



Controle de custos: o diferencial demandado pelo atual cenário empresarial

Nathalia Rossato Binotto¹

Resumo: A contabilidade de custos é o ponto-chave para garantir o funcionamento da empresa e entender a lucratividade do negócio. Tendo em vista essa relevância no contexto organizacional, o estudo objetiva identificar as limitações que envolvem esse processo e, a partir disso, elaborar uma ferramenta simplificada para auxiliar os gestores de pequenas empresas. Nesse sentido, desenvolveu-se uma pesquisa com abordagem qualitativa, do tipo descritiva, e caracterizada como mista. Para tanto, baseou-se em uma microempresa de Nova Palma, a partir da qual se identificou seu contexto empresarial, seus gastos e, então, elaborou-se a ferramenta. Assim, a praticidade de mudança de preços de compra e a simulação do *markup* permitem analisar se a atividade está sendo lucrativa e, então, realizar medidas estratégicas para impulsionar o negócio. Prova disso, a partir de testes utilizando a ferramenta desenvolvida, identificou-se que a mudança de centavos no preço de venda do produto possui um impacto significativo no resultado operacional da empresa.

Palavras-chave: contabilidade de custos; *markup*; controle de custos.

Cost control: the difference demanded by the current business scenario

Abstract: Cost accounting is the key point to ensure the company's functioning and understand the profitability of the business. Given this relevance in the organizational context, the study aims to identify the limitations involving this process and, based on this, develop a simplified tool to assist managers of small companies. In this sense, research was developed with a qualitative, descriptive approach and characterized as mixed. To do so, it was based on a micro-enterprise in Nova Palma, from which its business context and expenses were identified and the tool was then developed. Thus, the practicality of changing purchase prices and markup simulation allow us to analyze whether the activity is profitable and then carry out strategic measures to boost the business. Proof of this, from tests using the developed tool, it was identified that the change of cents in the product's sales price has a significant impact on the company's operational results.

Keywords: cost accounting; markup; cost control.

Control de costes: la diferencia que exige el escenario empresarial actual

Resumen: La contabilidad de costes es el punto clave para asegurar el funcionamiento de la empresa y entender la rentabilidad del negocio. Dada esta relevancia en el contexto organizacional, el estudio tiene como objetivo identificar las limitaciones que involucra este proceso y, con base en ello, desarrollar una herramienta simplificada para ayudar a los gerentes de pequeñas empresas. En este sentido, la investigación se desarrolló con un enfoque cualitativo, descriptivo y se caracterizó como mixta. Para ello se partió de una microempresa en Nova Palma, a partir de la cual se identificó su contexto empresarial y sus gastos y posteriormente se desarrolló la herramienta. Así, la practicidad de cambiar los precios de compra y la simulación de márgenes nos permiten analizar si la actividad es rentable y luego llevar a cabo medidas estratégicas para impulsar el negocio. Prueba de ello, a partir de pruebas realizadas con la herramienta desarrollada, se identificó que el cambio de centavos en el precio de venta del producto tiene un impacto significativo en los resultados operacionales de la empresa.

Palabras clave: contabilidad de costos; margen; control de costos.

¹ Bacharelada em Ciências Contábeis (AMF). E-mail: binotton29@gmail.com.

1 Introdução

Sá (1997, p. 15) aponta que a “Contabilidade nasceu com a civilização e jamais deixará de existir em decorrência dela; talvez, por isso, seus progressos sempre tenham coincidido com aqueles que caracterizaram os da própria evolução do ser humano”. Todavia, a contabilidade de custos iniciou em meados do século XVIII, com a Revolução Industrial, quando iniciou a produção em massa por meio de novas invenções e processos automatizados (Padoveze, 2014).

Nesse sentido, com a expansão industrial e o aumento da competitividade entre as empresas, identificou-se a necessidade de gerir os custos que estão em torno dos processos da organização. Para tanto, Sebrae (2015) aponta que o controle dos gastos fornece informações reais sobre a rentabilidade e desempenho da empresa, bem como o auxílio para um bom planejamento e controle dos processos.

Entretanto, para controlar os gastos é necessário disciplina, sobretudo com a constante variação de preços no mercado atual. Desse modo, identificou-se a seguinte problemática em torno das organizações: “quais as barreiras que interferem na gestão de custos de produção eficiente para as organizações?”. Portanto, o estudo objetiva identificar os desafios em torno do controle de custos de produção das empresas com o intuito de projetar soluções que minimizem essa problemática e auxiliem na otimização da utilização dos recursos produtivos.

Por conseguinte, para operacionalização do presente relato, realizou-se o desenvolvimento da ferramenta, seguindo quatro principais etapas: o diagnóstico do contexto empresarial; o levantamento de gastos e suas classificações e o cálculo do *markup*. Para finalizar, realizou-se um comparativo entre o atual preço de venda (PV) comercializado pela empresa e um estimado para o aumento da receita.

Nesse viés, este trabalho se justifica pela relevância do controle de custos no contexto organizacional e o seu impacto para o desenvolvimento organizacional de maneira sustentável. Para tanto, o estudo está organizado a partir das seguintes seções: primeiramente, realizou-se uma rápida abordagem sobre a contabilidade de custos e destacaram-se os principais conceitos que envolvem essa área contábil; na sequência, a operacionalização da ferramenta foi descrita em detalhes, indicando suas etapas e

principais resultados projetados no negócio escolhido e, por fim, o relato é concluído com as considerações finais e as referências utilizadas para embasar o estudo.

2 Conceituação da Ferramenta

2.1 A contabilidade de custos

O nascimento da contabilidade de custos se deu, sobretudo, com a Revolução Industrial e o advento do capitalismo, quando surgiu a necessidade de um gerenciamento contábil interno, tendo em vista a aparição de novas complexidades nos processos produtivos (Padoveze, 2014). Nesse sentido, a preocupação inicial de Contadores, Auditores e Fiscais não estava em torno da sua utilização para fins gerenciais. Todavia, com o crescimento das empresas, esse ramo da Contabilidade passou a auxiliar no desempenho como um instrumento gerencial (Martins, 2018).

Em vista disso, a Contabilidade de Custos no contexto atual está “direcionada na análise dos gastos realizados pelas entidades, durante suas atividades operacionais, contribuindo na tomada de decisões, envolvendo as opções de produção, formação de preço e alternativas de produção própria e terceirizada” (Veiga; Santos, 2016, p. 4). Nesse sentido, identifica-se a importância da gestão de custos frente ao controle de gastos e a formação de preços dos produtos.

Além disso, observa-se a instabilidade dos preços dos insumos utilizados no processo produtivo e na prestação de serviços, bem como a competitividade entre as empresas. Desse modo, “o conhecimento dos custos é vital para saber se, dado o preço, o produto é rentável; ou, se não rentável, se é possível reduzi-los (os custos)” (Martins, 2018, p. 6).

2.2 Conceitos

Diversos conceitos envolvem a contabilidade de custos e as demais áreas relacionadas, à vista disso, elencam-se os principais. Em primeiro lugar, definem-se custos como sendo gasto gerado a partir da aquisição de um bem ou serviço gerador da renda, sendo este indispensável. A classificação dos custos é muito ampla, podendo destacar os custos diretos, os quais estão ligados diretamente aos produtos (Crepaldi; Crepaldi, 2017).

Estes, também, podem receber uma segunda classificação, de variáveis, visto que variam de acordo com quantidade vendida ou produzida (SEBRAE, 2018).

Além disso, outra classificação relevante são os custos indiretos, entendidos pelos gastos que não podem ser apropriados diretamente aos produtos, já que acontecem em um grupo de atividades ou na empresa no geral (Dutra, 2017). Para mais, os custos indiretos também recebem classificação de fixos, haja vista que, teoricamente, são gastos constantes e independem do aumento ou da diminuição da quantidade produzida, assim, fazem parte da estrutura do negócio (SEBRAE, 2018).

Tendo em vista a conceituação de custos indiretos, utiliza-se o método de rateio para distribuí-los entre os produtos. Assim, o rateio pode ser entendido como um

critério de alocação/apropriação dos CIF – custos indiretos de fabricação – para a produção de mais de um produto ou serviço. O adequado método de apropriação do rateio desses CIF poderá direcionar uma adequada apropriação dos custos de produtos e/ou serviços (Veiga; Santos, 2016, p. 39).

Diante disso, nota-se que há diferentes métodos de rateio, não há um correto, já que o método escolhido irá depender da situação da empresa. Dentre tantas possibilidades, está o rateio para os departamentos que possuem os principais critérios: área ocupada, número de empregados, custos dos materiais e horas máquinas trabalhadas (Crepaldi; Crepaldi, 2017).

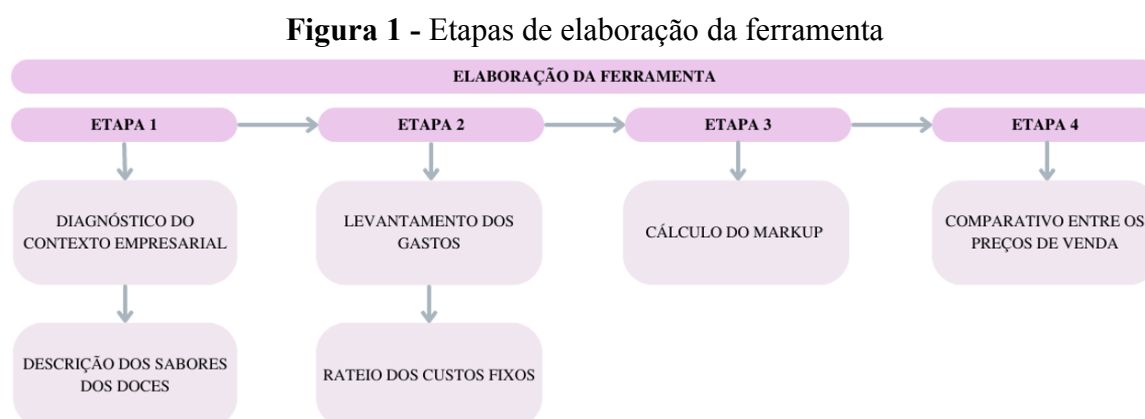
Paralelo a isso, identificam-se as despesas como também sendo um gasto, mas, diferentemente que o anterior, estas são fundamentais para a venda e distribuição dos produtos (Padoveze, 2014). As despesas recebem as mesmas classificações que os custos, no entanto, diferentemente deles, geralmente não são distribuídos diretamente aos produtos.

Após a identificação dos tipos de gastos e o método com os quais são atribuídos aos produtos. Destaca-se o *markup*, uma das técnicas mais utilizadas para a formação do preço de venda. Assim, ele “normalmente é construído com uma estrutura padrão de custos e despesas em relação a um volume de atividade de produção e vendas considerado normal” (Padoveze, 2014, p. 200). Para mais, a partir deste indicador é possível realizar simulações, alterando a percentagem de lucro desejado e, então, definir o valor ideal para o negócio.

3 Operacionalização da Ferramenta

A partir da problemática encontrada, desenvolveu-se uma ferramenta na qual o indivíduo poderá visualizar a real estrutura de custos do negócio. Além disso, é possível modificar os valores dos ingredientes e então verificar se o preço de venda utilizado no negócio é viável para suprir seu quadro de custos. Outrossim, destaca-se que a ferramenta tem foco em empresas que ainda não utilizam nenhum outro tipo de controle e/ou cálculo de custos, visto que ela apresenta os dados de maneira simplificada.

Para elaboração da ferramenta, seguiu-se quatro principais etapas. Essas envolveram desde o diagnóstico do contexto da empresa, o levantamento dos gastos, que incluem custos e despesas e cálculo do *markup*. Por conseguinte, realizou-se um comparativo com o lucro gerado a partir do preço de venda atual e o calculado por meio do indicador do *markup*.



Fonte: Elaborada pela autora (2023).

3.1 Diagnóstico do contexto empresarial

Localizada no município de Nova Palma/RS, a empresa utilizada para realização deste estudo é caracterizada como uma microempresa. Tendo foco na produção de doces, seu portfólio abrange desde brigadeiros clássicos a doces decorados. Ademais, com o intuito de diversificar o cardápio, em datas comemorativas busca elaborar doces temáticos.

No cenário atual, a entidade não possui uma ferramenta para cálculo e controle de preços. Isso, então, torna-se uma limitação no momento de identificar a lucratividade dos produtos, já que os levantamentos são realizados de maneira manual e não há praticidade

no momento do cálculo do custo do produto. Ademais, quando o cálculo é realizado dessa forma, há tendência de haver erros, sobretudo no momento de elencar os itens que compõem o custo do produto.

Em um levantamento geral, identificou-se que o doce mais vendido é o brigadeiro, por esse motivo, desenvolveu-se o trabalho em torno deste produto. Dessa forma, com o intuito ratear os custos fixos, posteriormente, planilhou-se a quantidade de cada doce vendida em um mês. Nesse sentido, a ferramenta foi elaborada utilizando o *Software Microsoft Excel*.

Tabela 1 - Volume de venda mensal

Volume de venda em 1 mês	
Produto	Quant. total
Brigadeiro	1165
Olho de Sogra	767
Ninho com Nutella	755
Branquinho com coco	650
Camafeu	524
Churros	415
Choquito	397
Amendoim	325
Quindim	297
Morango	210
Ferrero	210
Rosinha	184
Coco queimado	77
Prestígio	97
Uva	65
Napolitano	62
Damasco	40
Total	6240

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

A partir da tabela acima, nota-se que, em geral, a empresa comercializa 6240 unidades (unid.) de doces, das quais 1165 unidades são brigadeiros. Logo após está o sabor “olho de sogra”, com 767 unidades vendidas, estando à frente ainda, de “ninho com Nutella” (755 unid.), de “branquinho com coco” (650 unid.) e de “camafeu” (524 unid.). No mais, dos sabores vendidos no período, o doce de damasco teve uma demanda menor.

Outrossim, tendo em vista que a empresa vende doces apenas sob encomenda, a quantidade produzida por mês de cada sabor e a diversidade de sabores é variável de um

período para o outro. Todavia, a partir do levantamento acima, pode-se basear-se em qual sabor é mais demandado e, então, potencializar sua produção.

3.2 Levantamento dos gastos

Após o entendimento do contexto da empresa e da listagem de produtos, foram elaboradas três tabelas, expostas a seguir, com os principais insumos que são utilizados para a produção geral dos doces. Destaca-se ainda que na Tabela 2 considerou-se a quantidade de cada insumo em grama e nas seguintes em unidades.

Tabela 2 - Ingredientes gerais

Ingredientes gerais				
Código	Ingredientes	Qnt total	Valor total	
1.1	Leite condensado	395	R\$	6,99
1.2	Chocolate em pó	1200	R\$	19,99
1.3	Cacau	200	R\$	20,00
1.4	Manteiga	500	R\$	7,99
1.5	Granulado	1000	R\$	17,99
1.6	Coco ralado	500	R\$	21,00
1.7	Doce de leite	1000	R\$	20,00
1.8	Amendoim	1005	R\$	23,90

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Observa-se, a partir da Tabela 2, oito principais ingredientes utilizados no processo produtivo dos doces pela empresa. Na terceira coluna, destacou-se a quantidade total comprada de cada insumo e, ao lado, seu valor total. Assim, a cada nova compra realizada, esta tabela poderá ser atualizada com o valor de aquisição do produto.

Tabela 3 - Complementos

Complementos				
Código	Detalhamento	Qnt Total	Valor total	
2.1	Forminha normal	50	R\$	3,50
2.2	Forminha premium	50	R\$	5,00
2.3	Celofane	500	R\$	9,90
2.4	Pétala	50	R\$	7,50

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Por conseguinte, na Tabela 3 estão listados os complementos utilizados na finalização do processo produtivo. Assim como na tabela anterior, nesta também foi

inserida a quantidade e o valor de compra total, os quais serão atualizados logo após as compras.

Tabela 4 - Embalagens

Embalagens				
Código	Detalhamento	Qty Total	Valor total	
4.1	Embalagem P	30	R\$	60,00
4.2	Embalagem M	30	R\$	75,00
4.3	Embalagem G	30	R\$	90,00
4.4	Embalagem GG	30	R\$	105,00

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Ademais, os diferentes tipos e valores de embalagens também foram tabulados, seguindo os mesmos critérios das tabelas anteriores. Para tanto, a partir dessas tabelas iniciais, será possível atualizar o valor do produto e a quantidade total comprada. Além do mais, outros elementos em cada uma das tabelas poderão ser inseridos, tornando cada vez mais detalhada a estrutura de custos da empresa.

Tais tabelas serão a base para todo o cálculo realizado posteriormente, então, é relevante que sejam preenchidas corretamente. A partir disso, elaboraram-se planilhas específicas para cada doce. Esse método foi adotado para melhor organização e visualização da estrutura geral de cada produto. Ainda mais, dentro dessa planilha principal, há tabelas detalhando os custos variáveis que compõem a receita.

Tabela 5 - Custo variável

CUSTO VARIÁVEL						
Código	Ingredientes	Qty. Total	Vlr Total	Qty. Unit	Valor Unit.	
1.1	Leite condensado	395	R\$ 6,99	16	R\$	0,44
1.2	Chocolate em pó	12	R\$ 0,20	16	R\$	0,01
1.3	Cacau	12	R\$ 1,20	16	R\$	0,08
1.4	Manteiga	12	R\$ 0,19	16	R\$	0,01
1.5	Granulado	48	R\$ 0,86	16	R\$	0,05
2.1	Forminha normal	16	R\$ 1,12	16	R\$	0,07
2.4	Pétala	16	R\$ 2,40	16	R\$	0,15
4.4	Embalagem GG	1	R\$ 3,50	16	R\$	0,22
Custo variável equivalente a 1 receita					R\$	16,47
Custo variável equivalente a 1 unid.					R\$	1,03

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

A partir da tabela apresentada, evidencia-se que a produção do brigadeiro envolve cinco dos ingredientes gerais listados na Tabela 1, dois insumos complementares e uma

embalagem. Portanto, o custo variável total do doce totaliza R\$ 16,47 e se considerado o rendimento de 16 unidades por receita, o custo variável unitário é igual a R\$ 1,03.

Destaca-se, ainda, que na tabela foram consideradas as quantidades e os valores totais utilizados em uma receita (colunas 3 e 4). Logo, elencou-se o rendimento de doces proporcional a uma receita e o valor unitário de cada ingrediente. Esse detalhamento facilita no momento da utilização da planilha e torna mais visível a estrutura variável do negócio. Em seguida, elencaram-se os principais custos e despesas fixas da empresa, expressos na Tabela 6.

Tabela 6 - Custo fixo

CUSTO FIXO - OPERACIONAL		
Descrição	Valor	
Taxa MEI	R\$	61,60
Pró-labore	R\$	3.500,00
Água	R\$	-
Energia elétrica	R\$	-
Gás	R\$	-
Total	R\$	3.561,60
Valor rateado	R\$	664,95

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Observa-se que a entidade possui 2 custos fixos, os quais totalizam o valor de R\$ 3.561,60. Esses custos envolvem a taxa do MEI e o pró-labore. Como se trata de custos indiretos, é necessário rateá-los entre os produtos, assim, primeiramente dividiu-se a quantidade de brigadeiros vendida em um mês pela quantidade total (1.165/6.240) e gerou-se um valor de 0,19. Logo, multiplicou-se esse valor pelo total de CF, totalizando R\$ 664,95.

3.3 Cálculo do Markup

Com base em todas as informações coletadas, realizou-se o cálculo do *markup*. Inicialmente fizeram-se simulações para identificar a porcentagem de lucro que a empresa tem, considerando um preço de venda de R\$ 2,00 e um volume de venda de brigadeiro de 1.165 unidades.

Tabela 7 - Cálculo do Markup atual

Markup atual	
Descrição	
Custos Fixos	29
Despesas fixas	0,00
Custo Variável	1,03
Despesas Variáveis	0,00
Margem de Lucro	20
Markup	2,011480914
Preço de venda	R\$ 2,00

Fonte: Elaborada pela autora (2022).

A partir da simulação acima, identificou-se que no cenário atual a empresa possui um lucro de 20%, tendo em vista a estrutura de custos fixos e variáveis. Essa percentagem de lucro é favorável e esse preço de venda é aceito pelo mercado consumidor.

3.3 Aumento na receita e reflexos na empresa

O assunto sobre o aumento das receitas é uma pauta relevante em um ambiente organizacional. Para isso, há sugestões como a diminuição de custos, que irá refletir direto no lucro; o aumento do preço de venda e o aumento no volume de venda. Em vista disso, utilizando o *markup*, elaborou-se um comparativo a partir de uma DRE simplificada dos reflexos que iriam gerar o aumento do preço de venda.

Tabela 8 - Aumento do preço de venda

CENÁRIO ATUAL			AUMENTO DO PV		
Receita Bruta	R\$	2.330,00	Receita Bruta	R\$	3.288,04
CMV	R\$	1.198,87	CMV	R\$	1.198,87
Lucro Bruto	R\$	1.131,13	Lucro Bruto	R\$	2.089,17
Custos fixos	R\$	664,95	Custos fixos	R\$	664,95
Lucro líquido	R\$	466,18	Lucro líquido	R\$	1.424,23

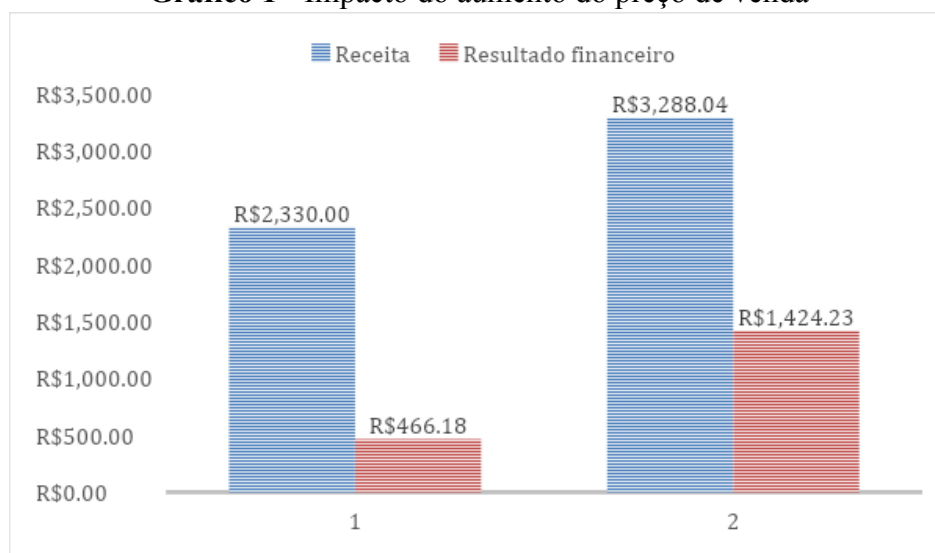
Fonte: Elaborada pela autora (2022).

Com um aumento de 15% no lucro, no momento do cálculo do *markup*, gerou-se um PV igual a 2,82. Quando analisado por unidade, esse incremento parece não ter tanta relevância. Contudo, quando analisado na DRE e multiplicado pela quantidade de venda, esse valor torna-se significativo. Isso posto, é observado no comparativo acima, quando

um PV de 2,00 gera uma receita bruta de R\$ 2.330,00 e um lucro líquido de R\$ 446,18. E, ao lado, com um PV igual a R\$ 2,82 resulta em uma receita de R\$ 3.285,30 e um lucro líquido de R\$ 1.424,23.

Nesse sentido, nota-se que no contexto dessa empresa a modificação de centavos no PV do produto gera um impacto significativo no resultado. Neste caso, por exemplo, o aumento de R\$ 0,82 resultou no aumento de R\$ 958,04 no lucro, mantendo o volume de vendas. Todavia, é necessário analisar se o mercado aceita essa alteração no valor e se a quantidade vendida não irá diminuir.

Gráfico 1 - Impacto do aumento do preço de venda



Fonte: Elaborada pela autora (2023).

Ratificando a análise realizada anteriormente, o gráfico expresso acima demonstra o aumento significativo do resultado financeiro em relação ao aumento da receita.

No grupo 1 verifica-se a receita de R\$ 2.300,00 em comparação ao resultado de R\$ 466,16, já no grupo 2 nota-se o aumento expressivo tanto da receita, quanto do resultado, após o aumento do PV. Desse modo, certifica-se de que a simulação do aumento de R\$ 0,82 no PV é verdadeira.

4 Considerações Finais

A análise de custos no ambiente organizacional é de extrema importância para a saúde do negócio. Saber controlar o que está sendo gasto e como alocar esses valores aos

produtos é um dos principais diferenciais que o atual mercado demanda para atingir a lucratividade desejada. Diante disso, o estudo geriu-se a partir da seguinte problemática: “Quais as barreiras que interferem na gestão de custos de produção eficiente para as organizações?”.

Evidenciou-se, portanto, que a falta de controle de custos nos ambientes empresariais se dá, sobretudo, pela limitação de conhecimento, tanto sobre quais são os custos quanto como registrá-los e alocá-los aos produtos. Além disso, muitos negócios ainda julgam não ser importante essa gestão. Para mais, a falta de uma ferramenta simplificada também é um dos motivos que impedem esse processo.

Nesse sentido, após a identificação do contexto da empresa, realizou-se o levantamento de custos fixos e variáveis da entidade. A partir desses dados, elaborou-se uma ferramenta prática com foco em pequenas empresas. Com isso, a entidade poderá ter um controle mais claro e simplificado da estrutura de custos do negócio. Ademais, com a possibilidade de mudança nos valores das compras e as simulações do indicador de precificação, será possível identificar com mais frequência se a atividade está sendo lucrativa e, assim, definir novas estratégias para o negócio.

Referências

CREPALDI, S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade de Custos**. 6. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2017. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014181/>. Acesso em: 03 de novembro de 2022.

DUTRA, R. G. **Custos - Uma Abordagem Prática**. 8. ed. São Paulo: Grupo GEN, 2017. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012743/>. Acesso em: 03 de novembro de 2022.

MARTINS, E. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Grupo GEN, 2018. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018080/>. Acesso em: 17 de outubro de 2022.

PADOVEZE, C. L. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Cengage Learning Brasil, 2014. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113835/>. Acesso em: 17 de novembro de 2022.

SÁ, A. Lopes de. **História geral e das doutrinas de contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1997.

SEBRAE. **Gestão de custos**: como ter um bom controle financeiro. 2015 Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/gestao-de-custos-como-ter-um-bom-control-e-financeiro,890c9733dedbc410VgnVCM1000003b74010aRCRD>.

SEBRAE. **Saiba o que são custos fixos e variáveis**. 2018 Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/saiba-o-que-sao-custos-fixos-e-custos-variaveis,7cf697daf5c55610VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

VEIGA, W. E.; SANTOS, F. A. **Contabilidade de Custos - Gestão em Serviços, Comércio e Indústria**. São Paulo: Grupo GEN, 2016. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597008357/>. Acesso em: 18 de outubro de 2022.