especial. A partir disso, desenvolveu-se a comparação entre os preços de venda praticados e calculados, a margem de contribuição e o lucro unitário auferido.

Como resultado, evidenciou-se que cinco itens do portfólio, sendo a lasanha de 4 queijos, de brócolis, de presunto e queijo, o nhoque de batata e o ravioli de frango com espinafre, estão sendo comercializados abaixo do preço de venda calculado. Ainda, notou-se que a venda da lasanha de 4 queijos está causando prejuízo, pois não cobre com os custos e despesas, enquanto que, os outros quatro produtos conseguem satisfazer os custos e despesas, no entanto, não alcançam o lucro de 10%, conforme estimado no cálculo do *markup*.

Além disso, para compor o cálculo do *markup*, identificou-se todos os custos e despesas fixas que incorrem no negócio, comparando-os com o faturamento médio mensal. Como consequência, encontrou-se que os gastos fixos representam 46% do valor total de receitas. Ao mesmo tempo, o custo variável de cada item representa em média 43% do preço de venda. A lasanha de 4 queijos apresenta o custo variável mais alto (56%), enquanto a

massa de lasanha e o tortéi representam o menor custo variável, 29% e 32% respectivamente.

Utilizando as informações desenvolvidas e a premissa de preço de venda fixo para grupo de produtos semelhantes, o qual a proprietária deseja manter na condução do negócio, estruturou-se o preço sugerido para o grupo de lasanhas, raviolis e massas. Com isso, o grupo de massas pode continuar sendo comercializado pelo valor atual, visto que o preço calculado ficou abaixo do praticado em todos os itens. Observando os raviolis, indicou-se o ajuste para R\$ 15,76 por unidade em ambos os recheios, ou seja, o preço de venda calculado mais alto entre os dois produtos.

Já com relação às lasanhas, aconselha-se praticar o preço de R\$ 17,50 por bandeja, para que, além de cobrir com a totalidade de custos e despesas, também seja próximo ao valor adotado pelos concorrentes. Neste caso, a lasanha de 4 queijos será comercializada por preço inferior ao calculado, mas, cobrirá com todos os custos e despesas e, os demais sabores garantirão maior percentual de lucro, o que auxilia no equilíbrio do resultado. Esse ajuste tem muita relevância, visto que, a soma das vendas de todos os sabores de lasanhas representa 48% do faturamento total.

Ademais, a massa de lasanha e o tortéi concedem margem de contribuição de 89% e 66%, na devida ordem, com o preço praticado atualmente. Desta forma, esse estudo possibilita que a Microempreendedora adote estratégias e tome decisões com base em dados fidedignos que a contabilidade proporciona. Por isso, além de apresentar sugestões, esse artigo elaborou dados que garantem que a proprietária tenha conhecimento da estrutura dos custos do negócio e dos produtos desenvolvidos.

A partir disso, terá discernimento para escolher o preço que deseja comercializar os itens e saber o quanto pode conceder de desconto, qual é a margem de lucro, quais itens deve estimular as vendas e quais podem ser revistos, ou seja, o estudo de caso oportuniza informações que auxiliam na condução das operações de forma eficiente, reduzindo as incertezas e aumentando o planejamento. Este artigo também contribui para que outros Microempreendedores obtenham clareza das suas operações, servindo como um guia de como elaborar e analisar informações sobre custos.

No quesito acadêmico, esse estudo demonstra, através de um caso real, como realizar o processo de levantamento e estruturação de custos na prática, desenvolvendo dados contábeis e evidenciando a importância dos mesmos na condução de qualquer negócio. Além do mais, esse trabalho pode ser utilizado como base para pesquisas futuras, que visam explorar a temática de custos e de gestão, aplicadas aos Microempreendedores Individuais, podendo utilizar a metodologia em outros segmentos de negócios e, até mesmo, com métodos de custeio distintos.

Identificou-se algumas limitações na coleta dos dados para o desenvolvimento do estudo porque a proprietária não utiliza nenhum sistema e auxílio da contabilidade, assim, foi preciso reunir e apurar tudo de forma manual. Além disso, algumas informações encontradas misturam-se com a pessoa física, tornando o trabalho mais complexo. Por conta disso e pela limitação do tempo, não foi possível desenvolver o estudo nos dois segmentos de produtos. Logo, por apresentarem maior representatividade na receita mensal, optou-se pelas massas.

Deste modo, recomenda-se que estudos futuros abordem a totalidade das operações deste Microempreendedor Individual ou, também, de empresas de outros segmentos e de diferentes portes. Ainda, sugere-se a aplicação da margem de contribuição média ponderada, que possibilita o cálculo da margem de segurança, ponto de equilíbrio e mix ideal de produtos. Como recomendação adicional, propõe-se o desenvolvimento de um estudo que analise a alteração de Microempreendedor Individual para Simples Nacional, já que o faturamento atual está quase alcançando o limite anual do MEI e há uma tendência de aumento da receita, caso a proprietária opte por ajustar o preço de venda dos produtos analisados.

## Referências

ALKHAJEH, H. A.; KHALID, A. A. Management Accounting Practices (MAPs) Impact on Small and Medium Enterprise Business Performance within the Gauteng Province of South Africa. **Journal of Accounting and Auditing**, v. 1, n. 1, p. 1-8, 2018.

ALVES, A. **Teoria da contabilidade**. Porto Alegre: Sagah, 2017.

ARAÚJO, I. P. S. **Introdução à Contabilidade**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

BEHLING, G.; LENZI, F. C. Entrepreneurial Competencies and Strategic Behavior: a Study of Micro Entrepreneurs in an Emerging Country. **Brazilian Business Review**, v. 16, n. 3, p. 255-272, 2019.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 14 dez. 2006. Seção VII, p. 20.

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 19 de dezembro de 2008; 187º da Independência e 120º da República.

BRASIL. Lei Complementar nº 188, de 31 de dezembro de 2021. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, 31 de dezembro de 2021; 200º da Independência e 133º da República.

BRASIL. Receita Federal do Brasil. Instrução Normativa nº 1700, de 14 de março de 2017. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, 14 de março de 2017.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP12C**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BUTIGNON, R. L. **MEI - Como formalizar e gerenciar empresas**. São Paulo: Expressa, 2021.

COSTA, I.; LUCENA, W. G. L. Princípios globais de contabilidade gerencial: a relação entre as práticas gerenciais e o desempenho de empresas brasileiras. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 23, p. 503-518, 2021.

CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade de Custos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

CRESWELL, J. W.; CRESWELL, J. D. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2021.

FAVERO, H. L.; LONARDONI, M.; SOUZA, C.; TAKAKURA, M. **Contabilidade: teoria e prática**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FILHO, L. P. G.; SILVA, M. E.; GUIMARÃES, M. L. F.; BRISTOT, V. M.; UGGIONI, E. Aplicação do Método do Centro de Custos em uma Microempresa Individual: Estudo de Caso em uma Confeitaria. **Revista ABCustos**, v. 17, n. 3, p. 181–212, 2022.

GIBBS, G. **Análise de dados qualitativos (Métodos de pesquisa)**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MARION, J. C. **Contabilidade empresarial e gerencial: instrumentos de análise, gerência e decisão**. 19. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MARION, J. C.; RIBEIRO, O. M. **Introdução à contabilidade gerencial**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2023.

MARTINS, E.; ROCHA, W. **Métodos de custeio comparados: custos e margens analisados sob diferentes**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

MEGLIORINI, E. **Custos: análise e gestão**. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

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

MULLER, A. **Contabilidade introdutória**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade de custos: teoria, prática, integração com Sistemas de Informações (ERP)**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

PINON, M. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Gran Cursos Online, 2019.

PURIFICAÇÃO, E. F. S.; SILAS, S. S.; CAVALHEIRO, R. T.; CONCEIÇÃO, G. P. M. Precificação no Contexto das Micro e Pequenas Empresas (MPes): Podemos Sofisticar ou Ainda Pecamos no Básico? **Revista Contabilidade e Controladoria**, v. 14, n. 3, p. 135–154, 2022.

RIBEIRO, O. M. **Noções de contabilidade**. São Paulo: Érica, 2019.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, G. J.; MARION, J. C.; SEGATTI, S. **Administração de custos na agropecuária**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SEBRAE RS - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Sebrae em dados - Sobrevivência de empresas**. 2022. Disponível em:



<<https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-sobrevivencia-de-empresas>>. Acesso em: 23 mar. 2024.

SILVA, J. G. F.; ANDRADE, V. H. M. Gestão empresarial: um estudo sobre o microempreendedor individual do setor de comércio do município de São Mateus - ES. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 11, p. 59-84, 2021.

SILVA, M. L. **Contabilidade Geral**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2010.

SOUZA, A. F. **Contabilidade na prática**. São Paulo: Trevisan, 2014.

YANASE, J. **Custos e formação de preços**: importante ferramenta para tomada de decisões. 1. ed. São Paulo: Trevisan, 2018.