



Administração Financeira

CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS NO AGRONEGÓCIO

COSTS AND PRICE FORMATION IN THE AGRIBUSINESS

Aldo Leonardo Cunha Calado
Universidade Federal da Paraíba

Márcia Reis Machado
Universidade Federal da Paraíba

Antônio André Cunha Callado
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Márcio André Veras Machado
Universidade Federal da Paraíba

Moisés Araújo Almeida
Universidade Federal da Paraíba

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar a gestão de custos e o processo de formação de preços das agroindústrias paraibanas. A pesquisa envolveu um estudo empírico com 20 empresas do setor da agroindústria pertencentes a sete atividades distintas. Os dados foram obtidos através da aplicação de um questionário. Observou-se que a maioria das empresas possui sistema de custos ou alguma forma de estrutura de custos, sendo o gerente geral o responsável pelo registro dos custos do processo produtivo. Quanto aos fatores limitantes para a implantação do sistema de custos, parte das empresas analisadas alegou que a contabilidade gerencial fornece dados suficientes para a gestão dos seus negócios. Constatou-se que o principal critério utilizado no processo de formação do preço de venda das empresas analisadas foi o *mark-up*, aplicado sobre o custo de produção. Uma parcela das empresas pesquisadas utiliza o *mark-up* sobre o valor da matéria-prima.

PALAVRAS-CHAVE

gestão de custos, formação de preços, agroindústrias.

ABSTRACT

This paper aims to analyse cost management and prices formation process of agribusiness organizations in Paraíba. This research covered an empiric study with 20 agribusiness companies related to 7 distinct activities. Data were collected by the application of a series of questions. It was observed that most of these companies have cost systems or some kind of cost structuring process, and managers are generally responsible for the recording of production costs. Several key factors provide difficulties over costs systems. Some companies claimed that managerial accounting provides enough information for management activities. The most important criteria used for prices formation was the mark-up methodology over production costs. Other companies apply mark-up over supplies.

KEYWORDS

cost management, prices formation, agribusiness.

Empresas, com fim lucrativo ou não, enfrentam dificuldades para determinar o preço de seus produtos ou serviços, visto que o preço sofre grande influência do mercado, levando em conta o poder aquisitivo da população, qualidade, oferta e alternativas de escolha em função de suas preferências.

O mercado requer que empresas ofereçam produtos e serviços de qualidade com preços que o consumidor esteja disposto a pagar. Os preços devem ser suficientes para cobrir todos os custos e despesas, além de conter margem suficiente para retorno sobre o capital aplicado. O entendimento da política e formação de preços é fundamental para que as organizações conheçam seus limites financeiros.

A definição de preços tem sido um assunto bastante abordado em pesquisas, na busca da eficiência empresarial. É um tema complexo, que pode ser tratado com os conceitos da microeconomia, administração financeira, contabilidade e *marketing*. Independentemente da abordagem, fica evidente sua importância, pois é através dos resultados obtidos pela venda de produtos e/ou serviços que empresas asseguram a continuidade de suas atividades no longo prazo.

A aplicação de preços corretos é fundamental para que sejam atingidas as metas de vendas, mantidas ou ampliadas as participações da empresa no mercado.

A presente pesquisa busca abordar preços sob a ótica da contabilidade, enfatizando a gestão de custos como meio de determinação de preços para a agroindústria.

A contabilidade é uma das ferramentas menos utilizadas pelas agroindústrias brasileiras, pois é vista como uma técnica complexa em sua exceção e que apresenta baixo retorno prático. Outra limitação consistiria no fato de que a contabilidade de custos é quase sempre conhecida por suas finalidades fiscais, não possuindo grande interesse por uma aplicação gerencial.

Sobre a precariedade da qualidade das informações contábeis geradas em empresas rurais brasileiras, Crepaldi (1993) destaca que essa característica não é atributo apenas de pequenas propriedades rurais, prevalecendo também entre as médias e grandes, com economia de mercado e elevados níveis de renda, comprometendo qualquer meta de resultados financeiros diante do processo de globalização dos mercados.

A presente pesquisa encontra-se vinculada a um projeto financiado pelo CNPq. O objetivo deste

artigo consiste em analisar a gestão de custos e o processo de formação de preços nas agroindústrias paraibanas.

REVISÃO DA LITERATURA

AGROINDÚSTRIA

As atuais dinâmicas dos mercados e dos consumidores, no mundo globalizado, têm introduzido novos paradigmas e desafios para o ambiente dos negócios, indistintamente da natureza corporativa das empresas.

Nesse ambiente, o gestor deve estar apto a identificar eventuais ameaças e oportunidades em seu horizonte gerencial para subsidiar a elaboração de um plano estratégico cada vez mais contextualizado, considerando as especificidades de cada setor econômico, principalmente no que se refere à dinâmica industrial de sua cadeia produtiva.

A agroindústria, segundo Batalha (1997), consiste na soma das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles. Esse é um conceito amplo, pois abrange as diversas áreas da cadeia produtiva.

Na visão de Pereira (1996), a empresa agroindustrial compreende a unidade produtiva que transforma o produto agropecuário natural ou manufaturado para sua utilização intermediária ou final. Esse conceito é mais restrito, uma vez que se limita à atividade de transformação e processamento dos produtos de origem animal ou vegetal. É sob essa perspectiva que trataremos da agroindústria no decorrer deste trabalho.

Vilela (2004) aponta que o agronegócio abriga a produção agropecuária, da mais tecnificada à mais tradicional, da agricultura familiar à de grande porte, a indústria que produz insumos e processa alimentos, os serviços e comércio afins.

Segundo dados do Banco do Brasil (2005), o agronegócio brasileiro é responsável por 34% do PIB e 32% dos empregos gerados. Sua importância para o país reside em proporcionar empregos, renda, divisas e desenvolvimento. Devido ao saldo da balança comercial do agronegócio (US\$ 25,8 bilhões em 2003), o saldo total brasileiro foi positivo em US\$ 24,8 bilhões, podendo ampliar-se para US\$ 28 bilhões em 2004.

CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS NO AGRONEGÓCIO

Nos últimos anos, o agronegócio brasileiro teve um crescimento expressivo no comércio internacional. Em 1993, as exportações do setor eram de US\$ 15,94 bilhões, com um superávit de US\$ 11,7 bilhões. Em dez anos, o país dobrou o faturamento com as vendas externas de produtos agropecuários e teve um crescimento superior a 100% no saldo comercial.

Representando uma das principais competências nacionais, o agronegócio é importante para a economia do país sob diversos aspectos, entre os quais destacam-se:

- a) Participação no PIB: os fluxos financeiros entre os diversos agentes integrantes do agronegócio representavam cerca de 29% do PIB brasileiro, ou R\$ 424 bilhões, conforme dados do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea/USP), (UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 2003).
- b) Desempenho da balança comercial: o agronegócio é o setor que mais tem contribuído para melhorar a balança comercial brasileira, sendo responsável por 42% das exportações brasileiras. Em 2003, produziu um superávit de US\$ 25,8 bilhões, conforme o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (BRASIL, 2004). Em 2004, a previsão é de atingir um superávit de US\$ 30 bilhões.
- c) Participação dos produtos agrícolas no mercado mundial: o Brasil é líder mundial nos seguintes produtos:
 - Laranja: detém 81,9% do mercado mundial do suco de laranja.
 - Soja: detém 38,4% do mercado mundial.
 - Café: vende 28,5% do café em grãos consumido no planeta e 43,6% do café solúvel.
 - Açúcar: vende 29% do volume consumido no mundo.
 - Carnes: assumiu em 2003 a liderança na produção de carne bovina, com 19% de participação no mercado. Primeiro em vendas de carne de frango, com exportações de US\$ 1,9 bilhão.
 - Fumo: vende 23,1% do tabaco consumido no mundo.
- d) Internacionalização do agronegócio: as vantagens competitivas do agronegócio brasileiro vêm atraindo investimentos internacionais, seja pela aquisição de empresas do setor, seja pela implantação de novas unidades produtivas no país. Hoje, todas as grandes empresas que operam com agronegócios no mundo estão presentes no Brasil. Além de

capital, elas trazem tecnologias modernas, que favorecem ainda mais o desenvolvimento do setor.

Segundo Vilela (2004), dentre as barreiras enfrentadas pelo agronegócio brasileiro, uma das mais importantes é o estabelecimento de preços competitivos aos seus produtos.

FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

A tomada de decisões no âmbito empresarial consiste na escolha de custos alternativos que melhor se ajustem a seus interesses. A identificação e ponderação dos principais aspectos relacionados a determinado contexto têm um importante papel no processo de tomada de decisões, agindo como referência coletora de dados relevantes sobre custos, despesas, mercado e tecnologias.

Sardinha (1995) define preço como a quantidade de dinheiro que o consumidor desembolsa para adquirir um produto e que a empresa recebe em troca da cessão do produto. A partir dessa definição, preço seria o valor monetário pago pelo consumidor ao fornecedor de bens e/ou serviços, para satisfazer suas necessidades, enquanto este visa a obter lucro ou retorno financeiro.

Para Bernardi (1996) e Cogan (1999), o preço pode ser estabelecido a partir do mercado. Dessa forma, lucro será representado em função do valor relativo ao preço aceito menos os custos e despesas [$L = P - (C + D)$].

De acordo com esse entendimento, as empresas devem procurar diminuir seus custos e despesas, para que a margem de contribuição, preço menos custos e despesas variáveis, possa ser maior, bem como elaborar estudos sobre seus limites, não oferecendo produtos ou serviços com preços inferiores aos custos e despesas ou com margem insuficiente para o retorno do capital aplicado.

Ressaltam Horngren, Datar e Foster (2004) que o preço de um produto ou serviço depende da oferta e da procura. As três influências que incidem sobre oferta e procura são: os clientes, os concorrentes e os custos.

Os clientes influenciam a formação dos preços na medida em que analisam o valor cobrado pelo bem ou serviço e os benefícios que terão se os adquirir. Os consumidores consideram suas preferências em termos dos benefícios recebidos pelo preço pago. Dessa forma, serviços e bens semelhantes tendem a ter preços semelhantes.

Para Kotler (1993), no final das contas, é o consumidor que decidirá se o preço de um produto é correto. Em todo caso, o melhor não é cobrar preços mais baixos, mas diferenciar o produto ofertado, para que ele valha um preço mais alto.

Os custos e os preços dos concorrentes podem afetar os preços cobrados por uma empresa. Produtos alternativos ou similares podem afetar a demanda e forçar uma empresa a baixar seus preços. Por outro lado, uma empresa livre de concorrência pode elevar seus preços sem grandes problemas.

Os custos influenciam os preços na medida em que afetam a oferta. Quanto menor for o custo de um produto em relação ao seu preço, maior será a capacidade de fornecimento pela empresa. No outro extremo, a empresa que apresenta redução de custos pode baixar seus preços, aumentando a procura, ou em caso de aumento de custos elevar seus preços, diminuindo a procura.

A precificação também varia de acordo com o mercado. Rossetti (2000) e Vasconcelos (2002) reconhecem quatro tipos de mercado, cada um com dificuldades diferentes em relação ao preço.

Bruni e Famá (2003) propõem como principais objetivos na formação de preços: proporcionar, em longo prazo, o maior lucro possível; permitir a maximização lucrativa da participação de mercado; maximizar as capacidades produtivas, evitando ociosidade e desperdício operacional; e maximizar o capital empregado para perpetuar os negócios de modo auto-sustentado.

Sardinha (1995) comenta que, no curto prazo, o preço cobrado pela venda de um bem ou prestação de um serviço pode ser influenciado pelo mercado, mas a sobrevivência de uma empresa no longo prazo depende de suas decisões sobre políticas consistentes de preço.

Não apenas o faturamento da empresa deve ser aumentado, mas a lucratividade nas vendas, uma vez que o aumento do faturamento, isoladamente, pode proporcionar efeitos negativos, tais como excesso de estoques, fluxo de caixa negativo, sazonalidade, etc.

Os preços devem considerar a capacidade produtiva da empresa, pois preços baixos tendem a aumentar as vendas, podendo ocasionar problemas de qualidade do atendimento e prazo de entrega. Por outro lado, preços elevados podem reduzir as vendas, acarretando a ociosidade da estrutura produtiva e de pessoal, ou seja, ociosidade e desperdício operacional.

Bruni e Famá (2003) destacam que o retorno do capital dá-se por meio de lucros auferidos ao longo do tempo. Assim, somente por meio da correta fixação e mensuração dos preços de venda é possível assegurar o correto retorno do investimento efetuado.

Além dos consumidores, concorrentes e custos, que influenciam na precificação, também devem ser levadas em conta a conjuntura econômica, a recessão, inflação e taxas de juros, o governo e as preocupações sociais.

Para Santos (1991), estes são os métodos de formação de preço:

- Método baseado no custo;
- Método baseado nos concorrentes;
- Método baseado nas características do mercado;
- Método misto.

O método baseado nos custos é o mais tradicional e o mais comum no mundo dos negócios. Costuma empregar os seguintes fatores: custo pleno, custo de transformação, custo marginal, taxa de retorno exigida sobre o capital aplicado e custo-padrão.

Se a base usada for o custo total, deve ser aplicada uma margem de lucro desejada sobre os custos totais dos produtos. Utilizando-se os custos e despesas variáveis, a margem adicionada deve ser suficiente para cobrir os custos e despesas fixas, além dos lucros desejados.

A margem de um produto, expressa como percentual do custo, é a diferença entre o seu preço de venda e o seu custo. Esse processo de adicionar margem fixa a um custo-base é conhecido como *mark-up*. Segundo Garrison e Noreen (2000), duas perguntas são feitas quando se emprega *mark-up*: qual custo deve ser usado? Como se determinar a margem?

A segunda metodologia de formação de preços emprega a análise da concorrência. Sobre essa metodologia, Bruni e Famá (2003) afirmam que as empresas prestam pouca atenção a seus custos ou à sua demanda – a concorrência é que determina os preços a praticar. Os preços podem ser de oferta – quando a empresa cobra mais ou menos que os concorrentes – ou de proposta – quando a empresa determina seu preço segundo seu julgamento sobre como os concorrentes irão fixar seus preços.

Para o método baseado nas características do mercado, o preço é estabelecido com base no valor percebido do produto pelo mercado consumidor. Esse método exige conhecimento profundo do mercado pela empresa. O conhecimento do

CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS NO AGRONEGÓCIO

mercado permite decidir se o produto será vendido a um preço mais alto, atraindo as classes economicamente mais elevadas, ou a um preço popular, atendendo às camadas mais pobres.

A quarta e última metodologia, método misto, é a combinação dos fatores custo, concorrência e mercado. Bruni e Famá (2003) destacam que a formação de preços deve ser capaz de considerar a qualidade do produto em relação às necessidades do consumidor, a existência de produtos substitutos a preços mais competitivos, a demanda esperada do produto, o mercado de atuação do produto, o controle de preços impostos pelo governo, os níveis de produção e vendas pretendidos ou que podem ser operados e os custos e despesas de fabricar, administrar e comercializar o produto.

METODOLOGIA

A presente pesquisa, quanto aos fins, é classificada como exploratória e descritiva. Exploratória porque visa a ampliar o conhecimento sobre a formação de preço em agroindústrias, e descritiva porque procurou descrever o grau de percepção dos gestores das agroindústrias quanto à formação do preço e importância da gestão de custos para tal fim.

Quanto aos meios, é uma pesquisa de campo, desenvolvida no âmbito das agroindústrias localizadas na cidade de João Pessoa/PB, onde dados foram coletados ao longo das atividades propostas para a pesquisa.

O universo da pesquisa foi constituído pelas agroindústrias sediadas no Estado da Paraíba, cadastradas na Federação das Indústrias do Estado da Paraíba – Fiep-PB, em sua lista publicada em 2004. Essas empresas desenvolvem as seguintes atividades: abate e preparação de produtos de carne e de pescado; fabricação e refino de açúcar; laticínios; moagem e fabricação de produtos amiláceos e rações balanceadas para animais; processamento, preservação, produção de conservas de frutas, legumes, etc.; produção de álcool; torrefação e moagem de café, totalizando 118 empresas.

A composição da amostra foi determinada pelo recebimento dos questionários (enviados para as 188 empresas cadastradas), distribuídas conforme a Tabela 1. Foram recebidos 20 questionários respondidos, representando 17% do universo.

Para a tabulação e análise dos dados, utilizou-se o pacote estatístico SPSS – *Statistical Package for the Social Sciences*, a estatística descritiva e tabelas de frequência.

TABELA 1
Universo e amostra da pesquisa

| Subatividades das indústrias | Universo | Amostra |
|---|------------|-----------|
| Abate e preparação de produtos de carne e pescado | 10 | 5 |
| Laticínios | 37 | 5 |
| Processamento, preservação e prod. de conservas de frutas, legumes e outros | 23 | 4 |
| Produção de álcool | 7 | 2 |
| Torrefação e moagem de café | 16 | 2 |
| Fabricação e refino de açúcar | 5 | 1 |
| Moagem e fabricação de produtos amiláceos e rações balanceadas p/ animais | 20 | 1 |
| Total | 118 | 20 |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

RESULTADOS OBTIDOS

Em relação aos métodos de apuração dos custos de produção, 40% das agroindústrias possuem um sistema de custos, 35% possuem alguma forma de estruturação e 20% não apresentam nenhuma forma de estruturação, conforme Tabela 2.

TABELA 2
Métodos de apuração dos custos

| Métodos de apuração | Nº de empresas | % |
|------------------------|----------------|-------------|
| Sistema de custos | 8 | 40% |
| Estruturação de custos | 7 | 35% |
| Nenhuma estruturação | 4 | 20% |
| Outros | 1 | 5% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Entretanto, através de algumas anotações espontâneas, pôde-se verificar o reconhecimento da importância da implantação de um sistema de controle de custos, que estaria em fase de implantação ou seria implantado num futuro próximo.

Os dados da Tabela 3 indicam que em 30% das empresas pesquisadas o gerente geral é que

TABELA 3
Profissional responsável pelo registro dos custos

| Profissional responsável | Nº de empresas | % |
|--------------------------|----------------|---------------|
| Gerente geral | 6 | 30% |
| Contador | 5 | 25% |
| Técnico | 3 | 15% |
| Chefe de produção | 1 | 5% |
| Outros | 5 | 25% |
| Total | 20 | 100,0% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

faz os registros dos custos do processo produtivo. Mas outros profissionais também efetuam esses registros, dentre os quais o contador em 25% dos casos, o técnico em 15%, e o chefe de produção em apenas 5%.

Quanto aos fatores limitantes para a implantação de alguma forma de estruturação de custos, a Tabela 4 mostra que 25% dos gestores das agroindústrias respondentes consideraram que os dados da contabilidade geral são suficientes, 20% consideraram que a produção é pequena e não necessitam de um sistema de custos, 5% alegaram que as informações de custos não interferem nas decisões gerenciais, outros 5% informaram que não possuem orientação técnica, mas contratarão alguém qualificado para essa função ainda este ano.

Além desses fatores, 45% consideram a falta de um sistema de controle dos custos, a atuação do proprietário da empresa ou ainda nenhum fator como forma de inibir a estruturação dos custos. Isso demonstra, de modo geral, a pouca preocupação dos gestores para o acompanhamento e o controle dos custos de produção, uma vez que, em face das dificuldades e necessidades enfrentadas, ainda não dispõem de um sistema de controle eficaz.

TABELA 4
Fatores limitantes da estruturação dos custos

| Motivo | Nº de empresas | % |
|---|----------------|-------------|
| Os dados da contabilidade geral são suficientes | 5 | 25% |
| A produção é pequena e não há necessidade | 4 | 20% |
| Os custos são irrelevantes para o gerenciamento | 1 | 5% |
| Por falta de orientação técnica | 1 | 5% |
| Outros | 9 | 45% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Nenhuma empresa alegou, como fator limitante na estruturação dos custos, a falta de recursos financeiros para contratar uma pessoa para fazer o controle de custos corretamente.

Pela Tabela 5, todos os entrevistados utilizam algum critério para a formação do preço de venda. O mais relevante é um índice sobre o custo de produção, representando 70%, seguido da negociação caso a caso, feita em 20% das agroindústrias. Em 5% aplica-se um índice sobre o valor da matéria-prima e em outros 5% o preço de venda é definido após cálculos que levam em consideração muitas variáveis não especificadas.

TABELA 5
Critérios de formação do preço de venda

| Critério utilizado | Nº de empresas | % |
|--|----------------|-------------|
| Utiliza-se um índice sobre o custo de fabricação | 14 | 70% |
| Negocia-se o preço caso a caso | 4 | 20% |
| Aplica-se um índice sobre o valor da matéria-prima | 1 | 5% |
| Outros | 1 | 5% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

A Tabela 6 mostra que 45% das empresas pesquisadas negociam não somente os preços, mas também os prazos, 40% vendem pelos mesmos preços das vendas à vista e 15% acrescentam encargos financeiros em relação aos preços de vendas à vista.

TABELA 6
Critérios utilizados para definir o preço das vendas a prazo

| Critérios utilizados | Nº de empresas | % |
|---|----------------|-------------|
| Negociados caso a caso sobre valores e prazos | 9 | 45% |
| Mesmos preços das vendas à vista | 8 | 40% |
| Há acréscimos de encargos financeiros | 3 | 15% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Os questionários sugerem os motivos de se efetuarem as vendas a prazo pelo mesmo valor das vendas à vista, tipo de operação feito para os clientes que compram freqüentemente e em quantidades satisfatórias. Com isso objetivavam manter a fidelização do cliente.

Pela Tabela 7, 65% das agroindústrias respondentes possuem e utilizam formulários específicos para controle dos custos de produção. Nenhuma empresa que possui esses formulários deixa de utilizá-los.

TABELA 7
Utilização de meios formais de apuração e controle dos custos

| Formulários específicos | Nº de empresas | % |
|-------------------------|----------------|-------------|
| Possui e utiliza | 13 | 65% |
| Não possui | 7 | 35% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS NO AGRONEGÓCIO

Pela Tabela 8, uma parcela de 805 empresas atesta que todos os registros são feitos corretamente, 15% não efetuam qualquer tipo de registro e 5% registram, mas de maneira incorreta.

TABELA 8
Processo de registro dos custos de produção

| Forma de registro | Nº de empresas | % |
|----------------------------|----------------|-------------|
| Registrados corretamente | 16 | 80% |
| Não são registrados | 3 | 15% |
| Registrados incorretamente | 1 | 5% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Quanto à forma de organização do registro dos custos de produção, a Tabela 9 mostra que, em 75% dos casos, os dados são agrupados em contas e em 25% não há nenhuma forma de agrupamento em contas.

TABELA 9
Forma de organização do registro dos custos de produção

| Forma de organização dos registros | Nº de empresas | % |
|------------------------------------|----------------|-------------|
| São agrupados em contas | 15 | 75% |
| Não são agrupados | 5 | 25% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Encontram-se na Tabela 10 as bases de valorização dos insumos utilizadas pelas empresas agroindustriais. A base de valor mais utilizada é o custo de reposição dos insumos, correspondendo a 45% do total, seguido do custo corrente com 30%, do custo corrente corrigido, perfazendo 15%, e do custo histórico corrigido em 5%.

TABELA 10
Base de valorização dos insumos

| Base de valor | Nº de empresas | % |
|---------------------|----------------|-------------|
| Reposição | 9 | 45% |
| Corrente | 6 | 30% |
| Corrente corrigido | 3 | 15% |
| Histórico corrigido | 1 | 5% |
| Não responderam | 1 | 5% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Em relação ao método de custeio empregado para apropriação dos custos ao produto, a Tabela 11 mostra que o custeio direto é o mais utilizado (50%), seguido do custeio por absorção (45%). Apenas uma empresa não identificou o método de custeio que utiliza para apropriação dos custos de produção.

TABELA 11
Método de apropriação dos custos de produção

| Método de custeio | Nº de empresas | % |
|-------------------|----------------|-------------|
| Direto | 10 | 50% |
| Absorção | 9 | 45% |
| Não responderam | 1 | 5% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

O período mais utilizado como base para elaboração dos relatórios de custos é o mensal, representado por 65% do total de empresas, seguido do trimestral, com 10%. Os relatórios de custos também são elaborados semanal e semestralmente, só que de forma menos significativa (5% para cada um desses períodos). Há aqueles que possuem sistemas de custos e conseguem elaborar os relatórios diariamente ou no momento de aquisição da matéria-prima (15%), conforme a Tabela 12.

TABELA 12
Periodicidade de elaboração dos relatórios de custos

| Periodicidade de elaboração | Nº de empresas | % |
|-----------------------------|----------------|-------------|
| Mensais | 13 | 65% |
| Trimestrais | 2 | 10% |
| Semanais | 1 | 5% |
| Semestrais | 1 | 5% |
| Outro | 3 | 15% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

A Tabela 13 aponta dificuldades relativas ao correto controle dos custos de produção, pois não há certeza quanto à existência de lucros: 35% dos entrevistados identificam a existência de lucros através das sobras de caixa ao final do período, 20% não têm certeza sobre a existência de lucros e outros 20% têm conhecimento da existência de lucros, porém não os identifica por produto.

TABELA 13
Critérios utilizados no processo de
definição dos lucros

| Critério utilizado | Nº de empresas | % |
|--|----------------|-------------|
| Sobras de caixa ao final do período | 7 | 35% |
| Não tem certeza da existência de lucros | 4 | 20% |
| Conhecimento de sua existência sem identificar por produto | 4 | 20% |
| Outro | 5 | 25% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Uma parcela de 25% dos gestores não utiliza nenhum dos três critérios apontados para a identificação do lucro; a maior parte dos entrevistados não esclareceu quais critérios utiliza e outros informaram que o lucro é acompanhado diariamente através de um sistema gerencial ou têm conhecimento de sua existência através da identificação por produto.

TABELA 14
Periodicidade de atualização dos relatórios de custos

| Periodicidade de atualização | Nº de empresas | % |
|---------------------------------|----------------|-------------|
| Possuem atualização periódica | 8 | 40% |
| Possuem atualização constante | 8 | 40% |
| Não possuem atualização regular | 4 | 20% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Os relatórios de custos são atualizados periodicamente em 40% das empresas entrevistadas, outros 40% sofrem atualização constante e em 20% essa atualização não é feita de maneira regular, conforme Tabela 14.

TABELA 15
Forma de registro dos custos de produção

| Registro dos custos | Nº de empresas | % |
|---|----------------|-------------|
| Registrados em formulários próprios | 13 | 65% |
| Registrados de maneira improvisada, mas regular | 5 | 25% |
| Registrados de maneira irregular | 2 | 10% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Pesquisa de campo, 2005.

Os custos de produção são registrados em formulários próprios em 65% das empresas, 25% registram os custos regularmente, mas de maneira improvisada, e 10% reconhecem que registram de forma totalmente irregular (Tabela 15).

CONCLUSÕES

Esta pesquisa exploratória e descritiva teve por objetivo analisar a gestão de custos e processo de formação de preços das agroindústrias paraibanas. Envolveu um estudo empírico com 20 empresas do setor agroindustrial, pertencentes a sete subatividades industriais.

Uma parcela significativa das empresas respondentes possui sistema de custos ou alguma forma de estrutura de custos, registrados pelo gerente geral.

Quanto aos fatores limitantes para a implantação do sistema de custos, parte das empresas alegou que a contabilidade gerencial fornecia dados suficientes para a gestão dos seus negócios. Outras consideraram que a produção era pequena, não necessitando de um sistema de custos. Grande parte considerou a falta de um sistema para controle dos custos, a forma de atuação do proprietário da empresa ou ainda nenhum fator como inibidores da estruturação dos custos.

O principal critério utilizado no processo de formação do preço de venda das empresas analisadas foi o *mark-up*, aplicado sobre o custo de produção. Algumas empresas utilizavam o *mark-up* sobre o valor da matéria-prima.

Em relação aos preços das vendas a prazo, grande parte das empresas negocia não somente os preços, mas também os prazos, vende pelos mesmos preços das vendas à vista e apenas uma pequena parte acrescenta encargos financeiros aos preços de vendas à vista. ➤

CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS NO AGRONEGÓCIO

Aldo Leonardo Cunha Calado

Universidade Federal da Paraíba
Professor Assistente
Endereço: Campus Universitário I – jardim Cidade Universitária
João Pessoa-PB. CEP: 58.051-900
Fone: 083 - 32167459
aldocallado@yahoo.com.br

Márcia Reis Machado

Universidade Federal da Paraíba
Professora Assistente
Endereço: Campus Universitário I – jardim Cidade Universitária
João Pessoa-PB. CEP: 58.051-900
Fone: 083 - 32167459
marciareis@yd.com.br

Antônio André Cunha Callado

Professor Adjunto
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Av D. Manoel de Medeiros, s/n – Dois Irmãos
Recife-PE CEP 52.071-030
Fone: 081 - 33206460
andrecallado@yahoo.com.br

Márcio André Veras Machado

Professor Assistente
Universidade Federal da Paraíba
Endereço: Campus Universitário I – jardim Cidade Universitária
João Pessoa-PB. CEP: 58.051-900
Fone: 083 - 32167459
marciomachado@yd.com.br

Moisés Araújo Almeida

Bolsista de Iniciação Científica
Universidade Federal da Paraíba
Endereço: Campus Universitário I – jardim Cidade Universitária
João Pessoa-PB. CEP: 58.051-900
Fone: 083 - 32167459
moaral@ig.com.br

Referências

BANCO DO BRASIL. **Relatórios gerenciais e prestação de contas de safras**: 1995-2005. Brasília, 1995-2005.

BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997.

BERNARDI, L. A. **Política e formação de preços**: uma abordagem competitiva, sistêmica e integrada. São Paulo: Atlas, 1966.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Balança comercial**. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br> Acesso em 18 ago. 2004.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Pronaf – Programa Nacional de**

Agricultura Familiar. Disponível em: <http://mda.gov.br>. Acesso em 20 out. 2004.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de custo e formação de preço**: com aplicação na calculadora HP12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2003.

COGAN, S. **Custos e preços**: formação e análise. São Paulo: Pioneira, 1999.

CREPALDI, S. A. **Contabilidade rural**. São Paulo: Atlas, 1993.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W. **Contabilidade gerencial**. Rio de Janeiro: LTC, 2001.

HORNGREN, C. T.; DATRA, S. M.; FOSTER, G. **Contabilidade de custos**: uma abordagem gerencial. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1993.

PEREIRA, E. Controladoria, gestão empresarial e indicador de eficiência em agribusiness. In: MARION, José Carlos (Coord.). **Contabilidade e controladoria em agribusiness**. São Paulo: Atlas, 1996.

ROSSETTI, J. P. **Introdução à economia**. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, J. J. **Formação de preços e do lucro**. São Paulo: Atlas, 1991.

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

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea). Esalq. **PIB do Agronegócio**. Disponível em: <http://cepea.esalq.usp.br/>. Acesso em 20 ago. 2004.

VASCONCELLOS, M. A. S. **Economia**: micro e macro. São Paulo: Atlas, 2002.

VILELA, L. Desafios do agronegócio: capital e conhecimento. **Revista de Política Agrícola**, n. 2, 2004, p. 87-88.