



ANÁLISE DE CUSTOS DOS PRODUTOS DE UMA EMPRESA *E-COMMERCE* NA CIDADE DE MURITIBA - BA

Ricardo Macedo Cordeiro Filho¹. Taianan Alves Uzeda Luna². Marília Rosa Andrade³.

¹Graduando em Bacharelado em Ciências Contábeis – FAMAM, E-mail: ricardomacedocf1@gmail.com; ²Mestra em Contabilidade – UFBA, Docente – FAMAM, E-mail: taianan.uzeda@hotmail.com; ³Mestra em Contabilidade – UFBA, Técnico universitário – UEFS, Docente – FAMAM, E-mail: marilia_rosa@uefs.br.

No cenário socioeconômico atual do Brasil, no que diz respeito a novas formas de comércio, mais precisamente entre as micro e pequenas empresas, vem ganhando destaque as entidades de comércio eletrônico. A Contabilidade Gerencial é inserida neste contexto como uma importante ferramenta para a tomada de decisões, se faz necessária para potencializar os recursos por meio de gerenciamento de custos. É, no entanto, busca por entender como esses custos se comportam o foco do presente trabalho e tem como objetivo identificar qual método de gestão de custos mais benéfico para uma empresa *E-commerce* na cidade de Muritiba – BA. Foram traçados os seguintes objetivos específicos, em ordem, identificar qual método atual de Gestão de Custos da empresa, em seguida, analisar o método de precificação de cada produto da empresa e, por fim, comparar o método atual de Gestão de Custos com um método menos oneroso com base nos dados obtidos afim de melhorar o resultado operacional da empresa. Foram feitas também, pesquisas em estudos anteriores, em livros, artigos e revistas, assim como outras fontes secundárias sobre o tema tratado a fim de solucionar a problemática proposta e alcançar os objetivos propostos. Quanto aos procedimentos, a pesquisa se classifica como bibliográfica e documental, já enquanto aos objetivos tem caráter descritivo e quanto a abordagem classifica como qualitativa, pois será feita uma coleta dos dados na intenção de identificar e comparar o método atual com um método menos oneroso para a empresa. O método de custeio é relevante dentro da empresa, uma vez que, através dele, possa mensurar e atribuir o preço de cada produto

Palavras-chave: Gestão de custos. Métodos de custeio. *E-commerce*.