

Eixo Temático: Inovação e Sustentabilidade

GESTÃO DE CUSTOS EM UMA EMPRESA AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEL

COST MANAGEMENT IN AN ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE COMPANY

Bruna Felin Cerezer, Lissandro Dorneles Dalla Nora, Flaviani Souto Bolzan Medeiros e Andreas Dittmar Weise

RESUMO

Atualmente, a gestão de custos é uma grande preocupação nas organizações, pois os gestores devem estar sempre atentos quanto à utilização dos recursos e os desperdícios tanto de recursos como de materiais. Nesse sentido, o presente artigo tem como propósito analisar os custos de insumos utilizados no processo de beneficiamento de batatas em uma empresa ambientalmente responsável localizada na região central do Rio Grande do Sul tendo em vista apurar a sua lucratividade. Para isso, adotou-se uma pesquisa descritiva quanto aos fins e documental, pesquisa-ação por meio de um estudo de caso quanto aos meios de investigação. Os resultados obtidos apontam que dois produtos não geram lucro para a empresa, todavia, apesar disso a Ômega Ltda. apresenta margem de contribuição bruta de 49%, o que pode ser considerado muito bom para uma organização que está atuando há pouco tempo no mercado.

Palavras-chave: Gestão de custos, Lucratividade operacional, Agronegócio.

ABSTRACT

Currently, cost management is a major concern in organizations because managers must always be vigilant about the use of resources and wastes both resources and materials. In this sense, this article aims to analyze the costs of inputs used in the potato processing process in an environmentally responsible company located in the central region of Rio Grande do Sul in order to determine its profitability. For this, was adopted a descriptive as to the purposes and documentary, action research through a case study about the research means. The results show that two products do not generate profit for the company, but nevertheless the Omega Ltda. It presents gross contribution margin of 49%, which can be considered very good for an organization that is working recently on the market.

Keywords: Cost management, Profitability operational, Agribusiness.

1 INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, uma das maiores preocupações das organizações é o acompanhamento do seu desempenho financeiro, o conhecimento de tudo que faz parte de sua vida financeira, como os seus investimentos, suas despesas, custos, receitas e lucratividade.

Quando se trata de processos produtivos as empresas devem direcionar seus esforços ao planejamento e controle dos seus fatores de produção. Para isso, as empresas encontram na gestão de custos uma importante ferramenta de auxílio para gerenciar da melhor forma os custos que incidem na produção e comercialização de seus produtos, visando atingir as metas financeiras e de produção tratadas pela organização.

Inclusive, Rocha et al. (2010) acrescentam que o ambiente empresarial vem passando por muitas transformações nos últimos anos, com isso, vários modelos de gestão que utilizam ferramentas para que se tenha uma vantagem competitiva em relação aos concorrentes vem sendo apresentados e desenvolvidos.

Os gestores estão cada vez mais inseguros no que diz respeito a tarefa de gerenciar uma empresa, pois esta tornando-se muito complexa. A busca por ferramentas e técnicas que ajudem a mapear e encontrar as dificuldades que afetam a empresa esta sendo a opção mais correta a ser feita, pois os gestores devem buscar as informações com a maior amplitude e precisão possível (FERREIRA; OLIVEIRA; GARCIA, 2014).

É o caso da gestão de custos que oferece as empresas um conjunto de informações de apoio para a tomada de decisão (CARARETO et al., 2006; MADKUR; LOPES, 2010; RAUPP, 2011). No entendimento de Almeida, Borba e Flores (2009), a gestão de custos é útil em qualquer tipo de empreendimento e oferece ao gestor uma visão mais acurada e ampla da realidade financeira buscando principalmente como gastar melhor e não apenas como gastar menos.

Assim sendo, o administrador ou o responsável pela gestão de custos, consegue ter completo conhecimento e controle dos custos envolvidos no processo de produção. Como também, consegue estar sempre atento para identificar oportunidades de possíveis melhorias e eliminação de desperdícios, visando o melhor aproveitamento de tempo e materiais no processo produtivo, bem como a redução de custos desnecessários.

No caso do presente trabalho, ele foi realizado em uma empresa que trabalha com o beneficiamento de batatas, onde a preocupação com sua vida financeira e a gestão de seus custos é considerada um fator importante. Isso porque a batata, um produto que provém da agricultura, tem na sua produção diversos fatores que influenciam nos custos, tais como: época de safra; o clima da região; quantidade e qualidade da produção, entre outros fatores que, conseqüentemente, afeta a receita proveniente da comercialização da mesma.

Diante do exposto, este artigo tem como propósito analisar os custos de insumos utilizados no processo de beneficiamento de batatas em uma empresa ambientalmente responsável localizada na região central do Rio Grande do Sul tendo em vista apurar a sua lucratividade.

Esse estudo justifica-se pelo fato de proporcionar à empresa maior conhecimento sobre seus custos e lucratividade. Na prática, muitas vezes, as organizações deixam de obter maiores receitas justamente por não conhecer os seus custos. Por isso, os gestores devem procurar a

melhor forma de gerir as finanças organizacionais, adotando programas de redução de custos a fim de analisar as possibilidades de aumentar a sua receita.

O presente artigo encontra-se estruturado em cinco seções: (1) logo após a introdução, (2) apresenta-se embasamento teórico incluindo itens como: empresas ambientalmente responsáveis, em seguida, uma breve discussão acerca da gestão de custos, classificação dos custos e das despesas, bem como a classificação das receitas e o custo marginal; (3) na sequência, a metodologia adotada com suas respectivas classificações; (4) posteriormente consta a análise e discussão dos resultados; e (5) por último, observam-se as considerações finais a partir do trabalho realizado, acompanhado de sugestões para novas pesquisas na área visando contribuir ainda mais ao tema.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 EMPRESAS AMBIENTALMENTE RESPONSÁVEIS

Bertoncello e Chang Júnior (2007) mencionam que a relação existente entre as empresas e a sociedade tem como base um contrato social que progride de acordo com as mudanças sociais e as consequentes expectativas dessa sociedade.

Os efeitos da ação do homem causados ao meio ambiente são perceptíveis em todo o planeta, diante disso, muitos segmentos da sociedade vêm tentando minimizar tais efeitos, a fim de cessar esse processo de degradação ambiental (NOGUTI et al., 2008).

Cano e Oliveira (2011) corroboram que elementos como a escassez de recursos, degradação ambiental, exclusão e inclusão social entre outros precisam ser discutidos e considerados pelas empresas.

Deste modo, percebe-se que buscar apenas o lucro não é mais uma condição suficiente para as empresas, é necessário levar em conta também os impactos das suas ações dentro e fora do seu ambiente de atuação (SILVA; BERTRAND, 2009; SILVA, CHAUVEL, 2010; MILES; WHITE, 1998).

Para Greff et al. (2009), as empresas ambientalmente responsáveis são aquelas estão comprometidas em uma abordagem pró-ativa da responsabilidade ambiental, ou seja, vão além da obrigação social e buscam meios solucionar os problemas ambientais.

Todavia, no entendimento de Fontenelle (2013), as empresas só conseguirão sustentar esse papel se os consumidores também estiverem moralmente engajados nessa causa, se sentindo responsável e valorizando as ações empresariais praticadas.

Campos (2010) explica que o consumidor socialmente responsável é aquele que compra produtos e/ou serviços tendo como base o impacto – seja ele positivo ou negativo – no ambiente físico ou na sociedade, bem como faz uso do seu poder de compra para manifestar suas preocupações sociais e ambientais.

Mas, na atualidade, segundo Costa et al. (2011), os consumidores aceitam pagar mais caro por um produto ecologicamente correto porque entendem que o valor agregado e traduzido significa o aumento do seu valor social, assim, repudiando aquelas empresas que contaminam o meio ambiente.

Diante desse novo cenário no qual os negócios estão inseridos, com todas essas novas variáveis envolvidas, percebe-se a necessidade da adoção de ferramentas por parte das empresas no sentido de implementar as mudanças em seus paradigmas e modelos gerenciais (LEAL, 2009). Deste modo, Oliveira et al. (2008) consideram que o processo decisório precisa estar em harmonia com o processo de gestão.

Por isso, o registro e o devido controle de informações contábeis podem auxiliar de forma positiva na área de proteção ambiental (Azevedo, Gianluppi e Malafaia, 2007), de tal forma que, ao mesmo tempo, reduzindo custos sem deixar de preservar o meio ambiente.

2.2 GESTÃO DE CUSTOS

Nos dias atuais, encontra-se nas empresas um conflito entre a relevância dos custos na tomada de decisão e os novos desafios que surgem para a gestão dos sistemas de custos, pois se deve ter um sistema de custos que forneça informação para um bom gerenciamento de recursos, os custos dos produtos e as respectivas cadeias de valor (BRAGA, 2012).

Parte-se do entendimento de que os custos afetam todos os setores e as atividades nas empresas (SOUZA; RASIA; ALMEIDA, 2011). Sendo assim, Gonçalves (2012) considera que o objetivo de todas as empresas é a obtenção de lucro e, assim, não se pode esquecer dos custos, pois estes compõem a base dos gastos das organizações. Ainda, as informações geradas pelos estudos dos mesmos permitem que cenários sejam analisados de forma realista e determina também se a atividade que a empresa realiza é realmente interessante (GONÇALVES, 2012).

Deste modo, na gestão de custos alguns objetivos fundamentais deverão ser levados em conta, tais como: controle das vendas diárias e acumuladas no mês por produto consolidado; custo e ganho marginal por produto e acumulado; vendas planejadas; ponto de equilíbrio; custo estrutural fixo mês a mês e do ano; formação do preço de vendas; lucro operacional planejado e real e análise da eficiência de uso de mão de obra e materiais, entre outros (SANTOS, 2005).

Nos últimos tempos, está se utilizando muito a expressão “gestão estratégica de custos” para designar a integração que deve existir entre o processo de gestão de custos com o processo de gestão geral da empresa. Sabe-se que essa integração é necessária para que a empresa possa crescer num ambiente de negócios globalizado e competitivo.

No Brasil, esse ambiente competitivo global ganhou força com a maior abertura para o mercado externo, que ocorreu principalmente a partir da década de 1990. A empresa que busca sobreviver nesse mercado precisa alcançar altos níveis de qualidade, eficiência e produtividade, eliminar desperdícios e reduzir custos (MARTINS, 2008).

Sob esse enfoque, Lauschner e Beuren (2004) corroboram que à medida que aumenta a concorrência faz com que os concorrentes tentem atender clientes globalizados, bem como faz com que sejam explorados os potenciais para a redução de custos e melhorias na qualidade.

Muniz (2010) assegura que a competitividade é um dos maiores desafios organizacionais, a gestão de custos é considerada uma importante ferramenta que oferece sustentação a competitividade empresarial. As empresas não devem apenas preocupar-se com a medição dos custos, mas também, com uma gestão de custos que oferece suporte no processo de tomada de decisão na empresa (MUNIZ, 2010)

De acordo com Piotrovicz et al. (2012), a partir do momento em que a empresa passa a gerir de melhor forma seus custos, minimizando os desperdícios de insumos utilizados em seus processos de produção, após o cálculo do custo de cada produto, é possível satisfazer os fins para os quais foi criada, ou seja, um resultado financeiro positivo.

2.2.1 Classificação dos custos e das despesas

Para Dutra (2003, p. 156), “custo é a parcela do gasto utilizada diretamente pela produção. É a soma de todos os valores agregados ao bem desde o início até o final do processo de transformação, e que será usado como base na formação do preço de comercialização”. Ou seja, para uma correta formação do preço de venda de um produto devem-se saber com exatidão os custos decorrentes do processo produtivo.

Os custos de uma empresa podem ser classificados como sendo: custos e despesas diretas, custos e despesas indiretas, custos e despesas variáveis e custos e despesas fixas. Os custos e despesas diretas são aqueles identificados diretamente em cada unidade vendida, já os custos e despesas indiretas têm como característica a impossibilidade de serem medidos, quantificados e identificados diretamente em cada unidade produzida e comercializada (BERTÓ; BEULKE, 2006).

Quanto à classificação como custos fixos, Padoveze (2008) explica de forma simples que, que os custos fixos independem da quantidade produzida. Não se pode esquecer que apesar de serem fixos estes custos, como o de aluguel, serão eternamente os mesmos, pois no decorrer do tempo ele pode sofrer reajustes, mas mesmo seu valor aumentando ou diminuindo não deixará de ser classificado como custo fixo (PADOVEZE, 2008).

No que se refere aos custos variáveis, como o nome já diz, variam de acordo com a quantidade que se é produzida. Quando ocorre aumento ou diminuição na produção, estes custos irão aumentar ou diminuir proporcionalmente (SCHIER, 2006).

2.2.2 Classificação das receitas

Ao dar-se início às atividades de uma empresa, sabe-se que começarão a ocorrer vários fatos contábeis decorrentes da comercialização de produtos ou serviços, que se denominam receitas. As receitas decorrentes das operações normais da empresa são denominadas receitas operacionais, ou seja, aquelas receitas geradas pelo resultado das atividades principais da empresa e que constituem o objetivo social da empresa (OLIVEIRA; PEREZ JR., 2000).

Varian (2003) menciona que a receita é simplesmente o preço de um produto ou serviço multiplicado pela quantidade vendida do mesmo. É importante lembrar a relação entre o preço e a lei da oferta e demanda, pois se o preço aumenta e a demanda cai, a receita, conseqüentemente, cairá. No caso do preço subir e a demanda sofrer irrelevante queda, a receita então aumentará. Como mencionado anteriormente, a receita é fruto da multiplicação entre a quantidade de produto vendido pelo preço de venda.

De acordo com Bornia (2009), a receita pode ser explicada pela Equação 1 a seguir.

$$\text{RECEITA} = \text{PREÇO DE VENDA} \times \text{QUANTIDADE VENDIDA} \quad (1)$$

Na Equação 1 tem-se a multiplicação do preço de venda pela quantidade de produto vendido, obtendo-se desta forma a receita das vendas. Complementarmente, Dubois, Kulpa e Souza (2009) corroboram que a determinação da formação de preço, ocorre a partir da lei da oferta e da procura. De um lado, tem-se a oferta tentando vender um determinado bem praticando o maior preço de venda, enquanto a demanda optará por adquirir o mesmo produto pelo menor preço possível.

De acordo com Vasconcellos (2011), a receita marginal é a receita adicional, ou pode ser definida também como sendo a variação da receita total. Quando ocorre uma variação na quantidade vendida, isso conseqüentemente gera receita extra quando uma unidade a mais é vendida. Em outras palavras, a receita marginal é o valor recebido pela unidade adicional comercializada. Se a receita marginal for maior que o custo marginal, tem-se lucro, caso contrário não é vantajoso à produção de uma unidade adicional.

2.2.3 Custo marginal

Segundo Bertó e Beulke (2006), o custeio marginal parte do princípio de que um produto ou serviço é responsável apenas pelos custos e despesas variáveis que geram, ou seja, somente os custos e despesas variáveis são apropriados aos produtos/serviços, pois esse sistema considera que os custos e despesas fixas constituem custos estruturais, ou seja, vinculados mais a um período de tempo do que a uma unidade produzida.

Os mesmos autores explicam que no sistema de custo marginal não existe os conceitos de custo total e resultado por produto, mas sim um custo variável e uma margem de contribuição do produto ou serviço. A margem de contribuição decorre da comparação do preço de venda com o custo variável do produto. Pode-se afirmar que a margem de contribuição é a parcela com que cada produto ou serviço comercializado contribui para a cobertura dos custos de despesas fixas da empresa (BERTÓ; BEULKE, 2006).

Em outras palavras, o Quadro 1 explica que cada produto tem sua margem de contribuição, sendo que para se ter o resultado da lucratividade deve-se somar as margens de todos os produtos ou serviços comercializados pela empresa, e subtrair os custos fixos da empresa.

Quadro 1 – Sistema de margem de contribuição

PRODUTO A	PRODUTO B
preço de venda	preço de venda
(-) custo variável	(-) custo variável
(=) margem de contribuição A	(=) margem de contribuição B
A (+) B = margem de contribuição total	

Fonte: Adaptado do Bertó e Beulke (2006).

Conforme Megliorini (2007), o custo marginal é definido como o acréscimo no custo total relacionado ao correspondente aumento no volume da produção, ou seja, quando se passa de um determinado volume de produção para outro, conseqüentemente, o custo variável passa

a aumentar com menos intensidade, fazendo com isso que os custos marginais unitários sejam praticamente imperceptíveis.

Santos (2005) complementa que, em termos de custo marginal total, quanto maior o volume de vendas, maiores serão os custos variáveis totais. Já em termos unitários, os custos marginais permanecem constantes. Em outras palavras, os custos marginais são aqueles que estão diretamente relacionados com o volume de produção.

3 METODOLOGIA

Metodologicamente, partindo do objetivo de analisar os custos de insumos utilizados no processo de beneficiamento de batatas tendo em vista apurar a lucratividade da empresa Ômega Ltda. adotou-se uma pesquisa descritiva quanto aos fins, do tipo documental, pesquisa-ação por meio de um estudo de caso quanto aos meios de investigação (VERGARA, 2014).

Deste modo, no caso da pesquisa descritiva, Lopes (2006) explica que, conforme o próprio nome sugere, descreve as características do fato ou fenômeno que está sendo analisado ou, ainda, estabelece relações entre as variáveis.

Enquanto que na pesquisa-ação o objetivo é resolver, por meio da ação, determinado problema onde pesquisador e sujeitos da pesquisa estão envolvidos de forma cooperativa e participativa (APPOLINÁRIO, 2011).

Já a pesquisa documental, segundo Rampazzo (2005), utiliza documentos de fonte primária, no caso dados que podem ser encontrados em arquivos armazenados no interior de instituições públicas ou privadas. Em outras palavras, informações que ainda não foram divulgadas para acesso ao público em geral.

A respeito do estudo de caso, Gonsalves (2011) comenta que esse tipo de estudo privilegia um caso em particular, realizando assim, uma análise mais minuciosa com o propósito de auxiliar na tomada de decisão sobre o objeto estudado.

Quanto ao plano de coleta dos dados, em um primeiro momento, foram identificados por meio de documentos internos da empresa alguns custos que incorrem no processo de beneficiamento de batatas. Em posse desses dados, em um segundo momento, foram realizados os devidos cálculos a fim de levantar os custos fixos e variáveis, despesas, receitas e da margem de contribuição.

Deste modo, foram analisados os custos de: mão de obra; matéria-prima; frete; energia elétrica; água, combustível para maquinários; embalagens; depreciação de equipamentos; material de escritório; material de limpeza e aluguel.

Analisaram-se também as receitas, o lucro da empresa, onde alguns custos como depreciação de máquinas e equipamentos não foram levados em consideração, pois representam uma parcela quase que insignificante em relação ao objetivo de análise da presente pesquisa.

Salienta-se que a fim de preservar a identidade da empresa aqui considerada para fins de análise adotou-se o nome fictício de Ômega Ltda., bem como os cálculos foram realizados com o auxílio do *software* Microsoft Excel®.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A empresa em estudo é a Ômega Ltda. que está localizada na região central do Estado do Rio Grande do Sul. A estrutura física e maquinários foram adquiridos pelos atuais proprietários em novembro de 2012, sendo que até julho de 2013 os mesmos usufruíam da estrutura física e dos maquinários para o beneficiamento de batatas para distribuição própria, ou seja, distribuem o produto em suas praças de atuação em diversas cidades do Estado.

Em julho de 2013, ocorreu a abertura da empresa cujo nome fantasia é Ômega Cereais, começando assim, a comercializar os produtos beneficiados na empresa. A organização trabalha com beneficiamento de batatas e cebolas, porém, este estudo limitou-se somente aos custos de beneficiamento da batata.

Ao serem avaliados os processos de gestão de custos pode-se verificar que a Ômega não conta com um gestor em específico para esta área na empresa, isso se justifica pelo fato de ser uma microempresa familiar, onde os proprietários é que administram essa parte. Sendo assim, primeiramente, foram estudados os custos variáveis ocorridos na empresa nos meses de julho, agosto, setembro e outubro onde todos podem ser verificados no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2 – Custos variáveis mensais

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro
CV (R\$)/Mês	R\$	R\$	R\$	R\$
Matéria-prima	57.504,3	118.922,59	111.683,4	122.965,88
Saco plástico	6	4	4	4
Barbante	1.618,40	2.259,95	2.360,69	2.525,72
	8,03	11,21	11,71	12,53
TOTAL	59.130,7	121.193,75	114.055,8	125.504,13
	9	4	4	4

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Os dados classificados como custos variáveis de produção são: a matéria-prima, os sacos plásticos onde as batatas são embaladas e o barbante utilizado na costura dos sacos. Pode-se analisar que no mês de julho o custo variável foi de R\$ 59.130,79, o menor do período, e em outubro foi de R\$ 125.504,13 sendo este de maior valor no período estudado. No Quadro 3 estão descritos os custos fixos da empresa.

Quadro 3 – Custos fixos mensais

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro
Custos fixos	R\$	R\$	R\$	R\$
Energia elétrica	734,18	726,82	1.579,78	768,97
Água	223,18	354,82	49,03	86,04
Telefone	83,02	78,33	172,76	89,78
Internet	62,90	62,90	62,90	62,90
MOD	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00

Segurança trabalho	150,00	150,00	180,00	180,00
TOTAL	4.553,28	4.672,87	5.344,47	4.487,69

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

No Quadro 3 estão descritos os custos fixos da Ômega que são: energia elétrica, água, telefone, internet, mão de obra direta e o pagamento mensal da segurança do trabalho. É possível verificar que ocorreu uma oscilação no custo da energia elétrica no mês de setembro em comparação aos demais meses, ocorreu também, à diminuição do custo da água, pois no mês de setembro foi descoberto um vazamento no encanamento e o mesmo foi consertado. Os demais custos se mantiveram praticamente estáveis.

Já as despesas referentes a cada mês, são os gastos com material de escritório, mão de obra indireta entre outras despesas, os mesmos estão demonstrados numericamente a seguir no Quadro 4.

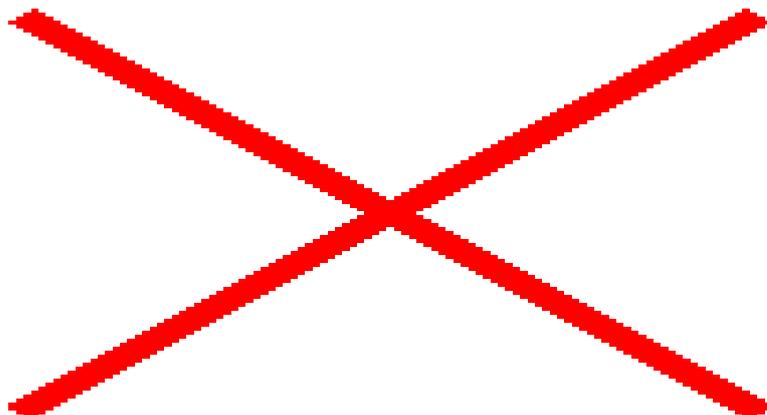
Quadro 4 – Despesas mensais

	Julho	Agosto	Setem- bro	Outu- bro
Despesas	R\$	R\$	R\$	R\$
Material escritó- rio	50,00	40,00	25,00	37,00
Despesas diversas	300,00	250,00	290,00	200,00
MOI	900,00	900,00	900,00	900,00
TOTAL	1.250,0 0	1.190,0 0	1.215,00	1.137,00

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

As despesas ocupam uma pequena parcela em relação aos custos variáveis e fixos, tendo seus valores mensais entre R\$ 1.190,00 e R\$ 1.250,00, sendo que a despesa mais elevada é a de mão de obra indireta de R\$ 900,00 mensais. Na Figura 1 é possível identificar os custos variáveis, custos fixos e despesas em percentuais referentes a cada mês estudado.

Figura 1 – Percentual de custos e despesas mensais



Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

É possível constatar que os custos variáveis mensais têm o maior percentual em todos os meses até então estudados, onde no mês de julho ocupa 91% do total dos custos e nos meses de agosto e setembro corresponde a 95% do total e o mês de outubro a 96% do total dos custos variáveis.

Os custos fixos participam com um percentual consideravelmente baixo em relação aos custos variáveis, sendo o maior percentual de 7% e o menor de 3%. Já as despesas ocupam um percentual quase que nulo, ficando entre 2% e 1% do total dos custos e despesas ocorridos no beneficiamento de batatas.

Já no Quadro 5 são explanados os tipos de classificação para a comercialização da batata, bem como o volume comercializado, os preços de compra e de venda e a receita bruta adquirida no final do período de quatro meses.

Quadro 5 – Volume comercializado no final do período analisado

	Compra			Venda		Margem de contribuição		
	Kg	R\$ kg	R\$ pago	R\$ vendido	Receita bruta	Margem total	%so-breV	%so-breC
Especial	216.234	1,5751	340.600,33	1,8002	389.269,18	48.668,85	13%	14%
Di-versa	25.366	0,9114	23.119,50	0,9299	23.587,48	467,98	2%	2%
P.45	8.035	1,0051	8.076,23	0,9238	7.422,45	-653,78	-9%	-8%
P.42	35.806	0,9060	32.438,47	0,7512	26.897,00	-5.541,47	-21%	-17%
P.40	15.050	0,4546	6.841,74	0,7241	10.897,50	4.055,76	37%	59%
Totais	300.491	1,3680	411.076,27	1,5244	458.073,61	46.997,35	10%	11%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Para a comercialização a batata é classificada quanto ao seu tamanho e qualidade, como pode ser observado no Quadro 5, onde é denominada especial a de melhor qualidade, sendo este o principal produto da empresa, no caso a que costumamos encontrar nas bancas dos supermercados.

Enquanto que as chamadas de diversas são de qualidade inferior a especial, estando elas verdes ou deformadas (tortas), já as classificadas como P.45, P.42 e P.40, sendo o P a abreviação usada para a palavra peneira, pois é uma etapa do processo de beneficiamento onde as batatas passam por peneiras. Assim, a P.45 é a de tamanho maior, mas pequena em relação ao tamanho da especial, a P.42 de tamanho médio e a P.40 pequena.

Ainda, é possível verificar no Quadro 5 os volumes comprados e comercializados de cada produto, bem como a média de seus preços unitários e total, a partir destes dados foi

realizado o cálculo da receita bruta. Foi possível confirmar que a comercialização de batatas do tipo P.45 e P.42 geram uma margem de contribuição negativa no período pesquisado.

No que se refere ao período de análise da Ômega Cereais, é possível identificar no Quadro 6 os dados referente à receita bruta, custos indiretos, as despesas e o lucro bruto.

Quadro 6 – Margem de contribuição do período analisado

Margem de contribuição			Custos indiretos		Despesas		Lucro bruto	
Margem de contribuição	% sobre V	% sobre C	Custos	% sobre R B	Despesas	% sobre RB	Lucro B	% sobre R B
R\$ 46.997,35	10%	11%	R\$ 19.058,31	41%	R\$ 4.792,00	10%	R\$ 23.147,04	49%

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Vale lembrar que o Quadro 6 apresenta-se uma análise dos retornos conforme construção dos autores Bertó e Beulke (2006). Sendo assim, constata-se que a margem de lucro bruto é de 49% sobre a margem de contribuição, os custos indiretos representam 41% e as despesas são da ordem de 10%.

Em resumo, pode-se afirmar que a Ômega apesar de comercializar subprodutos que não lhe proporcionam lucro está obtendo um bom percentual de lucro. Isso porque o principal produto comercializado, que é a batata classificada como especial, gera um percentual de margem de contribuição sobre a venda de 10%; e o subproduto, o qual oferece o maior retorno à empresa, que é a P.42, tem 37% do percentual de margem de contribuição sobre a venda, fazendo assim, com que a empresa obtenha um retorno positivo com o beneficiamento de batatas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao se analisar os custos dos insumos utilizados no processo de beneficiamento de batatas, foi possível comprovar o que os sócios proprietários já desconfiavam, ou seja, que dois produtos não geravam lucro para a empresa, são eles a batata inglesa classificada como peneira 45 e a classificada como peneira 42, porém, são comercializadas pelo fato de alguns clientes fiéis à empresa adquirem juntamente com os demais tipos de batatas estas que não geram lucro. Quanto à lucratividade, apesar destes casos de dois produtos não gerarem lucro a empresa apresenta margem de contribuição bruta de 49%, o que é considerado muito bom para uma empresa que está em atuação há pouco tempo.

Para se chegar à lucratividade da empresa, foram estudados os custos diretos entre eles a mão de obra direta e materiais utilização diretamente no processo de beneficiamento; custos indiretos como, salário do setor administrativo, material de escritório, entre outras despesas em geral; custos variáveis os quais fazem parte a matéria prima, os sacos plásticos e o barbante; custos fixos que são: energia elétrica, água, telefone, internet, mão de obra e segurança do trabalho, bem como as despesas decorrentes do processo produtivo de beneficiamento que são as despesas com materiais de escritório, mão de obra indireta entre outras despesas.

Ao realizar a análise da lucratividade da empresa, percebeu-se que alguns custos como água, energia elétrica e telefone, e despesas diversas oscilaram neste período, fazendo com que o total dos custos bem como o total das receitas não serem idênticos em nenhum dos meses estudados.

Sugere-se a empresa que a mesma repense sobre o quanto é interessante continuar comercializando os produtos que não lhe oferecem lucro, se deixar de comercializá-los prejudicaria significativamente a venda dos outros produtos ou não, e o quanto os custos se a empresa diminuiria se a mesma deixasse de comercializá-los. É interessante também a empresa buscar fornecedores de matéria-prima da região onde não terá o custo do frete incluso no produto, quanto ao saco plástico utilizado para embalar o produto, o preço deste pode ser pesquisado com demais fornecedores visando à diminuição dos custos do mesmo.

Ao findar esse estudo acredita-se que pesquisas que focam nesta área são de grande relevância, pois proporcionam as empresas maior conhecimento sobre seus custos e lucratividade. Sendo assim, como oportunidades para estudos futuros recomenda-se novas pesquisas direcionadas para outros temas da área de gestão de custos, como no caso da formação do preço de venda, custo de oportunidade, entre outros.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. G. de; BORBA, J. A.; FLORES, L. C. da S. A utilização das informações de custos na gestão da saúde pública: um estudo preliminar em secretarias municipais de saúde do estado de Santa Catarina. **RAP**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 3, p. 579-607, maio/jun. 2009.
- APPOLINÁRIO, F. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- AZEVEDO, D. B. de; GIANLUPPI, L. D. F.; MALAFAIA, G. C. Os custos ambientais como fator de diferenciação para as empresas. **Perspectiva Econômica**, São Leopoldo, v. 3, n. 1, p. 82-95, jan./jun. 2007.
- BERTÓ, D. J.; BEULKE, R. **Gestão de custos**. São Paulo: Saraiva, 2006.
- BERTONCELLO, S. L. T.; CHANG JÚNIOR, J. A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação. **FACOM** – Revista da Faculdade de Comunicação da FAAP, São Paulo, n. 17, p. 70-76, 2007.
- BORNIA, A. C. **Análise gerencial de custos**: aplicação em empresas modernas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- BRAGA, B. da R. Uma metodologia de modelagem da arquitetura de processos para a gestão da estrutura de custos e aplicação aos negócios do Banco Central do Brasil. **Revista Uniabeu**, Belford Roxo, v. 5, n. 10, p. 197-214, maio/ago. 2012.
- CAMPOS, R. E. A influência dos valores pessoais no comportamento socialmente responsável. 94 f. 2010. **Trabalho de Conclusão de Curso** (Graduação em Administração) - Departamento de Ciências Administrativas – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- CANO, T. R.; OLIVEIRA, P. A. de. Características da gestão responsável e sustentável. **Revista Eletrônica Administração: Gestão e Tecnologias**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 1-16, 2011.

- CARARETO, E. S.; JAYME, G.; TAVARES, M. P. Z.; VALE, V. P. do. Gestão estratégica de custos: custos na tomada de decisão. **Revista de Economia da UEG**, Anápolis, v. 2, n. 2, jul./dez. 2006.
- COSTA, M. F. da; FRANÇA, W. G.; SILVA, G. B. L. A.; BORGES, G. C. F. da S. Produtos verdes: estudo do comportamento socialmente responsável do consumidor maduro. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 14., São Paulo, 2011. **Anais...** São Paulo: SEMEAD, 2011.
- DUBOIS, A.; KULPA, L.; SOUZA, L. E. de. **Gestão de custos e formação de preço:** conceitos, modelos e instrumentos: abordagem do capital de giro e da margem de competitividade. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- DUTRA, R. G. **Custos:** uma abordagem prática. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- FERREIRA, M. de A.; OLIVEIRA, U. R. de; GARCIA, P. A. de A. Quatro ferramentas administrativas integradas para o mapeamento de falhas: um estudo de caso. **Revista Uniabeu**, Belford Roxo, v. 7, n. 16, p. 300-3015, maio/ago. 2014.
- FONTENELLE, I. A. A resignificação da crise ambiental pela mídia de negócios: responsabilidade empresarial e redenção pelo consumo. **Galaxia**, São Paulo, n. 26, p. 135-147, dez. 2013.
- GONÇALVES, Y. **A importância da gestão de custos.** 2012. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/administracao-e-negocios/a-importancia-da-gestao-de-custos/63090/>>. Acesso em: 22 maio 2013.
- GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica.** 5. ed. Campinas: Alínea, 2011.
- GREFF, G. F.; PADOIN, V.; SARTORI, A.; SCHUCH JÚNIOR, V. F. A postura ecologicamente correta adotada pelas organizações e a percepção dos colaboradores: um estudo de caso em uma indústria moveleira. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 12., São Paulo, 2009. **Anais...** São Paulo: SEMEAD, 2009.
- LAUSCHNER, M. A.; BEUREN, I. M. Gestão estratégica de custos. **Contabilidade Vista & Revista**, Belo Horizonte, v. 15, n. 2, p. 53-84, ago. 2004.
- LEAL, C. E. A era das organizações sustentáveis. **Revista Eletrônica Novo Enfoque**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 8, p. 1-12, jun. 2009.
- LOPES, J. **Fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas.** Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2006.
- MADKUR, F. N.; LOPES, P. da C. Análise do processo de gestão estratégica de custos e formação de preços, no âmbito dos jogos de empresas, com apoio do treinamento baseado no computador (CBT). **Revista de Gestão**, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 265-283, jul./set. 2010.
- MARTINS, E. **Contabilidade de custos.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- MEGLIORINI, E. **Custos:** análise e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- MILES, M. P.; WHITE, J. B. Setting socially irresponsible marketing objectives: a comment on a “quality of life approach”. **European Journal of Marketing**, v. 32, n. 5/6, p. 413-418, 1998.
- MUNIZ, L. da S. Práticas de gestão estratégica de custos adotadas por empresas brasileiras. 2010. 157 f. **Dissertação** (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2010.

- NOGUTI, M. B.; CAMPOS, S. V. B.; RODRIGUES, T. M.; PULLIG, T.; DIAS, J. de C. Sistema de gestão ambiental – Natura Cosméticos S/A. In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 4., Niterói, 2008. **Anais...** Niterói: CNEG, 2008.
- OLIVEIRA, E. C. de; SILVA, C. M. B. da; CAMPELO, K. S.; SILVA, A. C. B. da. Utilização da gestão de custos para tomada de decisão: um estudo em hotéis de porto de galinhas no município de Ipojuca-PE. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 18., Gramado, 2008. **Anais...** Gramado: CBC, 2008.
- OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ JR., J. H. **Contabilidade de custos para não contadores**. São Paulo: Atlas, 2000.
- PADOVEZE, C. L. **Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- PIOTROVICZ, J.; KUASOSKI, M.; ROMAN, E. F.; ATAMANCZUK, M. J.; KLOSOWSKI, A. L. M. Apuração dos custos por procedimentos: um estudo de caso no Hospital Sagrado Coração de Jesus de Prudentópolis/PR. 2012. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2., Ponta Grossa, 2012. **Anais...** Ponta Grossa: CONBREPPO, 2012.
- RAMPAZZO, L. **Metodologia científica: para alunos dos cursos de graduação e pós-graduação**. 3. ed. São Paulo: Loyola, 2005.
- RAUPP, F. M. Gestão estratégica de custos orientada para o gerenciamento de processos. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 31., Belo Horizonte, 2011. **Anais...** Belo Horizonte: ENEGEP, 2011.
- ROCHA, D. T. da; REIS, J. A. F. dos; SOUZA, A.; CRUZ, J. A. W.; TRACZ, L. Gestão de custos: um estudo bibliométrico e sociométrico da produção científica do Enanpad 1997-2008. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 17., Belo Horizonte, 2010. **Anais...** Belo Horizonte: CBC, 2010.
- SANTOS, J. J. **Análise de custos: remodelado com ênfase para sistema de custeio marginal, relatórios e estudos de casos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- SCHIER, C. U. da C. **Gestão de custos**. Curitiba: Ibpex, 2006.
- SILVA, R. C. M. da; BERTRAND, H. O comportamento socialmente responsável das empresas influencia a decisão de compra do consumidor? **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 10-25, jan./abr. 2009.
- SILVA, R. C. M. da; CHAUVEL, M. A. O consumidor pune o comportamento socialmente irresponsável das empresas? In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO, 6., Niterói, 2010. **Anais...** Niterói: CNEG, 2010.
- SOUZA, M. A. de; RASIA, K. A.; ALMEIDA, L. B. de. Práticas de gestão estratégica de custos adotadas por empresas brasileiras de segmentos do agronegócio. In: ENCONTRO DA ANPAD, 35., Rio de Janeiro, 2011. **Anais...** Rio de Janeiro: EnANPAD, 2011.
- VARIAN, H. R. **Microeconomia: princípios básicos**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- VASCONCELLOS, M. A. S. de. **Economia: micro e macro**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2014.