

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BARRA MANSA
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**Érica Nascimento Domingos
Laila da Silva Costa
Suelen Magalhães Gomes Leite**

**UM ESTUDO SOBRE GESTÃO DE CUSTOS COMO SUPORTE PARA MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS**

**Barra Mansa
2021**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BARRA MANSA
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

Érica Nascimento Domingos

Laila da Silva Costa

Suelen Magalhães Gomes Leite

**UM ESTUDO SOBRE GESTÃO DE CUSTOS COMO SUPORTE PARA MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Engenharia de Produção do Centro Universitário de Barra Mansa como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel do Curso de Engenharia de Produção, sob a orientação do professor Fábio Costa Mendes.

**Barra Mansa
2021**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BARRA MANSA
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

Érica Nascimento Domingos

Laila da Silva Costa

Suelen Magalhães Gomes

**UM ESTUDO SOBRE GESTÃO DE CUSTOS COMO SUPORTE PARA MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Engenharia de Produção do Centro Universitário de Barra Mansa como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel do Curso de Engenharia de Produção, sob a orientação do professor Fábio Costa Mendes.

Data de aprovação:

Fábio Costa Mendes

André Luiz de Oliveira Coutinho da Silva

Carlos José de Moraes Freire

AGRADECIMENTOS

Agradecemos inicialmente a Deus, por mais uma conquista de tantas que já tivemos, somos gratas pela proteção e força para seguir em frente em todo o trajeto desta jornada.

A nossa família pelo apoio constante e pela ajuda a ultrapassar obstáculos encontrados ao longo do curso.

Ao orientador professor Fábio Costa Mendes, obrigada pela ajuda, dedicação, orientação em ensinar-nos.

Aos membros da banca por toda contribuição.

Também aos professores que fizeram parte de nossa trajetória contribuindo sempre com o melhor para nossa formação.

“Existem muitas hipóteses em ciência que estão erradas. Isso é perfeitamente aceitável, eles são a abertura para achar as que estão certas”. (Carl Sagan)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 OBJETIVOS	12
1.1.1 Objetivo geral	12
1.1.2 Objetivo específico	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS.....	14
2.2 IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA.....	17
2.2.1 Gerenciamento financeiro nas MPE's.....	18
2.3 CONTABILIDADE DE CUSTOS.....	19
2.3.1 Gastos	19
2.3.2 Custos	20
2.3.4 Preço de venda	22
2.3.5 Formação de preço com base nos custos	23
2.3.6 Formação de preço com base no mercado	24
2.3.7 Margem de contribuição	24
3 METODOLOGIA	27
3.1 CLASSIFICAÇÕES DA PESQUISA.....	27
3.2 CARACTERIZAÇÕES DA EMPRESA E O PERÍODO DE APLICAÇÃO.....	27
3.3 MÉTODOS DE COLETAS DE DADOS.....	27
3.4 MÉTODOS DE ANÁLISE DE DADOS.....	28
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
4.1 CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS.....	29
4.2 VENDAS.....	30
4.3 COMPRAS.....	31
4.4 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	32
5 CONCLUSÃO	34
7 TRABALHOS FUTUROS	35

LISTA DE GRÁFICOS E QUADROS E TABELAS

Figura 1: Distribuição dos pequenos negócios mais vulneráveis nos grandes setores	16
Figura 2: Distribuição dos pequenos negócios mais vulneráveis nos grandes setores	16
Figura 3: Distribuição dos pequenos negócios mais vulneráveis por UF.	17
Figura 4: Composição da Taxa de marcação.....	23
Figura 5: Representação do ponto de equilíbrio de um negócio	25
Figura 6: Planilha de Gestão de Custos, aba “ Custos Fixos e Variáveis ”.	29
Figura 7: Planilha de Gestão de Custos, aba “ Vendas ”	30
Figura 8: Segunda tabela da aba “ Vendas ”	31
Figura 9: Planilha de Gestão de Custos, aba “ Compras ”.	31
Figura 10: Planilha de Gestão de Custos, aba “ Ponto de Equilíbrio ”	32

RESUMO

DOMINGOS, E. N., COSTA, L. S. e GOMES, S. M. **Um estudo sobre gestão de custos como suporte para micro e pequenas empresas.** 2021. 37 pág. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Engenharia de Produção) – Centro Universitário de Barra Mansa. Barra Mansa, RJ,2021.

Estudos realizados pelo SEBRAE verificam que a taxa de sobrevivência das Micro e Pequenas empresas é significativamente baixa, a maioria encontra dificuldade na gestão financeira logo nos primeiros anos, isso nos traz a constatação de que é necessário ao empreendedor ter um controle de gastos e obter conhecimento sobre gestão de custos, para lidar com as finanças de sua organização. Tendo em vista a crescente dificuldade dessas micro e pequenas empresas em se manterem no mercado, pesquisa-se sobre gestão de custos como suporte para essas organizações, a fim de aplicar um modelo de planilha prático e simplificado para o processo de gerenciamento desses custos iniciais, listando os custos fixos e variáveis, custos do produto ou serviço prestado, compras e vendas realizadas no mês, preço de venda do produto, receita gerada e lucro efetivo, após o levantamento de todos os dados deverá ser aplicados cálculos básicos a modo de identificar o ponto de equilíbrio do negócio. Para tanto, faz-se necessário obter conhecimento sobre as principais nomenclaturas utilizadas na contabilidade de custos, entender cada tipo de custo e despesas, assim como, saber classificá-los. Como apoio para esse estudo foram realizadas pesquisas bibliográficas, com o objetivo de estabelecer o estado da arte e destacar os principais estudos sobre o tema proposto. Com o objetivo de contribuir para estudos a respeito de gerenciamento de custos em micro e pequenas empresas, foi proposta a aplicação de uma planilha simplificada para gerenciamento de custo, utilizando o exemplo de uma empresa do segmento de comunicação visual.

Palavras-chave: Gestão de Custos; Gestão Financeira; Micro e Pequenas Empresas

ABSTRACT

Studies carried out by SEBRAE show that the survival rate of Micro and Small companies is significantly low, most find it difficult to manage financially in the first few years, which brings us to the realization that it is necessary for the entrepreneur to control expenses and obtain knowledge about cost management, to handle your organization's finances. In view of the growing difficulty of these micro and small companies to remain in the market, research is carried out on cost management as a support for these organizations, in order to apply a practical and simplified spreadsheet model for the process of managing these initial costs, listing the fixed and variable costs, costs of the product or service provided, purchases and sales made in the month, product sales price, revenue generated and effective profit, after collecting all the data, basic calculations should be applied in order to identify the breakeven point of the business. Therefore, it is necessary to obtain knowledge about the main nomenclatures used in cost accounting, understand each type of cost and expenses, as well as know how to classify them. As support for this study, bibliographical research was carried out, with the aim of establishing the state of the art and highlighting the main studies on the proposed theme. In order to contribute to studies on cost management in micro and small companies, the application of a simplified spreadsheet for cost management was proposed, using the example of a company in the visual communication segment.

Keywords: Costs management; Financial management; Micro and Small Businesses

1 INTRODUÇÃO

O segmento de micro e pequenas empresas demonstra resistência e importância na cadeia produtiva do país, contribuindo para a geração de empregos e recuperação da economia. Apesar da grande importância e seu papel relevante no cenário econômico, a taxa de sobrevivência das Micro e Pequenas empresas (MPE's) é significativamente baixa (SEBRAE, 2016). Vários estudos buscam apontar as causas que favorecem o encerramento das atividades das MPE's logo nos primeiros anos de atividade.

Devido à dificuldade de micro e pequenas empresas se manterem no mercado pela má gestão dos seus controles de custos, é preciso saber gerenciar estes para garantir a sua sobrevivência. Para isso é necessário utilizar novas tecnologias que atendam às suas necessidades. Porém, elas não são financeiramente acessíveis a todas as empresas recém-consolidadas.

Este trabalho apresenta a aplicação de uma planilha para gerenciamento de custos de maneira simplificada, já que é de extrema importância o entendimento sobre fatores que influenciam diretamente no faturamento de uma empresa. A vantagem de obter esse suporte será a geração de benefícios para ajudar a organização perdurar, como exemplo de benefício podemos destacar a capacidade de obter o equilíbrio de seus gastos mensais e conseqüente poder alcançar desenvolvimento financeiro.

Este estudo aborda a importância da gestão de custos como ferramenta na tomada de decisões e sua aplicação voltada para as micro e pequenas empresas. A proposta é auxiliar empreendedores que não possuem conhecimentos específicos em gestão de custo, a gerir seu empreendimento com mais facilidade. Acredita-se que a instituição que tem a oportunidade de realizar maior controle de seus gastos, podem reduzir seus custos, e conseqüentemente obter maior resultado e chances de expandir.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Estudar uma ferramenta simplificada de Gestão de Custos para fornecer suporte em Micro e Pequenas Empresas.

1.1.2 Objetivo específico

- Estudar as características das Micro e Pequenas Empresas;
- Identificar os possíveis fatores da mortalidade dessas empresas;
- Apresentar as principais nomenclaturas abordadas na contabilidade de custos e as suas aplicações;
- Aplicar um modelo de planilha para o processo de gerenciamento do custo de uma empresa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Terence (2002) *apud* Lima e Ber (1999), “a questão da mortalidade das pequenas empresas no Brasil deve-se a vários fatores e, entre eles, o panorama gerencial destas empresas aparenta ser crítico no que se refere à capacidade de obtenção e uso de instrumentos de gestão”.

Roratto et al. (2015) definem que: “são vários os fatores que provocam esta vida efêmera: a opressão das grandes empresas, limitações do mercado, dificuldades na obtenção de recursos financeiros, o gerenciamento do capital de giro, a carga tributária elevada”.

Para Resende (2018) *apud* Lenzi e Kiesel (2009), dentre as causas que favorecem para o declínio das MPE's, estão a expansão além dos recursos, a falta de planejamento e a carência de análise financeira e de custos adequados. Vale ressaltar que várias dessas causas podem ser evitadas com o auxílio da contabilidade gerencial e a gestão de custos.

Fatoki (2014) também enfatiza que os fatores que são causadores da falência prematura, podem ser internos e externos. Entre os internos que são aqueles amplamente controlados pela organização e incluem a ausência de gerenciamento e experiência, falta de habilidades funcionais (por exemplo, planejamento, organização, liderança e controle) e treinamento, desenvolvimento e atitudes em relação aos clientes, entre os externos são aqueles amplamente incontroláveis pela organização que incluem a indisponibilidade de uma cadeia logística e um alto custo de distribuição, concorrência, aumento dos custos de fazer negócios, falta de financiamento e fraudes.

Um estudo elaborado pelo SEBRAE em 2016, enfatiza que a sobrevivência/mortalidade de uma empresa não é consequência de apenas um fator isolado, mas sim de uma combinação de fatores, denominado “fatores contribuintes”: experiência no ramo pretendido, tipo de ocupação do empreendedor, motivação e planejamento para abertura do empreendimento, capacitação e qualificação dos empresários no campo de atuação no negócio. Sendo assim, é possível afirmar que uma série de fatores contribuem para a mortalidade prematura das MPE's, nota-se que uma parcela significativa inicia e encerra suas atividades de forma precoce. Com o

objetivo de auxiliar no desenvolvimento das atividades e na análise de desempenho desses empreendimentos, o controle dos custos torna-se um importante aliado.

Segundo Botelho e Santos (2004), empreendedores que não possuem conhecimento sobre contabilidade de custos podem compreender melhor o assunto quando se utiliza uma linguagem acessível sobre a gestão de custos, junta-se a teoria com a prática e apresenta-se aos gestores a importância de como utilizar os controles para apuração dos resultados.

2.1 MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

A Lei Geral das Microempresas e empresas de pequeno porte foi instituída em 2006 para regulamentar o disposto na Constituição Brasileira, que prevê o tratamento diferenciado e favorecido à microempresa e à empresa de pequeno porte. Mesmo com algumas alterações na lei inicial, o objetivo principal se mantém, o de contribuir para o desenvolvimento e a competitividade das microempresas e empresas de pequeno porte. Benefícios em relação a simplificação, tornar o processo de abertura menos burocrático, facilidade de acesso ao mercado e obtenção de crédito são uma das vantagens que a Lei Geral oferece às empresas que optam por esse regime.

No Brasil, a definição de microempresa e empresa de pequeno porte é feita pelo Art. 3º, da Lei Complementar 123/06, a qual é definida pela receita bruta, no caso da microempresa, obter uma receita no ano-calendário igual ou inferior a R\$360.000,00 e, no caso da empresa de pequeno porte, receita superior a R\$360.000,00 e igual ou inferior a R\$4.800.000,00. Sendo considerada receita bruta, o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em contas de terceiros, não sendo incluídos as vendas canceladas e os descontos incondicionais recebidos.

Além da receita bruta anual descrita na Lei complementar, citada anteriormente, alguns órgãos, a exemplo do SEBRAE (Serviço de apoio às Micro e Pequenas Empresas), utilizam o número de funcionários para classificar as empresas. Para ser considerada microempresas do setor de comércio e serviços, essas podem possuir até 9 funcionários, já no setor industrial é permitido até 19 funcionários, são

classificadas Empresas de Pequeno Porte aquelas que têm de 10 a 19 funcionários para comércio e serviços, e de 20 a 99 funcionários no setor industrial já as Empresas de Médio Porte no setor de comércio a quantidade de funcionários vai de 50 a 99 empregados para setor de comércio e serviços, e de 100 a 499 empregados para indústrias.

As MPE'S possuem um papel fundamental no setor econômico brasileiro, contribuindo de forma importante para o desenvolvimento do país. De acordo com o SEBRAE, juntas elas representam 99% dos negócios brasileiros e respondem por 30% de tudo que é produzido no país, sendo responsáveis por 55% dos empregos gerados no Brasil.

Uma pesquisa publicada pelo SEBRAE em 2016, apresenta a taxa de sobrevivência/mortalidade de empresas, com até 2 anos de atividade, constituídas nos anos de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012. Foram entrevistadas 2.006 empresas, para cada uma dessas empresas, foram consideradas as informações disponíveis nos registros da Secretaria da Receita Federal (SRF), no período de 2008 a 2014. A última base de dados disponibilizada pela SRF foi a referente ao ano de 2014, contudo só é possível identificar a taxa de sobrevivência de 2 anos para as empresas criadas até 2012.

Essa pesquisa aponta que a taxa de sobrevivência de até 2 anos das Microempresas constituídas em 2012 foi de apenas 55%. E no caso dos Microempreendedores Individuais (MEI) foi de 87%, a taxa se aproxima mais da taxa das Empresas de Pequeno Porte do que das MPE's. Esses resultados mostram que as Microempresas constituem o grupo que tem maior peso no fechamento dos pequenos negócios, seja pelo elevado número de empresas deste porte no mercado, seja porque é o segmento com maior taxa de mortalidade.

Uma das questões que contribui para alta taxa de mortalidade entre as MPE's é a falta de conhecimento em gestão financeira, leva muitos empreendedores a práticas nocivas que podem custar a sobrevivência do seu empreendimento no mercado. Uma das práticas observada, foi a falta de uma pesquisa em relação ao mercado no qual a empresa quer atuar, não ter conhecimento a respeito da concorrência, com isso para ganhar mercado muitos empreendedores oferecem seus produtos a preços subestimado como forma de ganhar mercado, o que resulta em um desequilíbrio de suas contas comprometendo

a saúde financeira do negócio deixando-o vulnerável a qualquer tipo de evento externo. Um exemplo recente de evento externo foi a pandemia causada pelo vírus Sars-Cov-2, decretada em março de 2020 pela OMS (Organização Mundial da Saúde), levou a adoção de medidas e decretos impondo o isolamento social e a quarentena, resguardando apenas os serviços públicos e atividades essenciais, isso gerou um grande impacto em pequenas empresas que não tinham um planejamento adequado dos custos com reservas emergenciais.

Segundo o SEBRAE (2021), no Brasil existem 17,77M de pequenos negócios, onde 12,92M deles estão sensíveis ao impacto da COVID-19 e encontram-se vulneráveis à nova crise econômica. Podendo ser evidenciados por setores, (Figura 1), por segmentos (Figura 2) e por estados mais afetados (Figura 3).

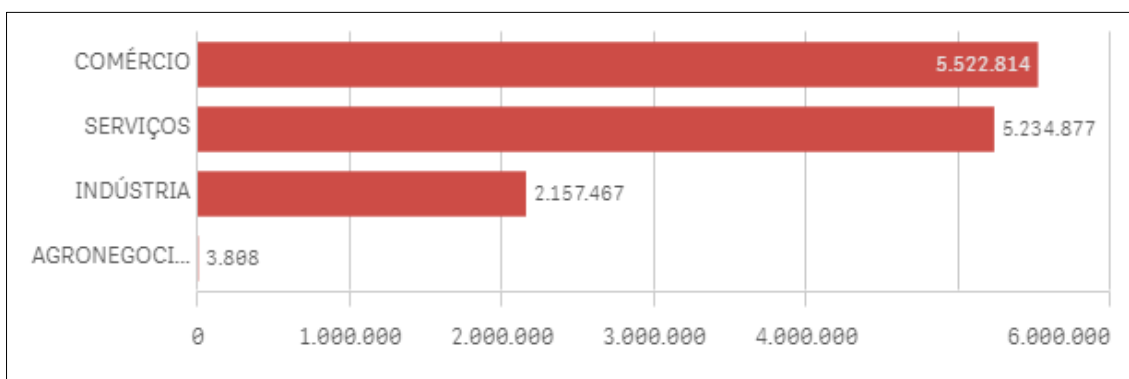


Figura 1: Distribuição dos pequenos negócios mais vulneráveis nos grandes setores
Fonte: SEBRAE 2021

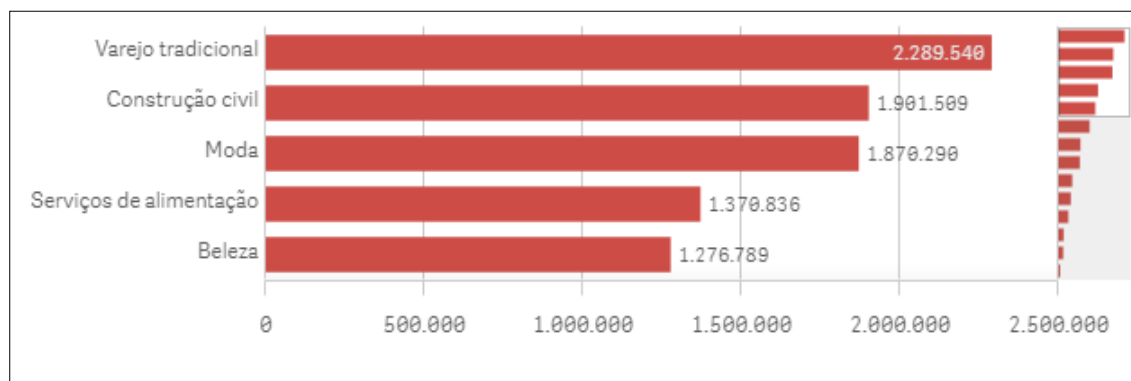


Figura 2: Distribuição dos pequenos negócios mais vulneráveis nos grandes setores
Fonte: SEBRAE 2021

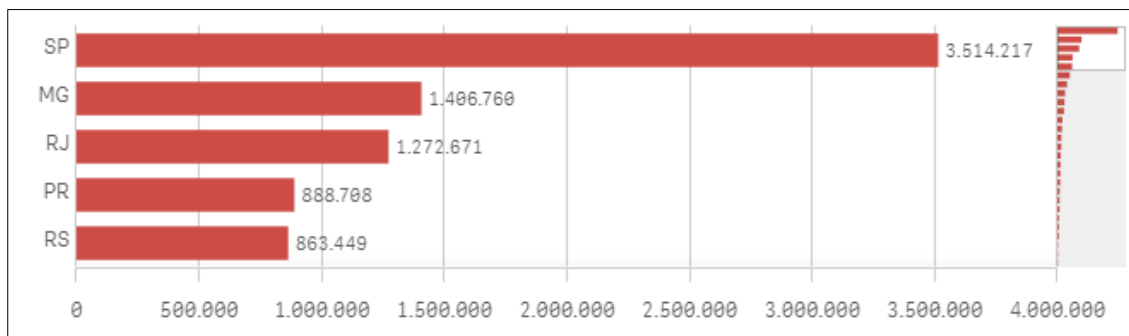


Figura 3: Distribuição dos pequenos negócios mais vulneráveis por UF.

Fonte: SEBRAE 2021

Para que as micro e pequenas empresas permaneçam em suas atividades, se faz necessário um planejamento, o controle de gastos, estoques e patrimônio. Essa falta de controle de gastos pode ocasionar numa perda de controle no caixa da empresa, simplesmente pelo fato de muitos serem leigos em relação as exigências e aplicações de recursos dentro do empreendimento, levando à adoção de práticas nocivas para o negócio, como a de não diferenciar as contas pessoais das contas da empresa. (CHAVES; LAMES; LAMES, 2013).

2.2 IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA

Para Chiavenato (2014) em um cenário de econômico conturbado a gestão financeira desponta como sendo uma das áreas empresariais mais importantes na condução das empresas rumo a excelência, competitividade e sustentabilidade, pois para muitos empresários, a rentabilidade das empresas é basicamente sinônimo de excelência e sucesso empresarial. O mesmo trata da importância que tanto os proprietários, gestores, acionistas e executivos tenham conhecimento sobre as bases da gestão financeira e sobre seus indicadores financeiros, pois é por meio do balanço contábil e dos demonstrativos financeiros que o mercado mede o sucesso empresarial e as oportunidades para possíveis aplicações financeiras.

Independente do porte da empresa, o gerenciamento de suas finanças de forma eficiente, é fundamental para a sobrevivência no mercado cada vez mais competitivo, exigindo dos gestores equilíbrio financeiro, dinamismo e criatividade para assegurar o equilíbrio financeiro e desenvolvimento de seu empreendimento. Um gerenciamento eficiente integra elementos como o domínio a respeito do

mercado em que está atuando, controles de caixa e de investimentos, planejamento estruturado, conhecimento da concorrência, dentre outros elementos.

De acordo com Gomes (2015), o sucesso na gestão financeira depende dos conhecimentos acerca de administração de capital de giro, planejamento, uso das ferramentas de controle de caixa, sendo necessário tais elementos fazerem parte da rotina dos gestores empresariais, contribuindo com a redução das altas taxas de mortalidade. Torna-se evidente a necessidade de uma boa gestão financeira para a micro e pequena empresa, e sua influência para a permanência desta no mercado.

2.2.1 Gerenciamento financeiro nas MPE's

Em sua grande maioria, as MPE's são empresas familiares, onde o proprietário e o gestor são a mesma pessoa, sem muito conhecimento sobre gestão financeira do negócio, assim a tomada de decisão é realizada de forma intuitiva, sem embasamento em dados.

Souza e Rios (2011) em seu estudo, tiveram como meta a verificação nas microempresas do município de São Roque - SP a respeito da utilização de algum tipo de ferramenta da Contabilidade Gerencial como gestão financeira. De acordo com as 94 entrevistas realizadas, verificou-se que 51,22% dos entrevistados não fazem o uso da Contabilidade Gerencial e 26,83% responderam utilizarem. Dentro desta porcentagem que utiliza a Contabilidade Gerencial somente 7,69% das microempresas informaram que utilizam todas as ferramentas questionadas (controle de contas a pagar, controle de estoque, orçamento, planejamento tributário, técnicas de análises de investimentos, fluxo de caixa, controle de contas a receber, análise das demonstrações contábeis e controle de bens do imobilizado) na pesquisa.

Azevedo e Leoni (2011) realizaram um estudo no estado do Rio Grande do Norte, onde observaram que a gestão financeira das organizações adotadas como objeto de estudo, tem suas práticas e critérios guiados pelo empirismo, possuindo como fator principal a falta de capacitação técnica de seus gestores e relação ao planejamento financeiro e controle organizacional.

Para Lima e Imoniana (2008, p. 30), "instrumentos de controle gerencial podem ser cruciais para diminuir a alta taxa de falência nas MPEs, tais como:

controle de caixa, controle de contas a pagar e receber, estoques, custos, formação de preços, entre outros”.

2.3 CONTABILIDADE DE CUSTOS

Para Bruni e Famá (2019), de modo geral, custos podem ser definidos como medidas monetárias dos sacrifícios com os quais uma organização tem que arcar a fim de atingir seus objetivos.

Segundo Leone (2012) a contabilidade de custos é uma atividade que se assemelha a um centro processador de informações, que obtém e acumula dados de forma organizada, e em seguida analisa e interpreta. Refere-se às atividades de coleta e fornecimento de informações para tomada de decisões. Através da contabilidade de custos é possível obter informações sobre a forma de produção dos produtos e assim ter um controle maior no estoque da empresa. Dentro da Contabilidade de Custos é necessário classificar os custos e se diferenciar os sistemas e métodos a serem usados. Cada empresa tem seus objetivos e finalidades, basta analisar e verificar qual método de custeio é o que mais se enquadra com o que a empresa necessita.

A compreensão dos conceitos torna-se parte fundamental para garantir o desempenho financeiro da empresa. A Contabilidade de Custos envolve alguns tipos de gastos, com isso é relevante compreender a diferença entre eles, identificados no processo de atividade da empresa.

2.3.1 Gastos

Para Martins (2003), gasto é todo sacrifício com que a entidade financeira arca para obtenção de um produto ou serviço. O gasto pode ser utilizado para aquisição de bens como maquinários ou até mesmo aquisição de serviços. De certo modo, tanto custos como despesas e investimentos podem ser classificados como gasto. Mas isso só até que sejam classificados. Entretanto, um gasto nunca traz um retorno positivo para a empresa quando é necessário de forma não planejada. Por isso, a empresa precisa criar estratégias para cobrir este problema.

2.3.2 Custos

O sistema de custos procura identificar gastos com a produção, ou seja, os custos totais, assim com base nesses dados são realizadas as classificações, análises, avaliações, controles e planejamentos, como consequência torna-se um importante instrumento de gerenciamento para tomada de decisões.

Para a realização do gerenciamento financeiro, primeiramente é importante saber diferenciar custos de despesas. Custos são ligados diretamente à atividade-fim da empresa, ou seja, são aqueles que possuem uma relação direta com a produção ou a aquisição de estoques.

Dentro de custos podemos destacar as seguintes classificações:

- a) Custos diretos: Custos diretos são os custos que podem ser mensurados em quantidade, identificados no produto facilitando o processo de valorização do mesmo (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 1999). Os custos diretos estão ligados diretamente no cálculo dos produtos. São apresentados nos materiais diretos e na mão de obra direta utilizada na fabricação dos produtos (BRUNI; FAMÁ, 2012).

- b) Custos indiretos: Os custos indiretos são compostos por custos que não podem ser identificados nos produtos e necessitam de formas de rateio para serem alocados aos mesmos (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 1999). Custos indiretos, ou CIF, como também são conhecidos, são todos os ligados ao processo de fabricação, e que não podem ser identificados com as unidades produzidas, como o aluguel da fábrica. Os custos indiretos necessitam de métodos de rateio para ter o seu valor atribuído ao produto (BRUNI; FAMÁ, 2012).

- c) Custos fixos: Os custos fixos são aqueles que permanecem de forma constante na empresa, independente do volume de produção, afirmando que, ao realizar uma alteração na quantidade produzida, esta alteração não

irá afetar em nada o valor total do custo (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 1999). Apresentam-se como os custos que não variam, independentemente do volume de atividade da empresa, existem mesmo que a produção não opere – como a depreciação que, por mais que não haja produção, ou a produção tenha variações por algum tempo, não deixará de existir (BRUNI; FAMÁ, 2012).

d) Custos variáveis: São os custos ligados diretamente ao volume de produção. Quando o volume de produção crescer, os custos também crescem, quando o volume de produção baixar, os custos baixam (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 1999). Custos variáveis são classificados como os custos que podem variar dependendo da quantidade de vezes que as atividades forem desenvolvidas na empresa. Um exemplo de custo variável é o custo com matéria-prima, que irá variar de acordo com a produção, quanto maior a produção, maior o consumo de matéria prima (BRUNI; FAMÁ, 2012).

2.3.3 Despesas

As despesas são associadas a gastos fora da cadeia de produção, como com os setores administrativos e vendas (BRUNI; FAMÁ, 2012). As despesas são os gastos consumidos no processo de geração de receitas e manutenção das atividades da empresa (PEREZ; OLIVEIRA; COSTA, 1999), está ligada à infraestrutura e gastos visando a obtenção de lucro. Exemplo: Aluguel, salário dos colaboradores, comissões, entre outros.

A despesas, podem ser classificadas em:

a) Despesas fixos: são aquelas que independente do resultado operacional da empresa elas não se alteram. Ex: Aluguel, seguros, folha de pagamentos (não incluindo as horas extras)

- b) Despesas variáveis: Como o próprio nome diz, elas variam de acordo com a atividade fim da empresa, tendo uma variação mês a mês. Ex: Comissões, contas de água e luz, horas extras.

- c) Despesas não desembolsáveis: São despesas que diminuem o lucro da empresa, mas não representam uma saída de dinheiro no caixa. Um exemplo é a depreciação que diminui o valor dos bens da empresa por desgaste natural em função do uso, mas não geram uma saída de dinheiro no caixa, outro exemplo é a amortização, a perda de vida útil de um ativo ao longo do tempo.

2.3.4 Preço de venda

A precificação de venda está presente em todas as empresas de diferentes segmentos. Esta formação de preços é influenciada por diversos fatores, tanto internos quanto externos, diferindo por tipo de produto.

Para Santos (2013), destaca-se duas análises a serem feitas com relação a formação de preço de venda: a primeira refere-se que o preço de venda é definido pelo mercado, ou a empresa adéqua seus custos e processos ou fica fora do mercado; a segunda refere-se à correta exploração e filosofia de custos adotada pela empresa, devendo apropriar os custos da forma mais justa possível.

Piccin (2017) *apud* Cogan (2013) diferencia algumas formas de formação de preços baseados nos custos. Todas têm como base os custos dos produtos, porém diferenciam-se na aplicação da margem de lucro. Aplica-se a margem de lucro sobre o custo de produção e despesas; o método baseado no custo marginal é apurado a partir do custeio variável, mais indicado para avaliar se o pedido de venda é válido quando a empresa está ociosa, pois ele indica a contribuição total da venda, principalmente quando o cliente procura por um preço menor do que o ofertado; e o método baseado no retorno sobre o capital investido busca o preço de venda com relação ao capital investido e retorno desejado.

A análise gerencial da formação do preço de venda tem como foco levantar os problemas organizacionais da empresa, como falhas nos processos e limitações da administração. Sendo assim, a partir da apuração correta dos custos, a empresa

passa a ter como resultado o preço de venda ideal, com o propósito de aumentar a produtividade, melhorar o desempenho dos custos e maximizar a lucratividade (MOREIRA; DUTRA; BERLATTO, 2015).

2.3.5 Formação de preço com base nos custos

“Os modelos de decisão de preço orientados pelos custos formam o preço dos produtos, por meio do cálculo de seus custos e da adição de uma margem de lucro objetivada” (PADOVEZE, 2006, p. 308). A maior dúvida na formação do preço de venda é saber por quanto devem ser vendidos os produtos para se conseguir a lucratividade desejada.

Para facilitar o processo de formação de preço de venda, uma das metodologias que podem ser aplicadas é o markup (taxa de marcação), que é calculado sobre o custo do bem ou serviço apurado segundo o critério de custeio escolhido pela empresa (custeio por absorção ou variável).

Segundo Padoveze (2009), o Markup é uma metodologia que pode ser utilizada na forma de percentual ou na forma de índice, que se adiciona aos custos e as despesas para precificar os produtos e obter a lucratividade desejada pela empresa. O objetivo dessa margem é o de cobrir todos os custos e despesas e, ainda, proporcionar a empresa o lucro desejado.

Conforme a figura 4:

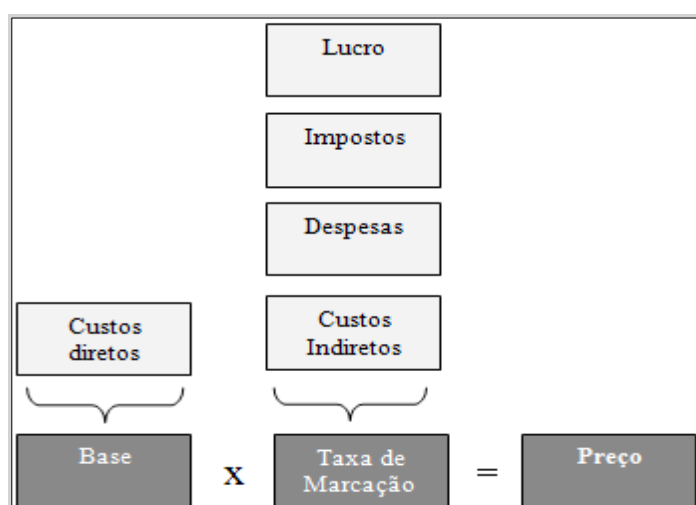


Figura 4: Composição da Taxa de marcação
Fonte: Brunì, 2010, p. 247.

De acordo com Bruni e Famá (2008, p. 280), o *markup* pode ser calculado de duas formas: multiplicador, mais usual, representa por quanto devem ser multiplicados os custos variáveis para se obter o preço de venda a praticar; e divisor, menos usual, representa percentualmente o custo variável em relação ao preço de venda.

2.3.6 Formação de preço com base no mercado

Quando se fala em formação de preço com base no mercado, é importante analisar quem é a concorrência, quais são os preços praticados por ela, o volume de produtos consumidos, a demanda e oferta, entre outros fatores. É mais difícil estabelecer um preço ao produto com base nesses fatores, pois não são critérios técnicos, são estratégias de competitividade que as empresas aderem, muitas vezes para conseguir se inserir ou se manter no mercado.

Segundo Martins (2003), para fixar o preço de venda a empresa precisa em primeiro lugar conhecer o custo do produto, porém, somente essa informação não basta, além do custo é necessário saber o grau de elasticidade da demanda, os preços dos produtos dos concorrentes e substitutos, estratégia de marketing da empresa, etc.; levando, também, em consideração o tipo de mercado que a empresa atua.

Considerando os aspectos citados, é importante que o sistema de custos produza informações úteis para a política de preços da empresa, e que propicie ao empreendedor que ele possa fixar seus preços com base nos custos, com base no mercado ou utilizando ambos os critérios.

2.3.7 Margem de contribuição

Margem de Contribuição (MC) é o valor, ou percentual, que sobra das vendas menos os gastos variáveis, também pode ser classificada como margem de contribuição unitária: quando indica uma análise realizada apenas sobre um produto ou serviço. Dessa forma, a margem de contribuição é o termo utilizado para definir

a diferença entre as vendas, e os respectivos custos e despesas variáveis em um determinado período. (BRUNI E FAMÁ, 2019)

$$MC = \text{VENDAS} - (\text{CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS})$$

$$MC\% = \frac{MC}{\text{VENDAS}}$$

$$\text{ICM (índice de margem de contribuição)} = \frac{MC\%}{100}$$

2.3.8 Ponto de equilíbrio

Para Betiol et.al, o ponto de equilíbrio contábil também conhecido como “*Break-even point*” e ponto de ruptura. É um indicador que demonstra ao empresário o volume necessário de vendas em um determinado período, para que os custos das mercadorias, despesas variáveis e despesas fixas sejam cobertos, é o ponto em que a empresa obtém o equilíbrio, ou seja, o faturamento mínimo é suficiente para cobrir os gastos. (BRUNI e FAMÁ, 2019)

A partir do gráfico (Gráfico 4) abaixo é possível obter uma visão mais simplificada do ponto de equilíbrio.

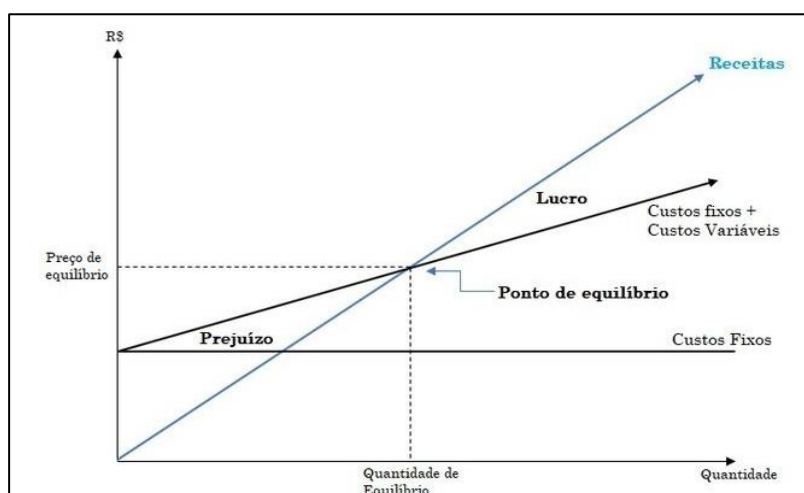


Figura 5: Representação do ponto de equilíbrio de um negócio

Fonte: Dicionário financeiro

De acordo com a necessidade e dependendo da forma como é calculado o ponto de equilíbrio recebe denominações diferentes, são elas: Ponto de equilíbrio contábil, ponto de equilíbrio econômico e ponto de equilíbrio financeiro.

- a) Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC): No ponto de equilíbrio contábil as receitas totais são iguais aos gastos totais, ou seja, o lucro é igual a zero, portanto não há lucro nem prejuízo. (BRUNI E FAMÁ, 2019)

$$PEC = \frac{GASTOS\ FIXOS}{INDICE\ DE\ MARGEM\ DE\ CONTRIBUIÇÃO\ (ICM)}$$

- b) Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE): Este apresenta a quantidade do faturamento que a empresa deve obter para que possa cobrir a remuneração do capital próprio que foi investido nela, sendo considerado os valores de mercado. De acordo com Martins (2010) o ponto de equilíbrio econômico será atingido quando a remuneração do capital aplicado alcançar a rentabilidade desejada, e ainda acrescenta que o verdadeiro lucro da atividade será obtido quando contabilmente resultado for superior ao retorno esperado. (BRUNI E FAMÁ,2019)

$$PEE = \frac{GASTOS\ FIXOS + RENDIMENTO\ ESPERADO}{INDICE\ DE\ MARGEM\ DE\ CONTRIBUIÇÃO}$$

- c) Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF): Utilizado para auxiliar no processo de tomada de decisões gerenciais. Corresponde à igualdade entre a receita total com a soma dos gastos que representam um desembolso financeiro, para empresa. Com isso no cálculo do PEF não devem ser considerados, portanto os gastos com depreciações, amortizações ou exaustões, pois estes não representam saída de dinheiro do caixa. (BRUNI E FAMÁ,2019)

$$PEF = \frac{GASTOS\ FIXOS - GASTOS\ NÃO\ DESEMBOLSÁVEIS}{INDICE\ DE\ MARGEM\ DE\ CONTRIBUIÇÃO}$$

3 METODOLOGIA

3.1 CLASSIFICAÇÕES DA PESQUISA

Utilizou-se uma pesquisa primária exploratória através das plataformas de periódicos da capes, Livros, Google acadêmico e estudos de caso que abordam ou englobam o tema em questão.

Classifica-se como uma pesquisa bibliográfica obtendo-se uma análise ampla das publicações correntes em relação ao tema.

Realizou-se uma análise quantitativa através do levantamento de dados estatísticos e qualitativas compreendendo todas as informações necessárias para uma análise mais concreta.

3.2 CARACTERIZAÇÕES DA EMPRESA E O PERÍODO DE APLICAÇÃO

Para realizar o trabalho, utilizou-se uma microempresa como objeto de estudo. Trata-se de uma empresa familiar que será chamada de empresa ABC.

Localizada no município de Barra Mansa, interior do estado do Rio de Janeiro, atualmente emprega 8 funcionários de acordo com os termos estabelecidos pela lei.

A atividade econômica da empresa está voltada para o segmento de comunicação visual, fabrica produtos e também é uma prestadora de serviços, portando sendo classificada como indústria.

Iniciou-se com uma revisão bibliográfica no período de Maio de 2020 e abril de 2021 por meio de buscas bibliográficas do tema em questão.

A entrevista da empresa aconteceu no período de Fevereiro de 2021 e a análise dos dados obtidos foi durante o mês de Março a Junho de 2021.

3.3 MÉTODOS DE COLETAS DE DADOS

Para coleta de dados foram feitas pesquisas na Empresa ABC através de entrevista informal sobre gestão de custos na organização do segmento de comunicação visual. Analisou-se então todas as respostas compreendendo-se que

a real dificuldade encontrada é o gerenciamento dos custos, separação de custos fixos, variáveis e despesas para a formação de preços de vendas.

Ainda no processo de análise das atividades da empresa, foi possível identificar que não há separação de contas pessoais dos responsáveis pela empresa, das contas que pertencem de fato a empresa, características comuns comparado com as encontradas na literatura.

A falta da separação das contas fere um princípio da contabilidade, o Princípio da Entidade, que de acordo com a resolução CFC nº 1.282/10 afirma autonomia patrimonial e a necessidade da diferenciação de um patrimônio particular no universo dos patrimônios existentes, independente de pertencer a uma pessoa, um conjunto de pessoas, uma sociedade ou instituição de qualquer natureza ou finalidade, com ou sem fins lucrativos.

3.4 MÉTODOS DE ANÁLISE DE DADOS

Para obter-se um método de melhoria dentro da organização utilizou-se uma planilha de fácil acesso com valores fictícios para auxiliar no controle de custos. Todos os custos e despesas são fictícios, mas possibilita a melhor compreensão de quais são os custos fixos, variáveis e como calculá-los de maneira a obter seu ponto de equilíbrio e precificar seus produtos e serviços de forma que se obtenham lucros.

Foram gerados gráficos visuais em um modelo Dashboard, facilitando a visualização e avaliação dos custos através de indicadores de desempenho. Objetiva-se que uma pessoa mesmo sem conhecimento específico sobre o assunto, consiga aplicá-lo em seu empreendimento obtendo sempre melhorias contínuas na tomada de decisão.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS

Na montagem da planilha de gestão de custos simplificada separamos cada etapa em abas para facilitar o entendimento dos passos que devem ser seguidos, adicionamos valores fictícios de maneira que qualquer organização possa compreender o funcionamento dos cálculos e modificar os valores de acordo com seus dados. A primeira aba (Figura 6) tem o nome “Custos Fixos e Variáveis” nela dispomos de duas planilhas, na de custos fixos devem ser descritos todos os custos que permanecem de forma constante independente do volume de produção, já na de custos variáveis devem ser descritos os custos sofrem influência da mesma, alterando de acordo com o volume de produção. Colocamos a cor lilás para identificar os campos que precisam ser preenchidos de acordo com as imagens abaixo.

Custos Fixos		Custos Variáveis	
Item	Valor	Item	Valor
Aluguel	R\$ 1.000,00	Fornecedor	R\$ 280,00
Condomínio	R\$ 300,00	Frete	R\$ 300,00
IPTU	R\$ 100,00	Marketing e publicidade	R\$ 500,00
Energia Elétrica	R\$ 150,00	Embalagens	R\$ 600,00
Informática / Aluguel Máquina de cartão	R\$ 50,00	Comissão de cartão de crédito	R\$ 500,00
Material de escritório	R\$ 50,00	Simples Nacional	R\$ 1.000,00
Material de limpeza	R\$ 50,00		
Telefone e Internet	R\$ 150,00	Total:	R\$ 3.180,00
Contabilidade	R\$ 320,00		
Despesas com automóvel	R\$ 300,00		
Manutenção do imóvel e máquinas	R\$ 150,00		
Pró-labore	R\$ 2.000,00		
Outras despesas	R\$ 800,00		
Folha de pagamento fixa	R\$ 2.200,00		
Provisão para férias	R\$ 61,11		
Provisão 13º salário	R\$ 181,33		
FGTS	R\$ 195,54		
Vale Transporte	R\$ 400,00		
Total:	R\$ 8.457,98		

Figura 6: Planilha de Gestão de Custos, aba “Custos Fixos e Variáveis”.

4.2 VENDAS

Na aba de vendas (Figura 7) deve ser colocada a data da execução da planilha, formulas simples de Excel já programadas irão preencher o mês e ano de referência, no exemplo colocamos os serviços que são feitos de acordo com uma empresa de comunicação visual, que seriam Impressão no Banner, Cartão visita, Adesivagem da placa e totem. Em toda parte em lilás será colocado a data e a quantidade de vendas de acordo com o dia.

Mês	Ano	Impressão no Banner	Cartão de visita	Adesivagem da placa	Totem	Produto	Quantidade	Valor unitário	Valor total
JUN	2021	3	5	1	2	Impressão no Banner	44	R\$ 220,00	R\$ 9.680,00
JUN	2021		8		3	Cartão de Visita	81	R\$ 2,00	R\$ 162,00
JUN	2021		7	3	1	Adesivagem da Placa	36	R\$ 180,00	R\$ 6.480,00
JUN	2021	5			3	Totem	34	R\$ 350,00	R\$ 11.900,00
JUN	2021	1	1						
JUN	2021		5	2					
JUN	2021	3	3						
JUN	2021		9						
JUN	2021		1	2					
JUN	2021		2	2					
JUN	2021	4		1					
JUN	2021		5		1				
JUN	2021	1							
JUN	2021	1	2						
JUN	2021	5		2					
JUN	2021		4	3	5				
JUN	2021	1		2					
JUN	2021		5	3					
JUN	2021	5	5	3					
JUN	2021		6		3				
Total									R\$ 28.222,00

Figura 7: Planilha de Gestão de Custos, aba “Vendas”.

Na mesma aba de vendas temos a segunda tabela em que devem ser descritos os produtos de acordo com o serviço realizado e a quantidade, valor unitário, valor total e o somatório do valor total destacado em amarelo será preenchida automaticamente através de fórmulas, então não é necessário preenchimento, por esse motivo se encontra em branco e cinza as colunas (Figura 8).

Produto	Quantidade	Valor unitário	Valor total
Impressão no Banner	44	R\$ 220,00	R\$ 9.680,00
Cartão de Visita	81	R\$ 2,00	R\$ 162,00
Adesivagem da Placa	36	R\$ 180,00	R\$ 6.480,00
Totem	34	R\$ 350,00	R\$ 11.900,00
Total			R\$ 28.222,00

Figura 8: Segunda tabela da aba “Vendas”.

4.3 COMPRAS

Nessa aba de compras (Figura 9) devem ser descritos todos os itens que são comprados para a produção da empresa ou para realização do serviço prestado pela mesma, a quantidade e o valor de cada serviço e assim será lançado o valor total e posteriormente o somatório de todos gastos de acordo com o material comprado.

Produto	Quantidade (m)	Valor	Valor total
Placa Acrilica Branca	10	R\$ 66,00	R\$ 660,00
Plástico para Banner	50	R\$ 34,00	R\$ 1.700,00
Papeis para cartão de visitas	10	R\$ 25,00	R\$ 250,00
Plásticos para totem	100	R\$ 45,00	R\$ 4.500,00
Total			R\$ 7.110,00

Figura 9: Planilha de Gestão de Custos, aba “Compras”.

4.4 PONTO DE EQUILÍBRIO

Ambas as tabelas da aba “ponto de equilíbrio” já puxam todos os valores especificados nas abas anteriores através de fórmulas do Excel, ou seja, não se faz necessário o preenchimento da mesma.

Para evidenciar o ponto de equilíbrio são levados em conta a soma dos custos fixos e a soma dos custos variáveis do mês de junho (coluna “**Custos fixos e variáveis**”), e a coluna “**Receita**”, que é o acumulado de vendas dos dias. (Figura 10).

Data	Impressão no Banner	Cartão de visita	Adesivagem da placa	Totem	Receita	Custos fixos e variáveis
01/06/2021	3	5	1	2	R\$ 1.550,00	R\$ 11.637,98
02/06/2021	0	8	0	3	R\$ 2.816,00	R\$ 11.637,98
03/06/2021	0	7	3	1	R\$ 3.520,00	R\$ 11.637,98
04/06/2021	5	0	0	3	R\$ 5.670,00	R\$ 11.637,98
05/06/2021	1	1	0	0	R\$ 5.892,00	R\$ 11.637,98
06/06/2021	0	5	2	0	R\$ 6.262,00	R\$ 11.637,98
07/06/2021	3	3	0	0	R\$ 6.928,00	R\$ 11.637,98
08/06/2021	0	9	0	0	R\$ 6.946,00	R\$ 11.637,98
09/06/2021	0	1	2	0	R\$ 7.308,00	R\$ 11.637,98
10/06/2021	0	2	2	0	R\$ 7.672,00	R\$ 11.637,98
11/06/2021	4	0	1	0	R\$ 8.732,00	R\$ 11.637,98
12/06/2021	0	5	0	1	R\$ 9.092,00	R\$ 11.637,98
13/06/2021	1	0	0	0	R\$ 9.312,00	R\$ 11.637,98
14/06/2021	1	2	0	0	R\$ 9.536,00	R\$ 11.637,98
15/06/2021	5	0	2	0	R\$ 10.996,00	R\$ 11.637,98
16/06/2021	0	0	0	5	R\$ 12.746,00	R\$ 11.637,98
17/06/2021	0	4	3	0	R\$ 13.294,00	R\$ 11.637,98
18/06/2021	1	0	2	0	R\$ 13.874,00	R\$ 11.637,98
19/06/2021	0	0	3	0	R\$ 14.414,00	R\$ 11.637,98
20/06/2021	5	5	3	0	R\$ 16.064,00	R\$ 11.637,98

Produto	Compra	Venda	Preço unitário de venda
Impressão no Banner	R\$ 1.700,00	R\$ 9.680,00	R\$ 220,00
Cartão de Visita	R\$ 250,00	R\$ 162,00	R\$ 2,00
Adesivagem da Placa	R\$ 660,00	R\$ 6.480,00	R\$ 180,00
Totem	R\$ 4.500,00	R\$ 11.900,00	R\$ 350,00

Figura 10: Planilha de Gestão de Custos, aba “Ponto de Equilíbrio”.

Na figura acima observa-se que o ponto destacado é o onde a receita supera as despesas, ou seja, o ponto de equilíbrio foi rompido e a empresa começa a obter seu lucro.

4.5 DASHBOARD

O Dashboard é um resumo visual de todos os dados apresentados nas abas anteriores da planilha, ele mostra a situação geral do controle mensal da empresa, facilita a identificação dos maiores custos fixos e variáveis, dos itens mais vendidos, do ponto de equilíbrio e dos maiores gastos com compras. Os indicadores gerados pelo dashboard são essenciais para aplicação de planos de ação para redução de custos e investimento maior em serviços e projetos mais lucrativos. (Figura 12)

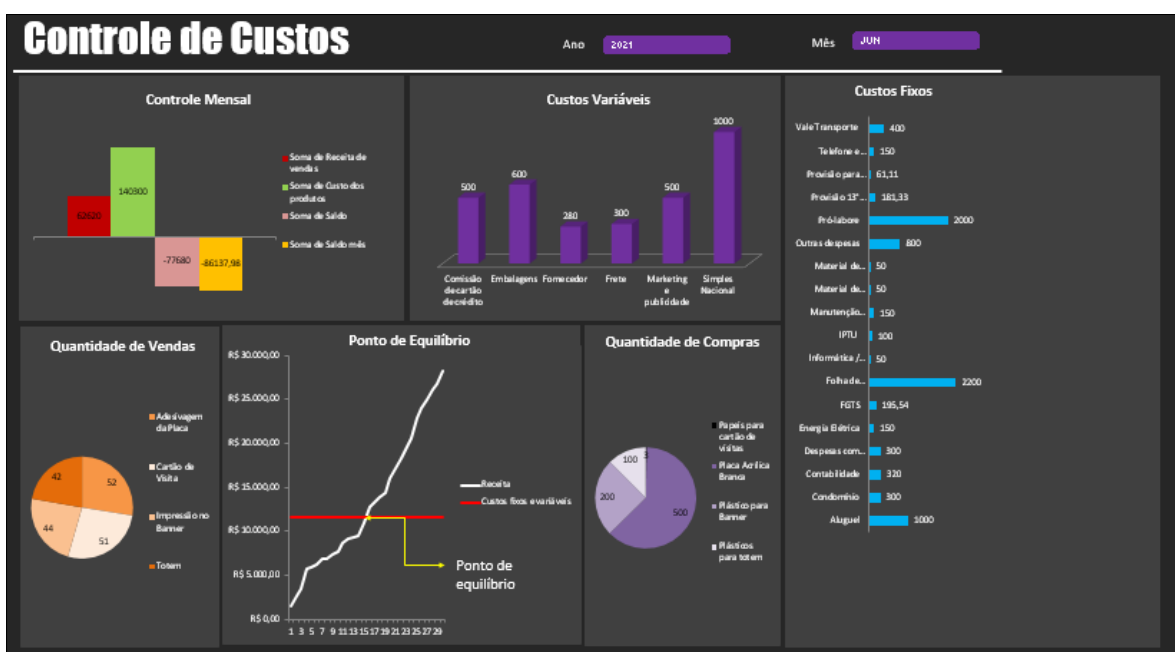


Figura 12: DASHBOARD

5 CONCLUSÃO

Após as pesquisas e estudos realizados durante a execução deste trabalho, foi constatado que para que as micro e pequenas empresas permaneçam em suas atividades, é necessário um planejamento completo com o controle de gastos, estoques e patrimônio. No estudo de caso foi identificado que uma das maiores dificuldades encontradas pelo gestor para manter o seu negócio é o gerenciamento das contas, diferenciar os custos do produto, realizar a separação de despesas e saber o real custo do seu produto para precificar seus produtos e serviços de acordo com dados concretos.

Com a criação da planilha de auxílio aos microempreendedores nota-se que a maior dificuldade é identificar os custos fixos e variáveis, pois deve ser feito um estudo aprofundado sobre o produto e serviço prestado, o que na maioria das vezes não é feito pelo empreendedor antes de iniciar o seu negócio.

Em muitos casos devido à falta de informação a empresa é aberta sem nenhuma pesquisa de mercado, sendo assim o empreendedor começa seu projeto sem conhecer a concorrência local, o que pode fazer com que o mesmo queira ganhar visibilidade precificando seus produtos com valores abaixo do que seria ideal para obtenção de lucros, isso pode acarretar em um saldo negativo para o empreendimento logo no início, causando até a mortalidade prematura do mesmo.

7 TRABALHOS FUTUROS

Com o objetivo de auxiliar a microempresa, objeto de estudo desse trabalho, há um projeto de estudo futuro, visando o acompanhamento da aplicação da planilha desenvolvida neste trabalho. Será um processo de acompanhamento durante um ano, observando a evolução da organização das contas empresariais e os ganhos a partir da aplicação dessas melhorias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AZEVEDO, José Ribamar, LEONE, Rodrigo José Guerra. Gestão contábil e análise financeiro econômica em organizações de pequeno porte. Rev. Ciênc. Admin. Fortaleza, v. 17, n. 1, jan. /abr. 2011.

BELIZÁRIO, P. M.; ALMEIDA, S.R. O impacto da covid-19 no índice de mortalidade de micro e pequenas empresas. Congresso USP. São Paulo, 2020

BETIOL, B. M.; et.al. Cálculo do ponto de equilíbrio como uma ferramenta gerencial. Temas em Administração. Volume 4, p. 47-53. Jan/dez 2011.

BRUNI, A. L.; Famá, R. Gestão de custos e formação de preços. - 7º ed. São Paulo: Atlas, 2019.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. Gestão de custos e formação de preços. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. de. Gestão De Custos e Formação De Preços. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CARLOS FILHO, F. A. Gestão de custos e formação de preço de venda, gestão de caixa e gestão de riscos em arranjo produtivo local: um estudo exploratório no setor de fruticultura. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2014.

CHAVES, Reinaldo Tiago Costa; LAMES, Edilei Rodrigues de; LAMES, Liliane da Costa Jacobs. Uma Análise da Percepção dos Gestores Donos de Pequenas Empresas da Cidade de Hortolândia-SP quanto à Aplicação do Princípio de Entidade. Congresso Brasileiro de Custos-ABC. In: Anais..., 2013.

CHIAVENATO, I. 3. Ed. Gestão Financeira: Uma abordagem introdutória. Barueri: Manole, 2014.

DICIONÁRIO FINANCEIRO, Ponto de equilíbrio: contábil, financeiro e econômico. Disponível em: <<https://www.dicionariofinanceiro.com/ponto-de-equilibrio-economico-contabil-financeiro/>> Acesso em: 29/06/2021.

MARTINS, Eliseu. Contabilidade de Custos. 9ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PADOVEZE, Clovis Luís de. Curso Básico Gerencial de Custos. 2. Ed. São Paulo: Pioneira Thomson, 2006.

PADOVEZE, Clovis Luís de. Contabilidade Gerencial: enfoque em sistema de informação contábil. 5 Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

PEREIRA, Fábio Henrique. Metodologia de formação de preço de venda para micros e pequenas empresas. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis - SC, 2000.

PEREZ JR., J. H.; OLIVEIRA, L. M.; COSTA, R. G. Gestão estratégica de custos. São Paulo: Atlas, 1999. v.2.

PICCIN, Eduardo M. Aplicação e análise de custeio para formação de preços e tomada de decisão em uma indústria flexográfica. Caxias do Sul – RS, 2017.

RESENDE, Vinícius V. Mapeamento das pesquisas em gestão de custos em pequenas empresas. Uberlândia- MG, Brasil, 2018.

RORATTO, Rodrigo; et.al. Mortalidade em micro e pequenas empresas: Um estudo de caso na Região Central o Rio Grande do Sul. Revista Espacios, Caracas, v. 38, n. 28, p.1-11, 2017

SAMUEL et. al. “O processo de formação do preço de venda das micro e pequenas empresas em dois municípios do interior do Rio de Janeiro”. XIV Congresso Brasileiro de Custos – João Pessoa - PB, Brasil, 2007.

SANTOS, Luiz Fernando Barcellos dos. Gestão de custos: ferramentas para a tomada de decisões. 1 ed. Curitiba: Intersaberes, 2013.

SARDINHA, J. C. Formação de preço: a arte do negócio. São Paulo: Makron Books, 1995.

SEBRAE, Sobrevivência das Empresas no Brasil. 2016. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/sobrevivencia-das-empresas-no-brasil-relatorio-2016.pdf>>. Acesso em: 30 de Out de 2020.

SEBRAE 2021. Pequenos negócios em segmentos mais vulneráveis à crise do coronavírus. Disponível em: <<https://paineis-lai.sebrae.com.br/single/?appid=f9c6ba40ae974aee804e2eff863f4a6f&sheet=ce0f6f6d-5f3f-45e1-a4bd-31363554586b&opt=cursel&select=clearall>> Acesso em: 21/05/2021

SOUZA, R. A. R. de; RIOS, R. P. Contabilidade Gerencial como Ferramenta para Gestão Financeira nas Microempresas: uma Pesquisa no Município de São Roque SP. Revista Eletrônica Gestão e Negócios. v. 2. n. 1, 2011.

TEIXEIRA et. al. A utilização de conceitos de custos e sua influência na decisão do preço de venda nas microempresas e empresas de pequeno porte. Revista de Micro e Pequenas Empresas e Empreendedorismo da Fatec Osasco, V. 1, N°2, Jul.-Dez. 2015.

TERENCE, A. C. F. Planejamento estratégico como ferramenta de competitividade na pequena empresa: desenvolvimento e avaliação de um roteiro prático para o processo de elaboração do planejamento. São Carlos, 2002. 211p. Dissertação (Mestrado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo.

LEONE, George Guerra. Custos: planejamento, implantação e controle. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

COGAN, Samuel. Custos e formação de preços: análise e prática. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2013.