METODOLOGIAS DE PREÇOS, CUSTOS E CUSTEIO

Tarsila Oliveira

O conhecimento acerca das variáveis que circundam a formação do preço (FP) de venda de produtos e serviços é fundamental para a tomada de decisões seguras e eficientes em qualquer empresa; seu sucesso encontra-se, assim, na garantia de sustentabilidade, a longo prazo, num ambiente competitivo de mercado. Para isso, é de suma importância que a empresa detenha conhecimento referente ao movimento de seu capital.

Sobre o tema, se faz interessante a retomada dos conceitos que serão abordados a diante. Um dos principais elementos para compreendermos o conteúdo é o *preço*, descrito como

> (...) o valor monetário pago pelo consumidor ao fornecedor de bens e/ou serviços, para satisfazer suas necessidades, enquanto este visa obter lucro ou retorno financeiro. (CALLADO; MACHADO; CALLADO; MACHADO; ALMEIDA, 2005, p. 4)

Este está intrinsecamente relacionado com as definições de *custo* e *custeio*, retomadas por Beber, Silva, Diógenes e Neto (2004):

> Os princípios são referentes à variabilidade dos custos (custos variáveis e custos fixos), estando relacionados à definição das informações mais adequadas às necessidades da organização. Os métodos de custeio são referentes à forma como serão alocados os custos diretos e indiretos (BEBER; SILVA; DIÓGENES; NETO, 2004, apud BORNIA, 2002; KRAEMER, 1995; MÜLLER, 1996).

O contexto no qual se inserem tais conceitos é intrinsecamente relacionado à dinâmica de mercado, portanto, determinante para o futuro da empresa o entendimento dos elementos que compõem esse meio e a forma como interagem entre si. Acentuando-se suas especificidades, é possível que seja traçado um plano estratégico eficiente e capaz de otimizar ao máximo a produção, aumentando o lucro e diminuindo gastos excedentes – tal como propõe a lógica da FP (SOUZA; TOLEDO; ALMEIDA, 2011).

Cabe indicar que outros agentes de custo a serem levados em conta no percurso analítico da formação de preço atravessam desde questões objetivas –