

TRABALHO 55

CUSTEIO DIRETO NA GESTÃO DE PRODUTOS

**CLÉCIO SIEGFRIED STEINTHALER
ESTER MARLENE KURTZ
LUCIMARA BORTOLETO CANDIOTTO**

Como fazer a referência ao citar o trabalho 55

STEINTHALER, Clécio Siegfried; KURTZ, Ester Marlene; CANDIOTTO, Lucimara Bortoleto. Custeio direto na gestão de produtos. In: NASCIMENTO NETO, José Osório do; RIBEIRO, Nonie; CANDIOTTO, Lucimara Bortoleto. (Orgs.). *Tecnologia e inovação: limites e possibilidades do metaverso para a pesquisa, extensão e internacionalização*. Anais do Seminário de Pesquisa, extensão e internacionalização. (Regional Centro Sul – SEPESQ e Jornada de Iniciação Científica Estácio). 1. ed. Curitiba: GRD, 2023. ISBN: 978-65-997628-5-7 FATEC | ISBN: 978-65-997628-4-0 ESTÁCIO | DOI: 10.5281/zenodo.7922707

CUSTEIO DIRETO NA GESTÃO DE PRODUTOS

Clécio Siegfried Steinhaller¹
Ester Marlene Kurtz²
Lucimara Bortoleto CandiOTTO³

Uma gestão de custos eficiente influencia diretamente no resultado das organizações, pois muitas vezes o negócio está indo bem, com as vendas em alta e mesmo assim, não dá lucro. O empresário não entende o que está errado no processo e em algumas situações acredita que basta aumentar o preço de venda para alcançar o lucro desejado, o que pode piorar a situação, ocasionando queda nas vendas, caso o preço de venda fique acima do valor de seus concorrentes. Em outros casos a estratégia do empresário vai dando certo por um tempo, mas aos poucos aquele lucro vai reduzindo até desaparecer. O que pode estar acontecendo? A resposta não é tão simples assim, isso pode depender de vários fatores: aumento da concorrência, qualidade dos produtos, preço de venda, etc. Entretanto, a proposta desse texto é apresentar uma reflexão sobre a importância da gestão de custos, mais precisamente do custeio direto, também conhecido como custeio variável. Esse método de custeio é utilizado para fins gerenciais e trabalha com um conceito muito importante que é a margem de contribuição. Conhecer a margem de contribuição dos produtos pode ser um fator de grande importância para os gestores e empresários quanto à gestão dos cursos dos produtos do seu negócio. A margem de contribuição é calculada diminuindo do preço de venda, os custos e despesas variáveis, ou

¹ Contador, Economista, Mestre em Engenharia de Produção e professor da Faculdade Estácio de Curitiba. E-mail: clecio.steinhaller@estacio.br

² Contadora, Mestre em Contabilidade e professora da Faculdade Estácio de Curitiba. E-mail: ester.kurtz@estacio.br

³ Contadora, Mestre em Educação e professora na Faculdade Estácio de Curitiba. E-mail: lucimara.candiotto@estacio.br

seja, quanto aquele produto custou para ser produzido e vendido, considerando apenas os gastos variáveis, que são aqueles que variam de acordo com a quantidade produzida e vendida. A margem de contribuição unitária representa o quanto a produção e venda de uma unidade adicional de um produto contribui para a empresa, para que esta possa amortizar seus custos fixos e obter lucro (VICEONTI; NEVES, 2010). São alguns exemplos de gastos variáveis (custos e despesas): matéria-prima, materiais secundários, embalagem, comissões sobre vendas, etc. Quando se faz esse cálculo chega-se ao valor que cada produto contribui para que a empresa possa pagar seus custos fixos, ou seja, aqueles gastos necessários para seu funcionamento. Por isso é tão importante conhecer a margem de contribuição de cada produto comercializado pela empresa, pois alguns produtos contribuem muito pouco para custear os gastos do seu negócio e em alguns casos é preciso repensar se realmente vale a pena continuar investindo nesse produto. Por outro lado, o empresário pode descobrir que determinado produto possui uma margem de contribuição elevada e merece investimento em marketing e um maior destaque na vitrine para alavancar sua venda. Várias podem ser as estratégias para alavancar seus resultados a partir de um conhecimento da margem de contribuição dos seus produtos. Para que isso seja possível, primeiramente será necessário um levantamento de todos os custos e despesas variáveis de cada um dos produtos do negócio de forma detalhada. Isso pode demandar um investimento inicial, mas que pode compensar com os resultados que poderão vir no longo prazo e com as informações que o gestor terá a sua disposição para tomada de decisão. Importante analisar o resultado e quanto maior a margem de contribuição, melhor. Vale ressaltar que é importante comparar a margem de contribuição dos diversos produtos do negócio e tomar as melhores decisões com para que se possa atingir um melhor resultado. Não basta o empresário calcular seu preço de venda mediante aplicação de um percentual aleatório sobre o custo do seu produto, ou mesmo praticar o preço próximo ao da concorrência pois essas eram práticas do passado e que funcionavam quando a concorrência era pequena. Atualmente são muitas variáveis envolvidas e cada empresário precisa analisar o seu produto e calcular os custos envolvidos no seu negócio da melhor forma

possível, tendo em vista que os insumos utilizados pelo seu concorrente podem não ser os mesmos, a qualidade do produto pode não ser a mesma, o público-alvo, etc. Dessa forma, quanto melhor se conhece o seu produto e o seu negócio, melhores e mais assertivas serão as decisões tomadas.

Palavras-chave: Custos; Margem de contribuição; Custeio direto.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. Grupo GEN, 2018. E-book. ISBN 9788597018080. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018080/>. Acesso em: 19 out. 2022.

VICECONTI, Paulo Eduardo V. NEVES, Silvério. das. Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo /9. ed. São Paulo: Frase Editora, 2010.