



**Universidade de Aveiro**  
**Ano 2015**

Instituto Superior de Contabilidade e  
Administração da Universidade de Aveiro

**SANDRA LARANJO  
VALENTE**

**O *Target Costing* aplicado nas maiores empresas  
portuguesas**



**SANDRA LARANJO  
VALENTE**

**O *Target Costing* aplicado nas maiores empresas  
portuguesas**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade no ramo de Auditoria, realizada sob a orientação científica do Professor Jorge Pedro do Vale Martins do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro, Professor equiparado a Assistente do 1º triénio do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.

## O júri

### **Presidente**

**Professor Doutor João Francisco Carvalho de Sousa**

Professor Adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro

### **Arguente**

**Professor Doutor Jorge Manuel de Almeida Campino**

Professor Coordenador Convidado S/ Agregação da Universidade de Aveiro

### **Orientador**

**Mestre Jorge Pedro do Vale Martins**

Professor equiparado a Assistente do 1<sup>o</sup> triénio do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro

**Palavras-chave**

*Target Costing*, custo alvo, custeio alvo, gestão estratégica

**RESUMO**

A globalização das economias é caracterizada por fortes pressões externas sobre as empresas que convergem para o aumento da concorrência internacional.

O preço de mercado está fortemente influenciado pela concorrência e pelo preço que o consumidor está disposto a pagar por certo tipo de bem.

A ferramenta de gestão estratégica *Target Costing* responde a esta problemática. Esta ferramenta consiste em estabelecer ainda na fase de desenvolvimento, o custo máximo admissível para determinado produto, ao invés do habitual cálculo “cost plus costing”, em que o cálculo do preço de venda é efetuado depois de todos os custos incorridos.

Esta ferramenta tem sido utilizada em vários países da Europa, América, Ásia e Oceânia. Este trabalho apresenta uma análise comparativa relativamente aos países estrangeiros, mas a essência do estudo é a utilização do *Target Costing* pelas maiores empresas de Portugal.

**Keywords**

Target Costing, strategic management

**ABSTRACT**

The globalization of economies is characterized by a strong external pressure on companies which leads to an increased international competition.

The market price is strongly influenced by competition and by the price the consumer is willing to pay for a particular kind of good.

The Target Costing strategic management tool responds to this issue. This tool establishes the maximum amount allowable for a given product when it is still in the development phase, rather than the usual "cost plus costing" procedure which the calculation of the selling price is made after all the costs incurred.

This tool has been used in several countries of Europe, America, Asia and Oceania. This paper presents a comparative analysis of foreign countries, but the essence of the study is the use of Target Costing by Portugal's largest companies.