

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS CASCA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PÉTERSON POSSA

GESTÃO DE CUSTOS:
Um estudo na Comercial BELMAR LTDA.

CASCA

2017

PÉTERSON POSSA

**GESTÃO DE CUSTOS:
Um estudo na Comercial BELMAR LTDA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Casca como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Francisco Rodrigues do Nascimento

CASCA

2017

PÉTERSON POSSA

**GESTÃO DE CUSTOS:
Um estudo na Comercial BELMAR LTDA.**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em ___ de _____ de _____, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração no curso de Administração da Universidade de Passo Fundo, campus Casca, pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Prof. Francisco Rodrigues do Nascimento
UPF – Orientador

Prof.
UPF

Prof.
UPF

**CASCA
2017**

A Deus, aos meus pais, meu irmão, minha namorada e também aos meus professores, pela colaboração e incentivo nesta caminhada de muito aprendizado.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pelo dom da vida, por todas as bênçãos e por me proporcionar chegar até aqui.

À minha família que me incentivou a ingressar no ensino superior e colaborou intensamente em todo o tempo desta caminhada, me apoiando até chegar a este momento de conclusão.

À minha namorada, que sempre esteve comigo, agradeço pelo entendimento, compreensão e auxílio em todos os momentos da vida acadêmica.

Ao professor Francisco Rodrigues do Nascimento, meu orientador, pela incansável orientação para que este trabalho fosse realizado da melhor maneira possível.

Aos meus colegas e amigos universitários, que transformaram as aulas e também as viagens até a UPF em Casca mais animadas, menos cansativas e puderam compartilhar conhecimentos.

Aos professores e funcionários da Universidade de Passo Fundo, campus Casca por todo o incentivo e dedicação para que este momento se tornasse realidade.

Enfim, a todos que de uma forma ou outra estiveram comigo nesta caminhada e também colaboraram para a realização deste trabalho.

A todos o meu muitíssimo obrigado!

“A persistência é o caminho do êxito”.

CHARLES CHAPLIN

RESUMO

POSSA, Pétersson. **GESTÃO DE CUSTOS: Um estudo na Comercial Belmar LTDA.** Casca, 2017. 76 f. Trabalho de conclusão de curso (Curso Administração). UPF, 2017.

O presente trabalho apresenta um estudo sobre Gestão de Custos na Comercial Belmar LTDA, localizada no Município de Montauri RS com base nos anos de 2015, 2016 e 2017. Teve como objetivo sugerir um método de custeio para a empresa onde o trabalho foi desenvolvido. O estudo foi realizado através de pesquisa descritiva, trata-se de um estudo de caso, pesquisados os valores nos documentos contábeis da empresa e apurados os resultados através de planilhas eletrônicas do Microsoft Excel na forma quantitativa. Concluiu-se ao final da pesquisa que o método de custeio mais adequado para o ramo comercial é o custeio variável, onde foram identificadas as despesas fixas da empresa. Para chegar ao custo variável de cada produto somamos o CMV de cada produto, a diferença de alíquota de ICMS, de 6% para compras no estado de SC, os consertos que a empresa oferece gratuitamente para as peças que necessitam ajuste, resultando em 1% do preço de venda e 0,5% do preço de venda com inadimplência. Tendo conhecimento do CV foi possível calcular a MC de cada produto e por mix de produto. Tendo conhecimento da MC, dos custos e despesas foi possível calcular a DRE do período e, na sequência, os pontos de equilíbrio contábil, financeiro e econômico. Após isso foi realizado as projeções de crescimento de vendas para atingir o ponto de equilíbrio econômico, mantendo o mesmo preço de venda, que conseqüentemente a empresa terá a mesma margem de contribuição que possui atualmente. O preço de venda, mesmo que mantido o atual, visto que o mesmo hoje é formulado com base no mercado local, com pesquisa da concorrência, foi formulado através da ferramenta Mark-up.

Palavras-chave: Métodos de custeio. Custos e Despesas. Margem de Contribuição. Pontos de Equilíbrio. Preço de Venda.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Análise custo-volume-lucro.....	30
Figura 2 - Ponto de equilíbrio contábil em quantidade	32
Figura 3 - Ponto de equilíbrio contábil em reais	33
Figura 4 - Ponto de equilíbrio econômico em quantidade.....	33
Figura 5 - Ponto de equilíbrio econômico em reais.....	33
Figura 6 - Ponto de equilíbrio financeiro em quantidade	34
Figura 7 - Ponto de equilíbrio financeiro em reais	34
Figura 8 - Margem de Segurança	35

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Faturamento Anual.....	44
Quadro 2 - Faturamento por classes	45
Quadro 3 - Despesas Fixas	47
Quadro 4 - Produtos com Custo Variável.....	48
Quadro 5 - Produtos com margem de contribuição.....	50
Quadro 6 - Margem de contribuição por mix de produtos	51
Quadro 7 - DRE Verão	52
Quadro 8 - DRE Inverno	52
Quadro 9 - DRE Ponto de equilíbrio Contábil do Cenário Verão.....	53
Quadro 10 - DRE Ponto de equilíbrio contábil do cenário inverno	54
Quadro 11 - DRE Ponto de equilíbrio financeiro do cenário verão	55
Quadro 12 - DRE Ponto de equilíbrio financeiro do cenário inverno.....	56
Quadro 13 - DRE Ponto de equilíbrio econômico do cenário de verão	57
Quadro 14 - DRE Ponto de Equilíbrio Econômico do Cenário de Inverno	58
Quadro 15 - Projeção de vendas por classe no cenário de verão.....	59
Quadro 16 - Projeção de Vendas por Classe do Cenário de Inverno	60
Quadro 17 - DRE Projetada.....	61
Quadro 18 - Preço de venda pelo Mark-up	62

LISTA DE ABREVIATURAS

CMV – Custo da Mercadoria Vendida

ICMS – Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

MC – Margem de Contribuição

DRE – Demonstração do Resultado do Exercício

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO	14
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 Objetivo geral.....	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	17
2.1 GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA	16
2.2 DA CONTABILIDADE FINANCEIRA A CONTABILIDADE DE CUSTOS	17
2.3 CONCEITOS DA CONTABILIDADE DE CUSTOS.....	19
2.4 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS	21
2.4.1 Custos Fixos	22
2.4.2 Custos Variáveis	23
2.4.3 Custos Diretos	24
2.4.4 Custos Indiretos	24
2.4.5 Despesas.....	25
2.5 SISTEMAS E MÉTODOS DE CUSTEIO	25
2.5.1 Custeio Variável.....	26
2.5.2 Custeio por Absorção	27
2.5.3 Custeio baseado em Atividades (ABC)	28
2.6 ANÁLISE CUSTO-VOLUME-LUCRO.....	28
2.6.1 Margem de Contribuição.....	30
2.6.2 Ponto de Equilíbrio.....	31
2.6.2.1 Ponto de Equilíbrio Contábil	32
2.6.2.2 Ponto de Equilíbrio Econômico.....	33
2.6.2.3 Ponto de Equilíbrio Financeiro.....	34
2.6.3 Margem de Segurança	35
2.7 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA	35
2.7.1 Bases Para Elaboração do Preço de Venda.....	36
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	38
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	38
3.2 VARIÁVEIS DE ESTUDO	39

3.3 UNIVERSO DE PESQUISA	40
3.4 PROCEDIMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	41
3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	42
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	43
4.1 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA	43
4.2 FATURAMENTO	43
4.2.1 Faturamento Anual	44
4.2.2 Faturamento Por Classes e Cenários.....	45
4.3 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE CUSTEIO.....	46
4.4 COMPOSIÇÃO DOS GASTOS INCORRIDOS NA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS	46
4.4.1 Despesas Fixas.....	46
4.4.2 Custos Variáveis	48
4.5 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	49
4.5.1 Margem de Contribuição Unitária	50
4.5.2 Margem de Contribuição por Mix de Produtos	50
4.6 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	51
4.6.1 Ponto de Equilíbrio Contábil.....	53
4.6.1.1 Ponto De Equilíbrio Contábil Do Cenário Verão	53
4.6.2 Ponto de Equilíbrio Financeiro	54
4.6.2.1 Ponto de Equilíbrio Financeiro do Cenário Verão	55
4.6.2.2 Ponto de Equilíbrio Financeiro do Cenário Inverno.....	55
4.6.3 Ponto de Equilíbrio Econômico.....	56
4.6.3.1 Ponto de Equilíbrio Econômico do cenário Verão	57
4.6.3.2 Ponto de Equilíbrio Econômico do cenário Inverno	58
4.7 PROJEÇÃO DE VENDAS	59
4.7.1 Projeção de Vendas do Cenário Verão	59
4.7.2 Projeção de Vendas do Cenário Inverno.....	60
4.7.3 DRE Projetado.....	60
4.8 MARGEM DE SEGURANÇA	61
4.9 PREÇO DE VENDA	62
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS	66
ANEXO 1 - PRODUTOS COM CUSTO VARIÁVEL	68

ANEXO 2 - PRODUTOS COM MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	71
ANEXO 3 - PRODUTOS COM PREÇO DE VENDA PELO MARK-UP	74

1 INTRODUÇÃO

Em um mercado competitivo, de constantes transformações políticas, ambientais e sistêmicas, onde fica cada vez mais difícil para as organizações empresariais obterem o seu máximo sucesso, visto que o mercado é cada vez mais dinâmico e exige da organização o máximo empenho e alinhamento por parte de todos os colaboradores para com isso a mesma poder fazer frente ao mercado competitivo onde está inserida e obter os resultados esperados.

Dessa forma é necessário que as empresas tenham seus processos internos mapeados, bem definidos e completamente alinhados, em todas as esferas da organização, para, através destes, poder ter a qualquer momento informações sobre os custos diretos e indiretos, as despesas fixas e variáveis, a margem de contribuição de seus produtos com o ponto de equilíbrio e o preço de venda que está sendo praticado; pois se a mesma estiver com o preço de venda forra do padrão para seu mercado, a mesma estará entrando em um cenário de dificuldades.

Hoje, a maioria das empresas já operam com algum sistema de gerenciamento de custos e despesas, seja este automatizado com as informações atualizadas constantemente ou mesmo através de uma planilha manual mas que possa o usuário preencher as informações que necessita e então chegar ao total e utilizar-se deste para a tomada de decisões seja de curto ou longo prazo como um simples desconto para um cliente, como a decisão de um novo investimento ou aquisição que possa interferir durante mais de uma década a empresa.

A determinação do preço de venda hoje, é uma questão muito importante para qualquer organização, pois, se esta estiver vendendo a preços muito altos, irá inibir, ou reduzir suas vendas. E, pelo contrário, se a mesma estiver vendendo a preços muito baixos, poderá até alavancar suas vendas; porém o valor arrecadado não será suficiente para cobrir suas despesas e ainda gerar a margem de contribuição desejada, e, com isso, quanto mais a empresa vender, maior será o prejuízo que a empresa obterá com sua própria operação (HOJI, 2017, p. 361).

A contabilidade de custos hoje é quem deve fornecer o preço de venda aos produtos. Para que isso ocorra de maneira adequada, deve ser de conhecimento do gestor os custos incorridos nos produtos, e estes rateados de maneira correta. Pois é importante que o sistema de custos produza informações coerentes com os resultados da empresa, pois nessa forma de trabalho, os custos são calculados de fora para dentro, sendo o ponto de partida o custo final do bem ou serviço, agregada a uma margem e calculado o preço através de uma ferramenta chamada mark-up (MARTINS, 2010, p. 218).

Segundo Griffin (2012, p. 107), a contabilidade de custos ajuda a acompanhar e analisar os custos para fins de estoque, para o cálculo do preço das mercadorias a serem vendidas, para

o processo de tomada de decisões em relação a preços e investimentos ou créditos e alocações de despesas gerais; sendo fundamental para o processo decisório dentro do ambiente organizacional.

Atualmente, o objetivo maior das empresas é a maximização do seu valor de mercado, remunerando o capital investido pelos sócios ou acionistas; sendo que estes esperam da organização empresarial um retorno conforme o valor investido e considerando o risco do mercado em que a empresa está implantada, visando sempre o futuro de longo prazo Hoji (2017, p. 3). Para os proprietários, a mesma deve ser eterna, e que a geração de lucro e caixa seja permanente; e isto só será possível se o custo estiver bem definido para, com isso, elaborar o preço de venda da maneira mais correta e gerar o retorno esperado.

Para isso então, o presente estudo busca demonstrar a relevância de a empresa ter conhecimento de todos seus custos e despesas, sejam elas diretas ou indiretas, fixa ou variáveis, conhecendo a margem de contribuição de cada produto e a real lucratividade para formar seus preços de venda de maneira adequada através de um método de custeio agregado a uma ferramenta para cálculo do preço de venda.

O presente estudo será realizado na Comercial Belmar e procura destacar os custos e despesas incorridas através de um método de custeio, justamente com a margem de contribuição e a margem de lucro desejada chegar aos pontos de equilíbrio para a formação do preço de venda para comercialização de seus produtos.

1.1 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA DO ASSUNTO

A organização empresarial a ser estudada está situada no município de Montauri RS, atua no ramo do comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios a nove anos. Atualmente a empresa conta com uma única loja onde trabalha somente a proprietária que faz as vendas e gerencia o negócio.

A empresa está em pleno desenvolvimento, onde a dois anos ampliou suas instalações, construindo uma nova loja, com espaço maior, ao lado da antiga loja, onde a proprietária gerencia a empresa além de fazer as vendas, controlando o processo de tomada de decisões, gestão financeira e demais áreas.

A pesquisa será realizada na área de gestão financeira e orçamentária, com o tema foco da gestão de custos, identificando e analisando os custos e despesas, as margens de contribuição, os pontos de equilíbrio para com isso auxiliá-los na elaboração do preço de venda

através de uma ferramenta, também separando os movimentos financeiros da empresa e particulares da proprietária.

Este estudo se justifica útil para a empresa sendo que hoje a maioria das empresas já opera com algum tipo de sistema ou ferramenta para o auxílio na área da gestão financeira e orçamentária, voltada ao processo de tomada de decisões quando fala-se em elaboração do preço de venda, gerenciamento de despesas e margem de contribuição.

Martins (2010, p. 22) já dizia que o conhecimento dos custos é vital para saber se o produto é rentável ou não e se estes podem ser reduzidos; agregado ao cenário econômico atual de dificuldades e total concorrência, este setor da empresa fica exigido ao máximo, visto que se os preços forem praticados de maneira errada, ou decisões de financiamentos forem precipitadas; além de que hoje alguns custos pode-se dizer que é o mercado quem está definindo, estas estarão prejudicando a saúde financeira da empresa que poderá entrar em uma linha de dificuldades.

Para a sociedade em que a empresa está inserida, viu-se que o estudo será útil para a empresa rever seus custos e preços de venda dos produtos, sendo que se comprovado através da pesquisa que algum deles está forra do padrão, poderá ser melhorado. Além de a empresa então poder contar com seus pontos bem definidos, poderá saber qual a necessidade mínima de faturamento mensal e com isso fazer promoções em alguns produtos, rotacionando os estoques e beneficiando seus clientes que terão mais facilidades e acesso aos produtos da empresa, que, em contrapartida também é beneficiada com aumento de vendas.

Na área da ciência o estudo se justifica na linha de contribuir em comprovar que a organização que identifica e calcula de maneira correta seus custos e despesas, sabe quais são seus pontos de equilíbrio, define sua margem de contribuição desejada, pode gerir melhor sua vida financeira.

Globalizando todas as justificativas citadas acima, apresenta-se como problema de pesquisa para o presente estudo: **Qual método de custeio pode ser utilizado para determinar os custos, despesas e preço de venda da Comercial Belmar?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Sugerir um método de custeio para determinar os custos, despesas e preço de venda da empresa Comercial Belmar LTDA.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Identificar todos os gastos gerados na atividade da Comercial Belmar Ltda.;
- b) Avaliar os métodos de custeio que podem ser adotados para mensuração dos custos e despesas;
- c) Calcular a margem de contribuição que a empresa tem por produto e por mix de produtos;
- d) Calcular os pontos de equilíbrio contábil, econômico e financeiro;
- e) Projetar o resultado da empresa por estação / verão e inverno;
- f) Estabelecer uma ferramenta para a elaboração do preço de venda.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta etapa do trabalho tem por objetivo fundamentar a pesquisa empírica que será realizada na área de gestão financeira e orçamentária, trazendo a opinião de diversos autores que estão relacionados a área, servindo de base para a pesquisa a ser realizada na empresa, formando um diagnóstico acerca dos principais conceitos que serão trabalhados.

2.1 GESTÃO FINANCEIRA E ORÇAMENTÁRIA

A administração é área que é responsável pelo sucesso empresarial, mais especificamente a administração financeira, com o objetivo da maximização do valor de mercado da organização, e, automaticamente aumentando o valor investido pelos proprietários ou acionistas nela mesma. Os proprietários das empresas privadas investem recursos nestas a fim de que elas se tornem eternas, com geração de lucro e caixa permanente e o retorno conforme o capital investido e o risco que esta tem em seu mercado (HOJI, 2017, p. 3).

O principal papel da administração financeira, na imagem do administrador financeiro segundo Morante e Jorge (2012, p. 2-3) é de gerir os recursos financeiros que serão movimentados por todas as áreas da empresa, tanto na obtenção de recursos em instituições financeiras quando os recursos próprios não são suficientes, como na destinação do caixa gerado pela operação da empresa e aplicação de recursos se excedentes; sendo assim que este seja uma pessoa qualificada e que o seu nível de sucesso.

Para Chiavenato (2014, p. 1-2) para uma empresa, ou indústria, independente do ramo que irá atuar, desde seu princípio, quando seus proprietários decidem por implantá-la, a mesma irá necessitar de capital de giro para poder seguir com suas operações, seja para aquisição de máquinas, imóveis, adquirir estoques, pois “nenhuma organização funciona sem nenhum dinheiro, ou seja, o dinheiro é o motor do negócio”. O objetivo destas estarem no mercado é de entregar um produto ou serviço a ser comercializado neste, visando, na maioria das vezes o lucro, a maximização do seu valor de mercado e a rentabilidade do capital dos proprietários ou acionistas, mesmo que existam empresas filantrópicas, sendo a gestão financeira a área da organização a responsável pela gestão deste fator.

Recursos financeiros é o meio para fazer a empresa funcionar, paralelamente entende-se que quanto mais recursos tiverem, mais fácil se tornará a operação da empresa e que se os recursos forem restritos, maior será a dificuldade de gerir a empresa a alcançar seus objetivos. Se existirem recursos excedentes, estes podem ter sido aplicados de maneira errada, ou estão

disponíveis para aplicações financeiras, sendo a administração responsável de mensurar estes valores (CHIAVENATO, 2014, p. 9).

Concordando com os demais autores, Silva (2009, s/p) diz que a “administração financeira é dedicada a gerir recursos financeiros para obter lucro e dessa forma aumentar a riqueza dos acionistas”, pois o principal objetivo da administração financeira nas empresas é o de maximizar o valor de mercado e rentabilizar o capital disponibilizado pelos acionistas. Suas funções principais são no ramo de obtenção de recursos, a otimização da alocação destes, seja no curto prazo na administração do fluxo de caixa ou no longo prazo, voltado ao direcionamento dos investimentos ou financiamentos.

Ross et al. (2015, p. 11-12) trata como os demais autores ligados à área, que a gestão financeira além de ter como principal objetivo a maximização do valor de mercado da organização, esta área deve cuidar da rentabilização do capital investido pelos proprietários, deve ter como foco em trabalhar para evitar problemas financeiros visando a sobrevivência no mercado, aumentando as vendas, minimizando os custos incorridos, maximizando os ganhos para manter um crescimento constante de lucros e conseqüentemente superando a concorrência. No momento de pagamento das contas os acionistas serão sempre os últimos a receberem dividendos se estes estiverem sobrando, visto que primeiramente são pagos os funcionários, fornecedores e os credores.

Portanto cabe a área de gestão financeira de cada organização ter como principal desafio nos dias atuais onde os mercados são tomados pela competitividade tomar as decisões financeiras ligadas ao onde conseguir recursos, como aplicá-los de maneira correta dentro da organização, separando curto e longo prazo, analisando o valor investido e o risco aplicado a este mercado para trazerem o melhor benefício a empresa (MEGLIORINI, 2012, p 4). Maximizando seu valor de mercado e rentabilizando os acionistas ou proprietários, visto que estes recursos são escassos para captá-los no mercado financeiro existe um custo elevado em taxas de juros que irão inviabilizar o negócio ou investimento.

2.2 DA CONTABILIDADE FINANCEIRA A CONTABILIDADE DE CUSTOS

A contabilidade de custos surgiu quando surgiram as indústrias, logicamente estão ligadas a revolução industrial com o objetivo de determinar os custos dos produtos produzidos, pois até este momento só existiam artesãos que não constituíam uma indústria e com isso só praticavam o comércio, a qual só utilizava da contabilidade financeira que fornecia dados para a avaliação do patrimônio líquido e do resultado do exercício. Este resultado era encontrado do

valor de venda das mercadorias subtraído o custo dos produtos e posteriormente as despesas incorridas (BORNIA, 2010, p. 11).

Martins (2010, p. 19) relata que até a revolução industrial no século XVIII só existia a contabilidade financeira ou geral como o autor trata, que teve início na era Mercantilista e estava bem estruturada para atender a demanda da época que basicamente só calculava a demonstração do resultado do exercício de uma maneira muito simples conforme descrita acima pelo autor Antônio Cezar Bornia. A partir daí, com o aperfeiçoamento das indústrias, a contabilidade de custos começou a dividir espaço com a contabilidade financeira, pois as informações por esta fornecidas era de maior importância para o auxílio gerencial, calculando além do resultado do período auxiliando para o processo de controle e tomada de decisão, ganhando espaço e tornando-se ferramenta importante até os dias atuais (BORNIA, 2010 p. 12).

Bornia (2010, p. 12) ainda explica que como já relatado a contabilidade de custos surgiu com a revolução industrial, e com isso, o cálculo do resultado do exercício continuou sendo apurado, porém o custo dos produtos produzidos não era conhecido, visto que os mesmos não eram mais comprados dos artesãos, tendo ali a necessidade da utilização da contabilidade de custos com o foco no custo de fabricação dos produtos voltada para a avaliação dos inventários, agregando aos produtos vendidos somente o custo dos insumos necessários para a produção.

Conforme Padoveze (2010, p. 38) a contabilidade financeira e a contabilidade gerencial foram criadas com propósitos diferentes. A contabilidade financeira é direcionada aos usuários externos a organização, fornecendo informações para os acionistas e os credores para a análise financeira, onde a contabilidade gerencial fornece informações para os administradores, ou seja, que estão dentro da organização. A forma de expressão dos dados da contabilidade financeira é através do balanço patrimonial, da demonstração dos resultados e das mutações no patrimônio líquido. Conforme a empresa divulga estes dados mensalmente, trimestralmente, semestralmente ou anualmente através de valores calculados em moeda corrente que já aconteceram, ou seja, sempre do passado, visto que esta área é voltada para a escrituração e o registro contábil.

Martins (2010, p. 21) descreve que a contabilidade de custos possui duas funções relevantes, a primeira é o controle, nessa parte sua missão é a de fornecer dados para o estabelecimento de padrões e orçamentos ou previsões dos gastos da empresa. A segunda função é o auxílio na tomada de decisões, para saber se os valores previstos anteriormente são confirmados ou não.

Ainda sobre a tomada de decisões, essa ferramenta é capaz de auxiliar tanto para o curto como para o longo prazo, ou seja, nos últimos anos a contabilidade de custos “tornou-se uma

importante arma de controle e decisões gerenciais”, pois devido à grande concorrência que abrange todos os mercados, sejam eles de produção, comércio ou serviços, as empresas além de basearem o preço de venda nos custos devem integrar os preços praticados no mercado e determinar se o produto vendido é rentável ou não. A contabilidade de custos pode ser empregada para além do ramo industrial o setor de comércio e serviços (MARTINS, 2010, p. 23).

2.3 CONCEITOS DA CONTABILIDADE DE CUSTOS

Neste subtítulo será descrito em que se refere os principais conceitos relacionados a contabilidade de custos acerca de custeamento dos produtos, controle e tomada de decisão para os principais autores desta área e descritos abaixo em itens.

a) Gastos, são as ocorrências de pagamentos ou recebimentos de ativos, custos ou despesas, envolvidos em todo o processo operacional. Este conceito é de abrangência ampla (PADOVEZE, 2010, p. 319).

Bornia (2010, p.15) descreve como gasto o valor dos insumos adquiridos pela empresa, independentemente de terem sido utilizados ou não. Martins (2010, p. 24) diz que esta compra gera um sacrifício financeiro para a empresa que pode ser pago na hora ou ter a promessa do pagamento futuro. Neste conceito não se engloba os custos de oportunidade ou remuneração do capital próprio, visto que estes não possuem a entrega física de um produto ou serviço.

b) Desembolso, é o ato do pagamento, este pode ocorrer em momento diferente do gasto como uma compra à prazo por exemplo (BORNIA, 2010, p. 15). Martins (2010, p. 25) relata que este pode ser antes, durante ou depois do momento de geração do gasto.

c) Investimentos, são os gastos efetuados em ativos ou despesas que serão imobilizados. Este gasto tem relação com a vida útil do ativo adquirido ou benefícios futuros (PADOVEZE, 2010, p. 319). Para Bornia (2010, p. 18) e Martins (2010, p. 25) “são somente insumos adquiridos e não utilizados no período, somente em períodos futuros”.

d) Custos, são os gastos necessários para a fabricação dos produtos da empresa, portanto estão diretamente ligados aos produtos, ou seja, a área industrial (PADOVEZE, 2010, p. 319). Para Martins (2010, p. 25) só é denominado custo no momento da utilização deste insumo para a fabricação do bem ou serviço, pois, até este momento a mesma foi um gasto na aquisição; tornou-se investimento enquanto ficou no estoque e

passou a ser custo quando foi utilizada para produzir. Bornia (2010, p.15) trata como custos de fabricação, sendo este o valor dos insumos utilizados na fabricação dos produtos, diferenciando-se de gasto ou despesa que se aplica aos outros setores da empresa.

Entrando no ramo comercial, Iudícibus; Marion (2016, p. 109), tratam que o custo para as empresas comerciais é denominado de CMV, custo da mercadoria vendida, valor que como o nome indica, é o quanto custa cada mercadoria para a empresa revender, valor este que se deduzido do valor de venda da mercadoria gera a margem de contribuição deste produto.

e) Despesas, são os gastos relacionados a venda ou envio dos produtos. Normalmente estão relacionados as áreas comerciais e administrativas das empresas. O custo do produto, ao ser vendido, torna-se uma despesa (PADOVEZE, 2010, p. 319).

Segundo Bornia (2010, p. 16) são insumos consumidos para o funcionamento da empresa, podem ser gastos financeiros com bancos, materiais de escritório e outros não relacionados com a produção. Este é um conceito derivado da contabilidade de custos e que para Martins (2010, p.25) pode não estar diretamente ligada a obtenção de receitas, mas são necessárias para o funcionamento da empresa.

f) Pagamentos, é o ato do desembolso para liquidação de uma dívida, serviço ou um bem adquirido. É a execução financeira dos gastos e investimentos da empresa (PADOVEZE, 2010, p. 319).

g) Perdas, são fatos excepcionais, que fogem da normalidade de qualquer empresa. Este não são classificados como operacionais e não fazem parte do custo de produção do produto (PADOVEZE, 2010, p. 319). Para Bornia (2010, p. 17) são consumos anormais de matéria-prima por um motivo qualquer. Este gasto, se for no setor de produção, aumenta o custo e não agrega valor ao produto, ou seja, é um gasto ineficiente que deve ser combatido.

Martins (2010, p. 26) ressalta que as perdas não devem ser confundidas com custos ou despesas, pois, devido a sua característica de anormalidade, estas não têm a intenção de obtenção de receita.

h) Desperdícios, é um conceito mais amplo que o anterior, definido como um esforço econômico que não agrega valor ao produto ou a empresa, englobando também esforços desnecessários no processo. Desperdícios podem ser de matérias-primas, mão-de-obra ou até mesmo uma quantia de peças produzidas que saem com defeito (BORNIA, 2010, p. 17).

- i) **Prejuízos**, é quando o resultado da soma das despesas for maior que a soma das receitas de determinado período (PADOVEZE, 2010, p. 319).

2.4 CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS E DESPESAS

Segundo Hoji (2017, p. 405), “a determinação do padrão de custos é importante para o planejamento e controle orçamentário”. Os padrões de custos de cada empresa são analisados e estabelecidos em um nível desejado a fim de motivar os envolvidos a alcançarem o objetivo, que em algumas vezes pode ser diferente do desejado pela empresa, visto que estes podem variar em função do preço de aquisição dos produtos, custo da mão de obra e dos custos indiretos incorridos.

Silva (2016, p. 276) ainda lembra de outro fator importante para a contabilização dos custos e despesas, os desperdícios que normalmente ocorrem por não manusear, embalar ou guardar os produtos corretamente. Este fator também será decisivo na hora da soma final dos custos e despesas incorridas.

2.4.1 Custos Fixos

Para Hoji (2017, p. 353), os custos fixos não variam de acordo com a quantidade produzida, permanecendo fixos até um nível de produção, como por exemplo o aluguel da sala comercial, o salário de um gerente de vendas; independente da quantidade que a empresa comercializar em um mês, estes gastos permanecerão os mesmos. Se, em determinado período a empresa atingir o limite da capacidade de produção ou venda deste local, terá que buscar uma nova sala, aumentando o custo que permanecerá fixo, porém em uma escala maior, tendo um novo limite de produção e dividindo o custo total pelas unidades comercializadas, um novo valor de custo fixo por unidade comercializada.

Conforme Leone G.; Leone R. (2010, p. 31), os custos podem ser classificados em dois grupos, ou até três para alguns autores, sendo classificados como fixos e variáveis ou ainda para alguns em semifixos e semivariáveis. Para questão de identificação e classificação se faz necessário uma medida operacional e quantitativa que possa medir se este custo, independente da produção irá manter-se constante ou progredir constantemente.

Segundo os mesmos autores, se o custo for constante ele será classificado como fixo, por exemplo as depreciações, na maioria dos casos se buscado o valor do investimento X e dividido pelo período de tempo Y que o mesmo tem de vida útil, será obtido o valor depreciado

anualmente, que de início ao fim permanecerá o mesmo. Wernke (2005, p. 8) lembra que os custos fixos variam em escalas ou patamares, sem vinculação com as unidades produzidas, mas sim com a capacidade produtiva instalada. Na medida que a empresa aumenta sua estrutura física, os custos fixos aumentarão proporcionalmente, independente se a quantidade produzida irá aumentar.

Ribeiro (2013, p. 27) diz que os custos quando classificados como fixo e variáveis são relacionados ao volume de produção. Os custos fixos são aqueles que permanecem estáveis, independentemente dos volumes produzidos, porém são necessários para a produção ou comercialização, por isso que incidem mensalmente na demonstração do resultado da empresa. Alguns destes custos podem sofrer algumas variações durante o ano, como um aluguel aumentar conforme as cláusulas de seu contrato, reajustes por parte do governo nos impostos, porém mesmo assim estes não deixarão de ser considerados como fixos, visto que o critério para definição é sempre o volume de produção. Os custos fixos como integram ou beneficiam a todos os produtos da empresa ao mesmo tempo são considerados como custos indiretos.

2.4.2 Custos Variáveis

Para Leone G.; Leone R. (2010, p. 31) os custos variáveis são aqueles que irão variar de acordo com a produção ou quantidade consumida, ou seja, variam de acordo com o volume. Um exemplo disso são os custos com mão de obra relacionados ao número de funcionários; quanto mais funcionários contratados, maior será o valor da folha de pagamento da empresa.

Custos variáveis, conforme Ribeiro (2013, p. 28) e Wernke (2005, p. 8) são aqueles que variam diretamente conforme o volume de produção; sendo que quanto mais unidades forem produzidas, maiores serão os custos variáveis do período. O exemplo mais prático disto é o consumo de matéria prima, se utilizarmos como base uma fábrica de confecções que utiliza 1 metro de tecido para cada peça; se fabricar 100 peças utilizará 100 metros de tecido. Automaticamente o custo do tecido aumentará diretamente a cada metro de tecido utilizado. Segundo o autor, os custos variáveis como são diretamente ligados ao volume da produção devem ser classificados como custos diretos.

Hoji (2017, p. 392-395) trata que os custos indiretos após serem calculados e rateados devem ser transferidos aos produtos, seja de forma direta ou indireta. Nos sistemas de produção industrial estes custos podem ser agregados por departamentos em valores de porcentagens como se fossem degraus.

2.4.3 Custos Diretos

Outra forma de analisar custos, segundo Leone G.; Leone R. (2010, p.30), é quanto a sua “diretabilidade”, ou seja, o quanto ligados ao produtos estes estão. Neste sistema é identificado os custos incorridos e analisados que produtos ou serviços devem recebê-los para fim de cálculos de balanços patrimoniais ou demonstrações de resultado. Estes custos segundo os autores são de fácil identificação e mensuração.

Da mesma forma Wernke (2005, p. 7), classifica estes custos quanto a facilidade de identificação no produto, dividindo-os então em diretos e indiretos; sendo que os diretos são os de mais fácil identificação e atribuição, sem necessidade de rateio. O autor ainda salienta que estes desembolsos estão diretamente ligados a produção e que se em determinado período não ocorrer produção, estes custos não irão ocorrer.

Concordando com os demais autores, Ribeiro (2013, p. 25), diz que os custos que estão relacionados com a fabricação dos produtos são classificados como diretos e indiretos. Os custos diretos recebem esta denominação por serem de fácil identificação e alocação a cada unidade fabricada. O autor trata que na maioria das vezes pode-se citar como custos diretos a matéria-prima, as embalagens, e a maior parte dos salários dos funcionários da fábrica devido a sua fácil identificação e alocação.

2.4.4 Custos Indiretos

Conforme Leone G.; Leone R. (2010, p. 30), para os custos de difícil identificação será necessário o uso de uma unidade de medida, normalmente quantitativa para poder definir quantidades de custos indiretos e aloca-los aos produtos conforme a operação de cada empresa. Isso se denomina “custeio com bases de ou critérios de rateio”, comumente chamados de custos indiretos.

Para os autores Wernke (2005, p. 8) e Ribeiro (2013, p. 26), os custos denominados como indiretos são aqueles que não integram diretamente ao produto, tem uma difícil identificação e mensuração pois algumas vezes até são de muito baixo valor, impossibilitando de serem alocados a cada uma unidade produzida ou beneficiam mais de um produto ao mesmo tempo. Esse tipo de custo, algumas vezes pode estar relacionado aos materiais secundários, onde ficam algumas vezes onerosos.

Como exemplo os autores citam o seguro do prédio em geral, o aluguel da sala, onde o mesmo beneficia todos os produtos ao mesmo tempo, a energia elétrica se, em uma planta

industrial, as máquinas não possuem medidor individual, juntamente com a iluminação geral do prédio será considerada um custo indireto além dos salários dos supervisores e chefes que estão presentes para dar assistência a produção ou comercialização de todos os produtos ao mesmo tempo. A atribuição ou divisão destes custos a cada produto pode variar conforme estabelecido por cada empresa, sendo que esta atividade se denomina de rateio.

2.4.5 Despesas

Segundo Leone G., Leone R. (2010, p. 22), as despesas ocorrem principalmente na área de vendas e na área administrativa da empresa, são enquadradas no âmbito geral da empresa. Estas são geradas para a empresa conseguir operar ou vender, mas não estão diretamente ligadas a produção. As despesas estão ligadas as atividades-meio da empresa e não as atividades-fim com o objetivo de deixar o produto ou serviço pronto ao cliente.

Segundo Wernke (2005, p. 6), um mesmo gasto pode ser classificado como custo ou despesa; quando estes ocorrem dentro do ambiente da produção serão classificados como custos e ao mesmo tempo que ocorrem nas demais áreas da empresa forra do setor de produção, irão levar o nome de despesas. Dois exemplos simples que podem ser considerados são a mão de obra e a energia elétrica; o montante utilizado na linha de fabricação será considerado custo, para as demais áreas da empresa estes dois gastos são considerados despesas.

Ribeiro (2013, p. 19-20) descreve despesas como os gastos decorrentes da utilização de bens ou serviços nas áreas administrativa, comercial, financeira que irão incidir diretamente no resultado da empresa, diferentemente dos custos que serão alocados aos produtos e recuperados na venda e conseqüentemente o recebimento do produto. As despesas geram uma redução nos ativos no momento do desembolso, ou aumentam o passivo na soma das despesas a pagar, assumindo a dívida a ser paga no exercício seguinte. Estes gastos não incidem diretamente no custo de produção, porém indiretamente visam o aumento das receitas com o aumento das vendas.

Ribeiro (2013, p. 19-20) trata as despesas como os desembolsos que as empresas têm na utilização dos bens ou serviços da área administrativa, ou comercial, financeira da empresa sejam diretas ou indiretas. As despesas vão direto ao resultado do exercício, reduzindo o patrimônio líquido e com isso não podem ser recuperadas, uma vez que os custos como são alocados aos produtos serão recuperados no momento da venda. Por isso que as empresas devem ter bem declaradas as despesas incorridas para serem contabilizadas na comercialização

dos produtos para que a margem de lucros obtida com a venda do produto não seja amortizada nas despesas e com isso não gere lucro.

2.5 SISTEMAS E MÉTODOS DE CUSTEIO

Conforme Bornia, (2010, p. 30) um sistema de custos tem enfoque em dois pontos de vista. O primeiro é sobre o tipo de informação que é gerada, se estas estão adequadas a necessidade da empresa e que informações importantes precisam ser geradas, pois, dependendo do tipo de empresa que está sendo trabalhado, são necessárias diferentes informações. Sobre este enfoque o autor denomina de princípio de custeio. O outro enfoque, conforme o autor trata da parte operacional, se refere ao processamento destas informações que foram geradas; para isto o mesmo denomina de método de custeio, como veremos a seguir alguns mais utilizados e como estes funcionam.

2.5.1 Custeio Variável

Segundo Bornia (2010, p. 35) o custeio variável ou direto relaciona aos produtos apenas os custos ou despesas variáveis, a parte fixa será relacionada diretamente como custo do período. Este método é utilizado para o processo de tomada de decisão de curto prazo, onde tem maior relevância os custos ou despesas variáveis. Neste método de custeio com o enfoque na parte variável, em determinado período, é necessário imaginar que a empresa seja como uma máquina, para o bom funcionamento da mesma deve ser coberto toda a parte fixa independente da produção, portanto, as decisões da empresa são no âmbito de quanto produzir ou vender, se for tratado de um comércio, pois a parte fixa é considerada como despesas do período.

Hoji (2017, p. 388) explica como os demais autores que este método consiste em apropriar somente a parte variável para a avaliação dos estoques e a parte fixa não. Este é um método gerencial bastante utilizado, que serve para vários tipos de análise, porém não atende a legislação fiscal. O autor ainda trata que este é o único método em que os custos indiretos de fabricação não são contabilizados, sendo o que mais se encaixa para a área comercial, já que para a área industrial existe outros métodos que consideram fatores diferentes e que tornam o resultado mais adequado.

Martins (2010, p. 198) concorda com os demais autores no conceito geral de custeio variável ou direto, onde só a parte variável é atribuída aos produtos e os demais gastos que não forem atribuídos são lançados diretamente a demonstração do resultado como gastos do

período. Padoveze, (2010, p. 352-361) por sua vez, também traz o mesmo conceito e ainda diz que neste método o lucro líquido de cada período acompanha a evolução das vendas. Também é incorporado além das despesas e custos variáveis a mão de obra direta, pois, nenhuma empresa trabalha com mão de obra direta ociosa, visto que esta possui característica de custo fixo no curto prazo (dentro de um ano) ou variável no longo prazo, variável esta que este método de custeio tem o foco.

Padoveze (2010, p. 362) ainda traz algumas vantagens e desvantagens da utilização deste método de custeio como:

- a) Custos dos produtos mensurados objetivamente, pois não necessitam de critérios que podem distorcer;
- b) Os dados necessários para a análise do custo-volume-lucro são rapidamente encontrados;
- c) Método objetivo e de fácil compreensão pelos gestores que participam do processo de tomada de decisão.
- d) A separação de custos em fixos e variáveis pode não ser tão clara e objetiva como parece, pois, existem despesas semifixas ou semivariáveis que podem atrapalhar o processo.
- e) Este método constitui análises de curto prazo, sendo que se não analisados fatores de longo prazo podem trazer problemas de continuidade para a empresa.

2.5.2 Custeio por Absorção

O custeio por absorção total ou integral, segundo Bornia (2010, p. 35) considera todos os custos, sejam fixos ou variáveis e os distribui para os produtos. Esse método é diretamente relacionado a avaliação dos estoques, integrando a contabilidade de custos com a financeira, servindo como base para gerar dados a serem analisados por usuários externos a empresa, mas também pode gerar dados para a tomada de decisões interna.

Hoji (2017, p. 389) relata que este é um método relacionado com o setor de produção, que atende os princípios fundamentais da contabilidade e é o método aceito pela constituição fiscal Brasileira.

Quando se trata de formação do preço de venda da área de produção, trata-se que o custeio por absorção é o mais conservador e tende a ter a preferência da maioria dos empresários por ser mais embasado e apropriar todos os custos aos produtos, melhorando a eficácia deste método (PADOVEZE, 2010, p. 362). O autor ainda trata que podem ocorrer dúvidas em relação

ao método de rateio de custos quando ocorrerem mudanças no mix de produtos a serem produzidos ou comercializados.

Rocha; Martins (2015, p. 85) descrevem que em virtude do nome este método deve absorver os custos fixo e variáveis e também as despesas administrativas e de vendas. Ainda, os autores descrevem que alguns custos fixos não podem ser absorvidos, e para isto existe o método de custeio por absorção parcial. No custeio por absorção a distribuição é feita através de grupos denominados centros de custos como de produção e de apoio.

2.5.3 Custeio baseado em Atividades (ABC)

O método ABC atribui os custos as atividades e posteriormente aos produtos ou serviços através de direcionadores de custos com base nas atividades desenvolvidas durante o processo através da relação causa e efeito. Neste sistema pode-se relacionar as despesas da área comercial e administrativa, ficando assim semelhante ao método RKW, este que rateia todos os custos da área de produção e despesas gerais da área administrativa (HOJI, 2017, p. 407). O autor também informa que este método é superior aos tradicionais pois serve como ferramenta de gestão de custos, fornecendo informações gerenciais de qualidade superior aos demais métodos de custeio tradicionais.

Hoji (2017, p. 407) descreve que o custeio ABC possui duas visões para a análise de custos, a primeira na forma econômica, como visão de custeio onde agrega os custos através das atividades realizadas em cada departamento. A segunda se refere em uma visão horizontal no sentido de captar os custos pertencentes a cada processo através das atividades realizadas.

Bornia (2010, p. 109) explica que o custeio ABC está associado a ideia da empresa moderna que visa a melhoria dos processos e a redução dos desperdícios. Para o autor, como os demais citam, o custeio ABC é bastante relacionado ao RKW com duas ideias de trabalho, uma do cálculo dos custos e a outra das informações que são obtidas e para que são utilizadas, tornando o ABC mais útil para a gestão da empresa.

Outros autores como Rocha; Martins (2015, p. 139) criam ainda outra divisão para este custeio, denominado de ABM ou segunda geração do ABC que se refere a gestão da empresa e não a um simples método de custeio. Os autores relatam que o custeio ABC teve surgimento com a primeira fase por volta de 1980 com o foco na mensuração, ou seja, focada no rateio e alocação de custos, ou seja a sua forma tradicional e a segunda geração posteriormente, sendo que ainda alguns falam em terceira geração que esta iria buscar relações entre atividades de departamentos diferentes.

2.6 ANÁLISE CUSTO-VOLUME-LUCRO

Segundo Hoji, (2017, p. 353) “a relação do custo-volume-lucro tem a finalidade de calcular o ponto de equilíbrio, ou seja, o ponto em que a soma das receitas de vendas é igual a soma dos custos e despesas, sendo o lucro nulo”. Para o autor a finalidade de conhecer este é para tomar decisões de planejamento como produção; porém, o mesmo possui limitações quando as empresas produzem mais de um produto, no caso a maior parte das empresas, na identificação dos custos e despesas fixas e agregá-las a cada produto, pois ainda existem custos semifixos ou semivariáveis, necessitando maior atenção no momento do rateio.

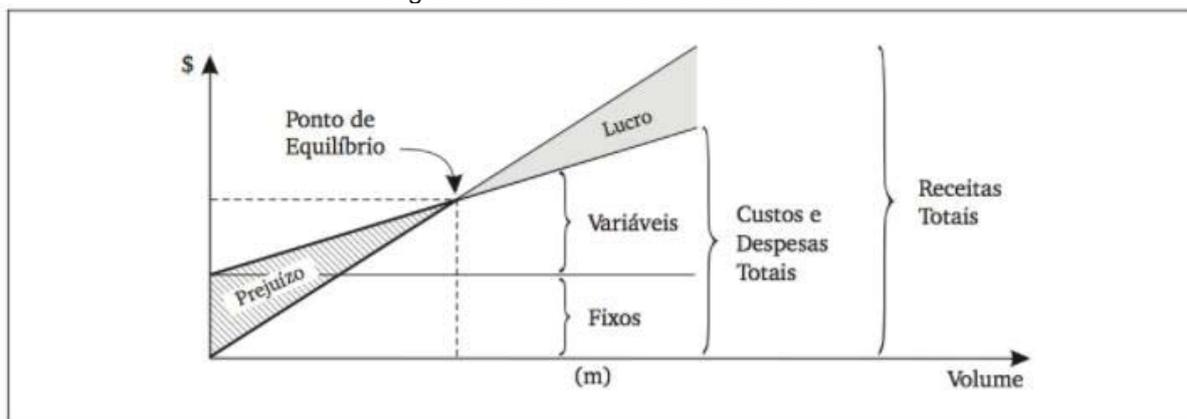
Assaf Neto; Lima, (2014, p. 288) relatam que isto nada mais é do que o volume de atividade necessária, ou, em outras palavras, o volume de vendas necessário para cobrir todos os custos e despesas operacionais, sendo que o lucro da empresa está relacionado ao volume de vendas e se inicia deste ponto para frente, pois, no ponto de equilíbrio como a análise custo-volume-lucro também é denominada, o lucro é igual a zero. Para os autores, para obter o resultado deste cálculo é necessário separar os custos de produção e as despesas operacionais em fixos e variáveis.

Bornia (2010, p. 54) demonstra que este cálculo é importante para auxiliar na tomada de decisões pois ele analisa o lucro da empresa através da margem de contribuição com relação ao volume de vendas e os custos. Esta análise é relacionada aos sistemas de apoio a decisões de curto prazo, característica de quem se baseia no custeio variável para rateio de custos.

Para Padoveze, (2010, p. 376) é através da análise dos custos fixos e variáveis que, em relação aos volumes produzidos ou vendidos, se for uma empresa da área comercial, permite fundamentar as decisões com relação ao volume de produção ou venda, na manutenção ou mudança de produtos já existentes, incorporação ou mudança no mix de produtos; sendo a relação custo-volume-lucro quem integra estas variáveis descritas, pois, a mesma destaca conceitos importantes como a margem de contribuição e os pontos de equilíbrio para tomar as decisões necessárias de curto prazo devido as informações geradas por estes indicadores.

Na figura a seguir o autor demonstra a análise custo-volume-lucro, com o ponto de equilíbrio descrito no gráfico, onde abaixo deste a empresa tem prejuízo e acima começa a obter lucro.

Figura 1 - Análise custo-volume-lucro



Fonte: (Martins, 2010, p. 258).

2.6.1 Margem de Contribuição

Hoji (2017, p. 356) trata como margem de contribuição ou de lucro o valor resultante das vendas líquidas, já deduzindo os impostos e as despesas variáveis. Quando apurada a margem de contribuição unitária, para se chegar a total, basta apenas multiplicar pela quantidade vendida. Através da relação custo-volume-lucro e da margem de contribuição definida pode-se chegar aos pontos de equilíbrio, seja em valor ou em unidades, que mostrarão o quanto a empresa irá necessitar vender em um determinado período para garantir o pagamento de todas as suas despesas sem obter prejuízos e deste ponto em diante começar a obter lucros.

Muito difícil ocorrer, mas com possibilidades, o mesmo autor trata que existem margens de lucro negativas, onde os custos e despesas incorridos serão maiores que o preço de venda. Para ele, para um cálculo simples da margem de contribuição unitária basta relacionar o valor de venda unitário, já descontado dos impostos, reduzir os custos e as despesas variáveis unitárias e então o valor encontrado será a margem de contribuição unitária deste produto.

Marion, (2012, p. 158) trata que a margem de lucro líquida significa quantos centavos de cada real vendido isso representa para a empresa, já descontando todas as despesas e o imposto de renda, sendo que este indicador é medido na forma de quanto maior melhor, pois é classificado como de lucratividade. Para empresas que trabalham com muitos produtos, dificultando o cálculo do custo unitário ou da margem de contribuição unitária, Bornia (2010, p. 138) trata que esta situação é cada vez mais comum e pode ser calculada através de um composto de produto (*product mix*), ou seja, séries de produtos semelhantes ou praticamente iguais. A margem de contribuição, pode ser expressa através da fórmula $MC = PV - CV$, ou seja, margem de contribuição é igual ao preço de venda menos os custos variáveis, sendo que este valor encontrado servirá para pagar as despesas fixas.

Martins (2010, p. 179) define como margem de contribuição ou de lucro por unidade “a diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto; é o valor que cada unidade efetivamente traz a empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputado sem erro”. Para o cálculo exato esse valor não deve ser tratado como lucro, pois ainda faltam ser debitados os custos fixos.

O mesmo autor diz que essa é a margem de contribuição unitária que deve ser multiplicada pela quantidade vendida para se obter a margem de contribuição total. Ao se obter este valor deve-se deduzir os custos fixos, que como já tratado incidem sobre todos os produtos, portanto vão direto ao resultado da empresa para se chegar então a margem de lucro exata da empresa.

Segundo Griffin (2012, p. 124) a margem de contribuição nada mais é do que como diz os outros autores “o valor de cada venda que irá ajudar a cobrir os custos fixos e por fim gerar lucro”. Para o autor na margem de contribuição é considerado a receita menos os custos variáveis, sendo um conceito financeiro muito útil; sendo que para a tomada de decisões a margem de contribuição é importante para conseguir desvendar o comportamento dos custos, com isso saber qual é o ponto de equilíbrio financeiro da empresa, sabendo quanto a mesma precisa vender para cobrir seus custos através de equações matemáticas. A margem de contribuição pode ser calculada por unidades, por base bruta ou pelo total da receita da empresa.

Silva (2016, p.263) ainda ressalta que a margem de contribuição pode servir como base para a elaboração do preço de venda dos produtos da empresa; desde que a mesma tenha identificada a margem de contribuição unitária de cada produto. Marion, Iudícibus (2011, p. 152) a tratam simplesmente de margem operacional, visto que nela é considerado apenas os custos, sendo que as despesas vão direto ao resultado. Portanto, a empresa deve ter sempre o conhecimento de quanto é a margem de contribuição de cada produto pois no momento que ocorrem as vendas, possivelmente cliente irão solicitar descontos, sendo necessário a empresa saber quanto está ganhando para que o desconto não seja maior que a receita com este produto trazido e com isso a margem de contribuição do produto se tornar negativa.

2.6.2 Ponto de Equilíbrio

Com a margem de contribuição calculada, seja ela unitária, ou, multiplicada pelo volume de vendas para se chegar a total, ou ainda por mix ou segmentos de produtos; conhecendo os custos e despesas incorridas, pode-se chegar aos pontos de equilíbrio contábil,

econômico e financeiro, seja em quantidade ou em valor, que irá demonstrar qual é a necessidade de venda mensal que a empresa tem para garantir sua sobrevivência.

2.6.2.1 Ponto de Equilíbrio Contábil

Segundo Hoji, (2017, p. 357) no ponto de equilíbrio contábil é quando a empresa está vendendo a quantia de produtos suficientes para cobrir os custos e despesas totais, sejam fixos ou variáveis, denominados custos totais. A quantia de produtos vendidos acima deste ponto traz o lucro líquido a empresa. O ponto de equilíbrio contábil em quantidade é calculado através da seguinte equação:

Figura 2 - Ponto de equilíbrio contábil em quantidade

$$PE_q = \frac{CDF}{MCU}$$

Fonte: (HOJI, 2017, p. 357).

Ponto de equilíbrio contábil em quantidade = custos e despesas fixas / margem de contribuição unitária.

Neste ponto os custos e despesas fixos são cobertos pela margem de contribuição unitária de cada produto, tendo assim como denomina o autor um “lucro zero” ou nulo. Este ponto é denominado ponto de equilíbrio contábil.

Para qualquer uma das três formas de calcular os pontos de equilíbrio, além de ser possível calcular em quantidades, pode-se calcular em valor.

Bornia (2010, p. 63) explica que as principais diferenças entre os três pontos que podem ser calculados estão nos custos e despesas fixos a serem considerados em cada caso. No ponto de equilíbrio contábil são considerados todos os custos e despesas fixas relacionadas ao funcionamento da empresa.

Conforme Hoji, (2017, p. 360) para o cálculo do ponto de equilíbrio em valor, o raciocínio segue o mesmo, basta considerar o valor dos custos e despesas fixos e dividir desta vez pelo percentual de margem de contribuição conforme a equação abaixo.

Figura 3 - Ponto de equilíbrio contábil em reais

$$PE_s = \frac{CDF}{\%MC}$$

Fonte: (Hoji, 2017, p. 359).

2.6.2.2 Ponto de Equilíbrio Econômico

Segundo Hoji, (2017, p. 359) ainda pode ser calculado o ponto de equilíbrio econômico em quantidade, basta somar os custos fixos ao custo econômico e dividir pela margem de contribuição unitária em reais.

Figura 4 - Ponto de equilíbrio econômico em quantidade

$$PE_q = \frac{CDF + CE}{MCU}$$

Fonte: O Autor (2017).

Bornia (2010, p. 63) explica que no ponto de equilíbrio econômico também deve ser considerado os custos de oportunidade referente ao capital próprio da empresa a ser investido no negócio, por exemplo o aluguel da sala se a empresa for proprietária do local entre outros.

O mesmo autor ainda destaca que o ponto de equilíbrio econômico mostra a rentabilidade que a atividade da empresa traz, comparando a outras atividades que os empresários podem optar, visto que neste ponto são considerados valores que de fato podem não ser desembolsados, servindo assim como instrumento gerencial, pois considera custos não desembolsados, mas sim comparando o custo do capital próprio investido.

Para o cálculo do ponto de equilíbrio econômico em reais, conforme Hoji (2017, p. 359) a ideologia é a mesma que em quantidade, porém deve-se dividir pelo percentual da margem de contribuição, conforme a fórmula abaixo.

Figura 5 - Ponto de equilíbrio econômico em reais

$$PE_s = \frac{CDF + CE}{\%MC}$$

Fonte: O Autor (2017).

2.6.2.3 Ponto de Equilíbrio Financeiro

A última forma de cálculo do ponto de equilíbrio é denominada financeiro. Para encontrar o valor basta considerar os pagamentos de custos e despesas fixas à vista reduzindo as depreciações e amortizações e dividir pela margem de contribuição unitária. Este será o valor de vendas à vista que irá anular os custos e despesas fixos pagos à vista, deduzidos das depreciações (HOJI, 2017, p. 359).

Figura 6 - Ponto de equilíbrio financeiro em quantidade

$$PE_q = \frac{CDF - DPR / AM}{MCU}$$

Fonte: O Autor (2017).

Para o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro em valor, seguindo a mesma ideologia das demais formas, Hoji (2017, p.360) demonstra que deve ser considerado os pagamentos de custos e despesas fixas à vista reduzindo as depreciações e amortizações e dividir pela porcentagem da margem de contribuição, conforme a figura abaixo.

Figura 7 - Ponto de equilíbrio financeiro em reais

$$PE_s = \frac{CDF - DPR / AM}{\%MC}$$

Fonte: O Autor (2017).

O cálculo do ponto de equilíbrio é uma ferramenta de gestão que traz informações importantes como o financeiro por exemplo, mostra a quantidade que a empresa precisa vender, seja em reais ou em quantidade para que não fique sem recursos em caixa para pagar suas despesas. Se a empresa operar abaixo deste ponto terá necessidade de buscar capital de giro com terceiros, aumentando ainda mais sua despesa, visto que este possui um custo elevado. Para o ponto de equilíbrio financeiro serão considerados somente o que realmente é desembolsado, ou seja, o que de fato onera a empresa. (BORNIA, 2010, p. 63).

Martins (2010, p. 257) destaca que os pontos de equilíbrio têm representação macroeconômica e não linear para o mercado como um todo, alguns segmentos tendem a se reduzir como a venda de computadores por exemplo, a cada unidade adicional vendida tende a

ser capaz de produzir menor receita. Para uma empresa particular o autor trata que isto é pouco provável que ocorra, pois, o preço de venda é bastante constante, sendo a receita total constante.

2.6.3 Margem de Segurança

Bornia (2010, p. 64) descreve como margem de segurança “o excedente de receita sobre a receita no ponto de equilíbrio, ou seja, esse indicador representa o quanto as vendas podem cair sem que haja nenhum prejuízo para a empresa”. Ela pode ser expressa em quantidade ou em percentuais, sendo esta a forma mais fácil dos gestores utilizarem, pois, se for expressa em quantidades, será necessário compará-la com a receita total sempre que quiser calcular; porém, se for expressa em percentuais, basta dividir a margem de segurança da empresa pelas vendas da empresa, conforme a figura abaixo.

Figura 8 - Margem de Segurança

$$\text{MARGEM DE SEGURANÇA (\%)} = \frac{\text{VENDAS} - \text{PONTO DE EQUILÍBRIO}}{\text{VENDAS}}$$

Fonte: (Bornia, 2010, p. 65).

Padoveze, (2010, p. 395) e Silva (2016, p. 257) conceituam margem de segurança da mesma forma que os demais autores e ainda complementam que esta pode ser calculada tanto do valor das vendas orçadas para um período futuro como o valor real das vendas do período. Martins (2010, p.260) também ressalva que conforme a margem de segurança aumenta, decresce a alavancagem operacional.

2.7 FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA

A formação do preço de venda, segundo Hoji (2017, p. 361) é fundamental para o sucesso empresarial, pois o resultado econômico da empresa depende diretamente da estratégia de preços que a mesma usa. Preço muito altos irão diminuir as vendas, e, por outro lado, preços muito baixos não dão o retorno adequado que a empresa necessita para sua saúde financeira e retorno esperado pelos acionistas ou proprietários.

Em alguns produtos, segundo o autor é o mercado quem determina os preços de venda dos produtos, cabendo a empresa adequar-se com os custos a ficarem menores para obter lucros. Por isso que algumas vezes produtos são lançados no mercado, testados, analisados e retirados

por conta de não atenderem os percentuais que a empresa esperava. O preço de venda ainda pode ser calculado com base na receita líquida, buscando a contribuição unitária e somando um percentual de lucro desejado.

Silva, (2016, p. 263) diz que algumas empresas têm que ajustar seu preço de venda com bases em mercados internacionais, dependendo do produto que estas comercializam. Para a definição do preço o autor cita que devem ser considerados aspectos como “o mercado, elasticidades nos preços, a concorrência e o nível de produtividade” e que muitas vezes as empresas fazem estudos de viabilidade no mercado para só depois, se comprovado, lançar o produto no mercado.

2.7.1 Bases Para Elaboração do Preço de Venda

Como já citado acima, existem várias ferramentas, ou bases que as empresas podem utilizar-se como base para a elaboração do preço de venda. Cada empresa poderá utilizar a que mais lhe encaixar nas suas atividades ou com seus custos, pois, dependendo se for uma indústria ou empresa do comércio os critérios de rateio e conseqüentemente o sistema de custos será diferente.

Segundo Silva (2016, p. 263) a formação do preço de venda pode se dar de diversas maneiras como:

- Com base no custo: a equação desta base será muito simples, basta determinar como preço de venda o valor encontrado na soma dos custos mais as despesas, os impostos e o lucro desejado.

$\text{Preço de venda} = \text{custos} + \text{despesas} + \text{impostos} + \text{lucros}$

- Com base na margem de contribuição: será necessário que a empresa conheça sua margem de contribuição unitária para agregar os custos e despesas, mais o lucro desejado para formar o preço de venda.

$\text{Receita Líquida} = \text{Custos e despesas variáveis} + \text{custos e despesas fixos} + \text{Lucros}$

- Com base no mark-up: para os autores Hoji (2017, p. 375) e Silva (2016, p. 266) o mark-up funciona como uma ferramenta para a elaboração do preço de venda que é representado através de uma taxa determinada que será somada ao valor de custo do produto, estabelecendo o preço de venda. Esta taxa se utilizada para a elaboração do preço de venda deverá considerar todos os custos, sejam fixos ou variáveis, as despesas diretas e indiretas, os impostos e a margem de lucro que a empresa desejar. Para mercadorias importadas, utiliza-se o mark-up multiplicador, pois será necessário ser

incluído os custos de importação que irão ocorrer. No setor industrial utiliza-se os custos da produção multiplicados pela taxa encontrada da soma de todos os gastos. Para o ramo comercial utiliza-se o custo de compra da mercadoria e multiplicado taxa mesma taxa de Mark-up encontrada. Este método é bastante utilizado em empresas de pequeno porte.

Preço de venda = custos X taxa de mark-up

- Com base no mercado: nesta forma a empresa terá como meta o preço, visto que os produtos que estão à disposição no mercado são semelhantes, obrigando a mesma a praticar um preço de venda semelhante ao da concorrência que está no mercado. Cabe as empresas que se utilizam deste método utilizar técnicas para redução de custos e consequentemente o aumento dos lucros.

Preço de venda – lucro = custos e despesas - impostos

- Com base no lucro embutido: nesta forma é considerado os prazos dos pagamentos e dos recebimentos das vendas. O lucro será obtido no momento em que a empresa receber as vendas antes de pagar as despesas. Se ocorrer o contrário, a mesma necessitará possivelmente um aumento no preço de venda para pagamento do custo do capital de giro.
- RKW Segundo Hoji (2017, p. 389) esse método surgiu no início do século XX na Alemanha. Esse método consiste em ratear todos os custos (produção) e despesas (Administrativas, de vendas, financeiras) e agregá-las aos produtos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No presente capítulo que se inicia, tem-se por principal objetivo demonstrar a trajetória metodológica que foi utilizada para a elaboração da pesquisa científica de conclusão do curso de Administração do Campus Casca da Universidade de Passo Fundo; demonstrando quais os métodos e técnicas de pesquisa que foram utilizados. Também será demonstrado as variáveis que compõem o estudo, quem serão os indivíduos dentro da empresa que irão responder a pesquisa, sendo população ou amostra, variando conforme o tema básico do presente trabalho e o número de colaboradores da empresa pesquisada, além do método de coleta de dados para que no próximo capítulo estes possam ser analisados e interpretados conforme coletados da maneira que este capítulo definir.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Conforme Roesch (2013, p. 126), não existe um método adequado para cada tipo de projeto de estágio, mas cabe ao autor adequá-lo conforme seu tema, objetivos gerais e específicos, a forma como serão coletados os dados e o problema de pesquisa. A autora ainda demonstra, que, dependendo do assunto do projeto, pode-se utilizar mais de um método de pesquisa, pois, em uma etapa talvez seja necessário o uso de questões abertas e com isso as respostas serão qualitativas. Para fins de conclusões o correto é utilizar dados e questões mais objetivas, dando característica quantitativa para a pesquisa.

Para a coleta de dados do presente trabalho, determinou-se como mais adequado o método em relação aos objetivos como uma pesquisa descritiva. Para a abordagem dos dados, da pesquisa mencionada foi utilizada a pesquisa totalmente na forma quantitativa. Quanto ao procedimento técnico no presente trabalho trata-se de um estudo de caso na Comercial Belmar LTDA; trata-se de um comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios localizado no município de Montauri RS com o objetivo da identificação de seus gastos totais e a margem e contribuição para chegar aos pontos de equilíbrio e a elaboração do preço de venda através da ferramenta mark-up.

Roesch (2013, p. 130-133) explica que a pesquisa descritiva serve para obter informações sobre populações, porcentagens sobre estas populações, incidências de determinado fato dos mesmos. A autora explica que as pesquisas de caráter quantitativo procura identificar relações de causa e efeito entre variáveis, essa pesquisa é mais utilizada em pesquisa de ciências exatas onde não é possível manipular os resultados.

A pesquisa descritiva que foi utilizada, é definida por Diehl e Tatim (2004, p. 54) como um método que tem como objetivo principal, como seu nome já diz, descrever características ou dados de determinada variável ou população. Os autores citam que para este método ser aplicado ele pode trazer técnicas de padronização de coletas de dados como nos questionários como na tabulação dos dados.

Diehl e Tatim (2004, p. 51) explicam que a pesquisa quantitativa é caracterizada por obter dados em valores tanto na coleta como na análise dos dados obtidos por meio da estatística com percentuais, médias, margem de segurança e outras a serem tratadas e descritas em uma tabela ou quadro o seu resultado, minimizando a margem de erro. Este método serve para estudar variáveis de estudo com um grau de relação entre elas, determinando fatores de causa e consequência entre elas.

O procedimento técnico que foi utilizado neste trabalho, ficou definido que será um estudo de caso que os autores Diehl e Tatim (2004, p. 60) definem como uma técnica de pesquisa que estuda diversos objetivos e dados que descrevem uma unidade de estudo, seja esta uma família, uma empresa ou uma sociedade. Por levar em consideração uma série de variáveis é um método dos mais utilizados para as pesquisas científicas, pois dão ênfase na totalidade das variáveis, porém exige do pesquisador uma maior capacitação para a interpretação dos resultados.

3.2 VARIÁVEIS DE ESTUDO

Marconi e Lakatos (2008, p. 139) afirmam que “uma variável pode ser considerada como uma classificação ou medida; uma quantidade que varia; um conceito operacional, que contém ou apresenta valores; aspecto; propriedade ou fator, discernível em um objeto de estudo e passível de mensuração”. Para este trabalho que tem como propósito a identificação de custos através de um método de custeio, os pontos de equilíbrio e a margem de contribuição para a formulação do preço de venda através da ferramenta do mark-up, foi necessário o estudo das seguintes variáveis:

a) Custos e despesas: O termo custo é algo bastante abrangente. Segundo Ribeiro (2013, p. 17) no ramo comercial em que é estruturado este estudo, pode ser definido como o custo das mercadorias adquiridas para serem comercializadas. Em uma análise de modo geral, considerando custos e despesas, pode-se definir que são os desembolsos ou gastos que ocorrem para que a operação da empresa aconteça, independentemente de

serem pagos à vista ou à prazo. Na presente pesquisa os mesmos foram identificados, classificados e descritos em uma tabela, através de um método de custeio.

b) Margem de contribuição: Hoji (2017, p. 356) trata como margem de contribuição ou de lucro o valor resultante das vendas líquidas, já deduzindo os impostos e as despesas variáveis. Quando apurada a margem de contribuição unitária, para se chegar a total, basta apenas multiplicar pela quantia vendida.

Martins (2010, p. 179) define como margem de contribuição ou de lucro por unidade “a diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto; é o valor que cada unidade efetivamente traz a empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputado sem erro”. A mensuração desta variável foi feita através de cálculo buscando o atual preço de venda e deste reduzindo os custos identificados na variável acima, sendo este valor encontrado a margem de contribuição unitária.

c) Ponto de Equilíbrio: Segundo Hoji, (2017, p.357) no ponto de equilíbrio em quantidade é quando a empresa está vendendo a quantia de produtos suficientes para cobrir os custos e despesas totais, sejam fixos ou variáveis, denominados custos totais. A quantia de produtos vendidos acima deste ponto, trazem o lucro líquido a empresa.

O cálculo do ponto de equilíbrio é uma ferramenta de gestão que traz informações importantes como o financeiro por exemplo, mostra a quantidade que a empresa precisa vender, seja em reais ou em quantidade para que não fique sem recursos em caixa para pagar suas despesas. Se a empresa operar abaixo deste ponto terá necessidade de buscar capital de giro com terceiros, aumentando ainda mais sua despesa, visto que este possui um custo elevado (BORNIA, 2010, p. 63).

d) Preço de venda: A formação do preço de venda, segundo Hoji (2017, p. 361) é fundamental para o sucesso empresarial, pois o resultado econômico da empresa depende diretamente da estratégia de preços que a mesma usa. O preço de venda ainda pode ser calculado com base na receita líquida, buscando a contribuição unitária e somando um percentual de lucro desejado. Nesta última variável, utilizou-se da ferramenta mark-up para encontrar o preço de venda dos itens da empresa trabalhada, cobrindo os custos e dando a empresa a margem de lucro desejada.

3.3 UNIVERSO DE PESQUISA

A Pesquisa foi sediada na Comercial Belmar LTDA, empresa do ramo varejista do comércio de artigos do vestuário e acessórios, localizada no município de Montauri RS. A

pesquisa realizou-se através de visita a empresa, onde foi entrevistada a proprietária, visto que esta é a única funcionária do local, pois esta empresa é de caráter familiar. Foram abordados os itens acerca de como a mesma faz o controle do caixa da empresa; como esta identifica e soma os custos que incidem sobre o preço de venda; a margem de contribuição que a empresa tem atualmente e como calcula o preço de venda. Para descoberta destes fatores foram utilizados documentos contábeis como notas, planilhas, contas de consumo e demais informações repassadas pela proprietária.

Marconi e Lakatos (2008, p. 206) definem como universo um conjunto, seja ele de pessoas, coisas ou fenômenos que possuem características em comum. Para esta pesquisa científica, o universo de pesquisa do fenômeno denominado é constituído pela gestora e os documentos para apuração das despesas, onde estes têm em comum a sua classificação como diretos, ou indiretos, fixo ou variáveis.

Diehl e Tatim (2004, p. 64) definem por universo ou população “um conjunto de elementos passíveis de serem mensurados com respeito as variáveis que se pretende levantar”. Para este estudo, não foi utilizado amostra, pois, a pesquisa se deu com a única funcionária da empresa, juntamente com os documentos contábeis da empresa, não sendo utilizado amostragem.

3.4 PROCEDIMENTO E TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados na empresa se deu, em princípio, por meio de uma entrevista de modo informal com perguntas abertas a proprietária do local com o objetivo de identificar as formas com que a empresa já trabalha para registrar seus movimentos financeiros, alguns de seus custos e despesas gerais, uma estimativa da atual margem de contribuição e de como é calculado o preço de venda atualmente.

Para Diehl e Tatim (2004, p. 66) “a entrevista é um encontro entre duas pessoas cujo objetivo é que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto mediante uma conversação de natureza profissional”. Foi necessário utilizar a forma informal devido a alguns dados estarem apresentados de forma indireta, onde o pesquisador teve que fazer cálculos para encontrá-los, outros a entrevistada não soube responder ou ainda houve dados em que o pesquisador não havia alencado em questionar.

No segundo momento, foi pesquisado dados secundários através dos documentos contábeis da empresa com o intuito de confirmar os dados repassados pela proprietária e expressar em valores reais os dados obtidos.

Diehl e Tatim (2004, p. 66) explicam que os dados secundários não são criados pelo pesquisador, por isto que recebem esta denominação. Estes são encontrados em bancos de dados, documentos, relatórios ou em fontes bibliográficas. Roesch (2013, p. 128) explica que a pesquisa em dados secundários é mais demorada e o pesquisador deve relatar sua natureza ou origem.

3.5 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A pesquisa foi utilizada na forma quantitativa, por isso submetida a análise estatística descritiva com valores expressos em reais. Os dados obtidos têm correlação entre as variáveis pesquisadas de maneira variada a forma de demonstração dos mesmos, incluindo tabelas e quadros (DIEHL; TATIM, 2004, p. 83). O objetivo final da pesquisa efetuada é o de coletar na empresa, através da entrevista com a gestora, os métodos utilizados nos processos contábeis. Com a pesquisa nos documentos contábeis o objetivo foi obter os valores em reais dos custos e despesas gerais da empresa. Estes foram tabulados e descritos nas tabelas através do método de custeio para se chegar aos pontos de equilíbrio, agregados a margem de contribuição desejada e com isso estabeleceu-se a fórmula de mark-up para formulação do preço de venda.

Marconi e Lakatos (2010, p. 151) dizem que a interpretação dos dados devem estar no núcleo central da pesquisa. Como análise eles defendem a ideia de que “é a tentativa de evidenciar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores numa relação de causa-efeito”. Como interpretação os autores dizem que é a verificação das relações entre as variáveis. Ainda na análise é onde o pesquisador busca maiores detalhes sobre sua pergunta de pesquisa e seus objetivos estabelecendo hipóteses na forma de interpretação como descrevem os autores.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

No presente capítulo apresenta-se os dados obtidos na Comercial Belmar LTDA e a análise dos mesmos para responder as variáveis de estudo acima relacionadas. Para isso utilizou-se de dados expressos em reais, demonstrados em tabelas com o auxílio do Software Excel.

4.1 CARACTERÍSTICAS DA EMPRESA

A Comercial Belmar LTDA, comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios está localizada na Rua Souza Lobo Nº 357 Sala 1 Centro do município de Montauri, região Nordeste do Rio Grande Do Sul. A empresa do presente estudo tem sede própria e é de caráter familiar, onde trabalha a proprietária da empresa, a Senhora Maribel De Vila Possa.

A mesma iniciou suas atividades no ano de 2008 e está em pleno desenvolvimento. Há dois anos expandiu sua estrutura, construindo uma nova loja ao lado da antiga, com uma área de 92,55 m², todo o empreendimento foi financiado com recursos próprios.

O modelo deste comércio é baseado em outras lojas semelhantes da região e da experiência da proprietária, onde a mesma viaja para as cidades do vale do Itajaí em Santa Catarina e outras vezes para as cidades Sul Catarinenses em intervalos médios de 60 dias para fazer as compras necessárias. Na sede da loja são compradas mercadorias de vendedores apenas nas confecções infantis que possuem suas sedes nas mesmas regiões de Santa Catarina.

O comércio tem como público alvo as classes B e C, com artigos de valor mais acessível ao público em geral, tendo outros 2 comércios no município como concorrência, além de outra loja indiretamente que possui foco no público da classe A com produtos de marcas com alto valor agregado.

4.2 FATURAMENTO

Para fins de cálculos futuros, foi necessário pesquisar junto a empresa o faturamento dos últimos anos, a representatividade de cada mês em relação ao total do ano e o faturamento por classe ou mix de produto. Como o presente estudo desenvolveu-se durante o mês de setembro de 2017, temos o faturamento deste ano até o mês de agosto, como mostra o quadro a baixo.

4.2.1 Faturamento Anual

No quadro abaixo é apresentado o faturamento da empresa dos anos de 2015, 2016 e de janeiro a agosto de 2017 e o quanto cada mês representa do total de cada ano.

Quadro 1 - Faturamento Anual

Mês	Faturamento	% do Total	Mês	Faturamento	% do Total	Mês	Faturamento	% do Total
Jan./15	R\$ 5.837,90	5,14%	Jan./16	R\$ 5.800,00	4,84%	Jan./17	R\$ 5.737,00	8,51%
Fev./15	R\$ 5.088,90	4,48%	Fev./16	R\$ 5.134,00	4,28%	Fev./17	R\$ 5.035,00	7,47%
Mar./15	R\$ 9.691,00	8,53%	Mar./16	R\$ 14.343,00	11,97%	Mar./17	R\$ 9.700,00	14,39%
Abr./15	R\$ 9.699,00	8,53%	Abr./16	R\$ 12.300,00	10,26%	Abr./17	R\$ 7.595,00	11,26%
Mai./15	R\$ 17.047,00	15,00%	Mai./16	R\$ 12.146,00	10,13%	Mai./17	R\$ 12.940,00	19,19%
Jun./15	R\$ 10.522,00	9,26%	Jun./16	R\$ 11.662,00	9,73%	Jun./17	R\$ 11.854,00	17,58%
Jul./15	R\$ 11.317,00	9,96%	Jul./16	R\$ 6.303,00	5,26%	Jul./17	R\$ 7.263,00	10,77%
Ago./15	R\$ 9.289,00	8,17%	Ago./16	R\$ 9.849,00	8,22%	Ago./17	R\$ 7.306,00	10,83%
Set./15	R\$ 6.726,00	5,92%	Set./16	R\$ 8.796,00	7,34%	Set./17		
Out./15	R\$ 7.432,00	6,54%	Out./16	R\$ 8.200,00	6,84%	Out./17		
Nov./15	R\$ 7.217,00	6,35%	Nov./16	R\$ 11.462,00	9,56%	Nov./17		
Dez./15	R\$ 13.787,00	12,13%	Dez./16	R\$ 13.873,00	11,57%	Dez./17		
Total	R\$ 113.653,80	100,00%	Total	R\$ 119.868,00	100,00%	Total	R\$ 67.430,00	100,00%

Fonte: Dados Primários (2017).

Analisando-se os dados do quadro, verifica-se que a empresa teve um aumento nas vendas de 2015 para 2016 de 5,47%, ficando um pouco a baixo da inflação acumulada de 2016, pois a mesma fechou o ano com um aumento de 6,29%. Devido as mudanças climáticas das estações e as datas comemorativas existe sazonalidade nas vendas, no ano de 2015 os meses de maio e dezembro foram os meses que registraram as maiores vendas. O mês de maio correspondeu a 15% do faturamento, seguido do mês de dezembro com 12,13% do total do faturamento. Já no ano seguinte, o mês de março foi o maior em vendas com 11,97% do faturamento, seguido do mês de dezembro com 11,57%. Para o ano de 2017, o mês que teve o maior volume de vendas até o momento foi o mês de maio. Levando em consideração os oito primeiros meses deste ano, a empresa apresenta um decréscimo nas vendas de 13,04% de 2016 para 2017 devido a fraca intensidade do inverno, fazendo com que o volume de vendas nessa estação tenha sido menor.

Outro fator relevante que deve ser considerado é que para os demais cálculos futuros foi realizado uma combinação, pois, para fins contábeis a empresa utiliza o exercício coincidindo com o ano, de janeiro a dezembro, porém estabeleceu-se que para fins de estudo do presente

trabalho o exercício utilizado será um retrocessos dos últimos doze meses, sendo de setembro 2016 a agosto 2017, coincidindo com os dois cenários que a empresa trabalha; o primeiro que compreende setembro, outubro, novembro, dezembro, janeiro e fevereiro, meses que são vendidos os artigos de verão. O outro cenário compreende os meses de março, abril, maio, junho, julho e agosto, meses que a empresa vende os artigos do mês de inverno. Eventualmente, coincide que este estudo desenvolveu-se no mês de setembro de 2017, com isso possui as informações de faturamento até agosto do mesmo ano.

4.2.2 Faturamento Por Classes e Cenários

No quadro a baixo apresenta-se o faturamento por Mix de Produto para cada um dos cenários no período de setembro de 2016 a agosto de 2017, bem como qual a representatividade da venda de cada grupo sobre o faturamento total.

As classes para o Mix de Produto ficaram definidas como Bebê, Feminina, Masculino, Menina e Menino.

Quadro 2 - Faturamento por classes

Classe	Faturamento Total	% do Total	Faturamento Verão	% do total	Faturamento Inverno	% do total
Bebê	R\$ 6.661,80	6,06%	R\$ 3.452,10	6,49%	R\$ 3.209,70	5,66%
Feminina	R\$ 28.594,00	26,02%	R\$ 11.648,70	21,91%	R\$ 16.945,30	29,87%
Masculino	R\$ 38.560,30	35,08%	R\$ 15.181,70	28,55%	R\$ 23.378,60	41,20%
Menina	R\$ 16.969,40	15,44%	R\$ 11.511,20	21,65%	R\$ 5.458,20	9,62%
Menino	R\$ 19.127,20	17,40%	R\$ 11.379,80	21,40%	R\$ 7.747,40	13,65%
Total	R\$ 109.912,70	100,00%	R\$ 53.173,50	100,00%	R\$ 56.739,20	100,00%

Fonte: Dados primários (2017).

Analisando os resultados demonstrados pelo quadro a cima, verifica-se que o cenário de verão representa 48,38% das vendas, enquanto o cenário de inverno representa 51,62% do total das vendas.

Com relação ao faturamento total, conclui-se que a classe que possui maior venda é a classe Masculina com 35,08% do total vendido, seguida da classe Feminina com 26,02%.

Dividindo a análise em cenários, vê-se que o cenário de verão tem faturamento menor que o de inverno e que a classe masculino domina as vendas porém com percentual menor que o total, somente 28,55% das vendas. Outro fator que merece relevância é que as outras três classes, feminina, menino e menina possuem um emparelhamento nas vendas, ficando todas na casa dos 21% do total deste cenário, restando para a classe bebê apenas 6,49% das vendas.

Observando o cenário de inverno, este que possui maior faturamento no ano, mantém-se a classe masculino dominando as vendas, desta vez com 41,20% do total, e a classe feminina ganha espaço e sobe para 29,87% das vendas, ficando a linha infantil com menor expressão.

4.3 DEFINIÇÃO DO MÉTODO DE CUSTEIO

Conforme os estudos realizados na base teórica do presente trabalho, constatou-se e ficou definido que o melhor método de custeio a ser utilizado para definição dos custos e margem de contribuição dos produtos, por se tratar de uma empresa do ramo comercial e não industrial, é o método custeio variável ou direto, que trata dos custos variáveis que incidem sobre os produtos, a sua participação no resultado através da margem de contribuição e lança as despesas fixas diretamente ao resultado do período.

Como não se trata de uma indústria, não existem departamentos para ser utilizado o método de custeio por departamentos ou ainda atividades que ocorrem no processo de fabricação para ser utilizado o método ABC. Cabe ressaltar que o método de custeio variável que será utilizado serve como base para a tomada de decisões no ambiente interno da empresa, visto que a constituição brasileira aprova para fins contábeis somente o método de custeio por absorção.

4.4 COMPOSIÇÃO DOS GASTOS INCORRIDOS NA COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS

Na Comercial Belmar LTDA, os ganhos e os gastos incorridos são mensais, onde existe praticamente uma constância nas despesas fixas, porém uma certa sazonalidade no volume de vendas em virtude das mudanças das estações ou datas comemorativas.

4.4.1 Despesas Fixas

A baixo foi listado em um quadro todas as despesas fixas que a empresa paga mensalmente, e, devido a sua classificação ser fixa, independente do volume de vendas estas ocorrem de qualquer maneira.

Quadro 3 - Despesas Fixas

Despesas Fixas		
Natureza	Valor Mensal	% do Total
Luz	R\$ 60,00	2,75%
Água	R\$ 10,00	0,46%
Honorários Contábeis	R\$ 262,00	12,03%
Telefone	R\$ 50,00	2,30%
Internet	R\$ 60,00	2,75%
Embalagens	R\$ 25,00	1,15%
Pró-Labore	R\$ 1.300,00	59,69%
Material de Limpeza	R\$ 20,00	0,92%
INSS	R\$ 143,00	6,57%
Material de Escritório	R\$ 20,00	0,92%
Depreciação de Móveis	R\$ 100,00	4,59%
Brindes	R\$ 25,00	1,15%
Manutenção	R\$ 40,00	1,84%
Despesas Bancárias	R\$ 28,00	1,29%
IPTU e Alvará	R\$ 35,00	1,61%
Total	R\$ 2.178,00	100,00%

Fonte: Dados primários.

Em visita a empresa foram identificadas as despesas acima com os valores que estão ocorrendo no ano de 2017. A proprietária informou que atualmente retira a quantia de R\$ 1.300,00, sendo esta responsável por 59,69% do total das despesas, sendo este seu pró-labore. O valor de R\$ 143,00 de INSS, é devido a empresa estar enquadrada no Simples Nacional e este possuir benefícios e pagar somente 11% sobre o salário base dos funcionários.

O cálculo da depreciação, foi realizado através dos dados repassados pela proprietária que informou que a loja possui um total de R\$ 12.000,00 em móveis e prateleiras, estas com uma vida útil de 10 anos, resultando em R\$ 100,00 mensais.

Devido a maioria das entidades beneficentes do município demandarem por brindes ou patrocínios para seus eventos, foi somado o valor estimado que a empresa doou no ano de 2016 e dividido ao longo dos 12 meses.

As únicas despesas de caráter anual, o Alvará e o IPTU teve os seus valores somados e divididos pelos 12 meses, visto que são considerados como despesas fixas na sua classificação e representam apenas 1,61% do total das despesas, valor com pouca representação em relação ao total, ficando assim estabelecido que será utilizado o mesmo valor de despesas fixas para todos os meses.

Analisando-se o quadro, verifica-se que a empresa possui uma despesa mensal de R\$ 2.178,00, sendo que os maiores gastos mensais concentram-se no pró-labore, seguido dos honorários contábeis, visto que as demais despesas são de valores menores.

Fazendo uma análise da natureza de cada despesa, percebe-se que todas estas despesas são necessárias para a empresa poder operar; a única despesa que não é de caráter necessário são os brindes, valor este que fica a cargo da proprietária decidir se pode contribuir para as entidades que solicitam e que valor pode ser doado sem que comprometa a saúde financeira da empresa.

4.4.2 Custos Variáveis

Para chegar ao cálculo do custo total de cada produto e sua devida margem de contribuição, foi necessário identificar além das despesas fixas descritas a cima, todos os produtos vendidos atualmente pela empresa, e, a partir disso, os custos variáveis que incidem sobre o preço de compra ou de venda de cada produto, conforme descrito no quadro a seguir.

Quadro 4 - Produtos com Custo Variável

Cód.	Descrição do Produto	Grupo	CMV	Alíquota ICMS	Consertos	Inadimplência	Custo Variável
1	Calça Jeans	Masculino	R\$ 103,99	R\$ 6,24	R\$ 1,70	R\$ 0,85	R\$ 112,78
2	Calça Social	Masculino	R\$ 44,90	R\$ 2,69	R\$ 0,95	R\$ 0,47	R\$ 49,02
3	Calça Abrigo	Masculino	R\$ 27,90	R\$ 1,67	R\$ 0,55	R\$ 0,27	R\$ 30,40
4	Calça Apeluciada	Masculino	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,72	R\$ 0,36	R\$ 43,37
5	Camisa Social	Masculino	R\$ 69,90	R\$ 4,19	R\$ 1,20	R\$ 0,60	R\$ 75,89
6	Camisa Polo M. Longa	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 3,29	R\$ 1,00	R\$ 0,50	R\$ 59,69
7	Camisa Polo Manga Curta	Masculino	R\$ 29,70	R\$ 1,78	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 32,38
8	Camiseta Manga Curta	Masculino	R\$ 27,00	R\$ 1,62	R\$ 0,55	R\$ 0,27	R\$ 29,44
9	Camiseta Manga Longa	Masculino	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,63	R\$ 0,31	R\$ 37,94
10	Blusa Moletom	Masculino	R\$ 87,90	R\$ 5,27	R\$ 1,60	R\$ 0,80	R\$ 95,57
...							
88	Bermuda Abrigo Feminina	Bebê	R\$ 15,90	R\$ 0,95	R\$ 0,30	R\$ 0,15	R\$ 17,30

Fonte: Dados primários (2017).

Em visita a empresa, identificou-se todos os produtos vendidos conforme o quadro a cima e a partir disso os custos variáveis nestes aplicados. A quarta coluna mostra o preço de compra dos produtos, denominado como CMV, custo da mercadoria vendida.

Na quinta coluna é demonstrado um benefício que as empresas que se enquadram no simples nacional possuem que é a isenção de ICMS, Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços adicional, no imposto que a empresa optante pelo Simples Nacional paga sobre o faturamento, o mesmo já está incluso; porém quando a compra é feita em outro estado com alíquota diferente, é necessário pagar o valor da diferença para igualar a alíquota estadual do Rio Grande do Sul, fixada atualmente em 18%. Na empresa pesquisada, todas as mercadorias são compradas no estado de Santa Catarina, onde o imposto está fixado em 12%, portanto é necessário que a empresa pague a diferença de 6% sobre o valor das compras, podendo ser considerado como um custo que será agregado ao CMV de cada produto.

A empresa ainda oferece aos clientes o serviço de costura para realizar os ajustes necessários nas peças vendidas, este serviço é gratuito. Conforme a pesquisa realizada, pode-se considerar que, tendo em vista o valor que a costureira cobra da empresa por concerto e a porcentagem de peças que necessitam ajuste, este pode ser fixado em 1% do preço de venda. Optou-se por manter estes valores nesta tabela pois ela demonstra a composição de todos os custos que estão ligados diretamente aos produtos, ou seja, custos variáveis.

O último custo que incide sobre os produtos, em pesquisa a empresa, foi constatado que a mesma possui clientes em situação de inadimplência. Para o cálculo descrito na tabela, foi considerado o valor de contas a receber, a porcentagem desta que está com clientes incobráveis e o tempo que levou para constituir-se; resultando assim em 0,5% do preço de venda, consequentemente a soma dos valores será 0,5% do faturamento. Do mesmo modo ao item anterior, foi optado por manter na tabela este, pois o mesmo é denominado um custo variável que está ligado diretamente ao valor do produto e esta tabela demonstrar a composição dos custos variáveis que incidem sobre os produtos da comercial Belmar LTDA.

Conforme o quadro a cima, denominou-se como CMV o valor de compra de cada produto e somou-se todos os custos descritos, resultando no custo variável de cada produto.

4.5 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Após a realização do cálculo dos custos e despesas totais que estão incidindo sobre os produtos da comercial Belmar LTDA, foi possível identificar a margem de contribuição de cada produto através da diferença entre o preço de venda de cada produto e o custo variável, definindo esta como margem de contribuição, tanto para valores expressos em reais, como o percentual que esta representa em relação ao preço de venda praticado, utilizando o método de custeio variável como foi mencionado a cima.

4.5.1 Margem de Contribuição Unitária

No quadro abaixo estão descritos os produtos que a empresa comercializa no momento com seu preço de venda, impostos sobre vendas e custo variável, sendo o resultado da subtração destes valores a margem de contribuição, expressa primeiramente em reais e na última coluna com valores em percentuais, através do método de custeio variável.

Quadro 5 - Produtos com margem de contribuição

Cód.	Descrição do Produto	Grupo	Preço de Venda	Imposto	Custo Variável	MC R\$	MC %
1	Calça Jeans	Masculino	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 112,78	R\$ 52,53	30,92%
2	Calça Social	Masculino	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 49,02	R\$ 43,32	45,65%
3	Calça Abrigo	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 30,40	R\$ 23,02	41,93%
4	Calça Apeluciada	Masculino	R\$ 71,90	R\$ 1,94	R\$ 43,37	R\$ 26,59	36,98%
5	Camisa Social	Masculino	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 75,89	R\$ 40,77	34,00%
6	Camisa Polo Manga Longa	Masculino	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 59,69	R\$ 37,51	37,55%
7	Camisa Polo Manga Curta	Masculino	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,38	R\$ 25,90	43,24%
8	Camiseta Manga Curta	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 29,44	R\$ 23,97	43,67%
9	Camiseta Manga Longa	Masculino	R\$ 62,90	R\$ 1,70	R\$ 37,94	R\$ 23,26	36,99%
10	Blusa Moletom	Masculino	R\$ 159,90	R\$ 4,32	R\$ 95,57	R\$ 60,01	37,53%
...							
88	Bermuda Abrigo Feminina	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 0,81	R\$ 17,30	R\$ 11,79	39,43%

Fonte: Dados primários (2017).

Verificando os dados que o quadro 5 demonstra, pode-se concluir que a empresa possui um grande número de itens a venda e que cada um possui sua margem de contribuição, sendo a média de todos eles fixada em 39%. Devido a este fator, é impossível estabelecer somente uma margem de contribuição geral para todos os produtos da empresa. Para fazer uma análise mais detalhada a melhor maneira de se expressar os dados da margem de contribuição é através da margem de contribuição por mix de produto, como será feito no próximo item deste capítulo.

4.5.2 Margem de Contribuição por Mix de Produtos

Devido a empresa possui um grande número de produtos, e estes possuem cada um seu preço de venda, custo variável e sua margem de contribuição, uma forma de poder analisar está de forma resumida é através do mix de produtos. Para o presente trabalho foi determinado que as classes para análise seriam Masculino, Feminina, Menino, Menina e Bebê como já mencionado anteriormente. O quadro seguinte demonstra os resultados encontrados.

Quadro 6 - Margem de contribuição por mix de produtos

Classe	Faturamento	% do Total	MC R\$	MCT%	MC %
Bebê	R\$ 6.661,80	6,06%	R\$ 2.606,50	6,10%	38,23%
Feminina	R\$ 28.594,00	26,02%	R\$ 10.896,70	25,51%	38,91%
Masculino	R\$ 38.560,30	35,08%	R\$ 14.953,06	35,01%	38,86%
Menina	R\$ 16.969,40	15,44%	R\$ 6.619,80	15,50%	38,80%
Menino	R\$ 19.127,20	17,40%	R\$ 7.635,67	17,88%	40,20%
Total	R\$ 109.912,70	100,00%	R\$ 42.711,72	100,00%	39,00%

Fonte: Dados primários (2017).

Verificando os resultados obtidos através do quadro 6, vê-se que a classe Masculino é a que traz a maior contribuição para a empresa com 35,01% da MC total, seguida da classe Feminina com 25,51% da MC total. Focando a análise para a margem de contribuição de cada uma das classes, a classe que tem a maior margem é a classe Menino, com 40,20%, seguido da classe Feminina com 38,91%, totalizando a média geral da margem de contribuição da empresa em estudo em 39,00%.

4.6 PONTO DE EQUILÍBRIO

Conforme objetivo deste trabalho, foi calculado o ponto de equilíbrio contábil, financeiro e econômico da Comercial Belmar LTDA, tendo como base os dois cenários descritos no item 4.2 deste capítulo, verão e inverno, a partir das despesas fixas do total do período e a margem de contribuição expressa em valor decimal do período, calculando assim os pontos de equilíbrio expressos em reais.

Para a realização dos cálculos acima, foi necessário montar a DRE, demonstração do resultado do exercício com a participação de cada cenário a soma total, conforme demonstrado a baixo.

Quadro 7 - DRE Verão

DRE 09/2016 a 02/2017		Set./16	Out./16	Nov./16	Dez./16	Jan./17	Fev./17	Total Verão
+	Receita Bruta	R\$ 8.807,68	R\$ 8.210,89	R\$ 11.477,22	R\$ 13.891,42	R\$ 5.744,62	R\$ 5.041,68	R\$ 53.173,50
-	Desc. Concedidos	R\$ 11,68	R\$ 10,89	R\$15,22	R\$ 18,42	R\$ 7,62	R\$ 6,68	R\$ 70,51
-	Impostos sobre Vendas	R\$ 237,81	R\$ 221,69	R\$ 309,88	R\$ 375,07	R\$ 155,10	R\$ 136,13	R\$ 1.435,68
=	Receita Líquida	R\$ 8.558,19	R\$ 7.978,30	R\$ 11.152,11	R\$ 13.497,93	R\$ 5.581,89	R\$ 4.898,88	R\$ 51.667,31
-	Custo Variável	R\$ 5.097,03	R\$ 4.751,67	R\$ 6.641,90	R\$ 8.039,01	R\$ 3.324,43	R\$ 2.917,64	R\$ 30.771,68
=	Margem de Contribuição	R\$ 3.461,16	R\$ 3.226,64	R\$ 4.510,21	R\$ 5.458,92	R\$ 2.257,46	R\$ 1.981,24	R\$ 20.895,63
-	Despesas Fixas	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 13.068,00
=	Lucro Líquido	R\$ 1.283,16	R\$ 1.048,64	R\$ 2.332,21	R\$ 3.280,92	R\$ 79,46	-R\$ 196,76	R\$ 7.827,63
%	Margem Líquida	14,99%	13,14%	20,91%	24,31%	1,42%	-4,02%	15,15%

Fonte: Dados primários (2017).

Quadro 8 - DRE Inverno

DRE 03/2017 a 08/2017		Mar./17	Abr./17	Mai./17	Jun./17	Jul./17	Ago./17	Total Inverno	Total Ano
+	Receita Bruta	R\$ 9.713,90	R\$ 7.605,88	R\$ 12.958,55	R\$ 11.870,99	R\$ 7.273,41	R\$ 7.316,47	R\$ 56.739,20	R\$ 109.912,70
-	Desc. Concedidos	R\$ 13,90	R\$ 10,88	R\$ 18,55	R\$ 16,99	R\$ 10,41	R\$ 10,47	R\$ 81,20	R\$ 151,71
-	Impostos sobre Vendas	R\$ 262,28	R\$ 205,36	R\$ 349,88	R\$ 320,52	R\$ 196,38	R\$ 197,54	R\$ 1.531,96	R\$ 2.967,64
=	Receita Líquida	R\$ 9.437,73	R\$ 7.389,65	R\$ 12.590,11	R\$ 11.533,48	R\$ 7.066,62	R\$ 7.108,46	R\$ 55.126,04	R\$ 106.793,35
-	Custo Variável	R\$ 5.728,72	R\$ 4.485,53	R\$ 7.642,24	R\$ 7.000,86	R\$ 4.289,46	R\$ 4.314,85	R\$ 33.461,66	R\$ 64.233,34
=	Margem de Contribuição	R\$ 3.709,00	R\$ 2.904,11	R\$ 4.947,88	R\$ 4.532,63	R\$ 2.777,16	R\$ 2.793,60	R\$ 21.664,38	R\$ 42.560,01
-	Despesas Fixas	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 2.178,00	R\$ 13.068,00	R\$ 26.136,00
=	Lucro Líquido	R\$ 1.531,00	R\$ 726,11	R\$ 2.769,88	R\$ 2.354,63	R\$ 599,16	R\$ 615,60	R\$ 8.596,38	R\$ 16.424,01
%	Margem Líquida	16,22%	9,83%	22,00%	20,42%	8,48%	8,66%	15,59%	15,38%

Fonte: Dados primários (2017).

Verificando os quadros 7 e 8, pode-se concluir que o lucro líquido do cenário de verão representa 47,66% do lucro líquido total, já no cenário de inverno o lucro líquido representa 52,34% do lucro líquido total. Em apenas 1 dos 12 meses do ano a empresa apresenta resultado negativo no mês de fevereiro, pois é onde está fechando um cenário e com a mudança de estação climática, passa a vender os artigos da outra estação no mês de março, retomando as vendas.

Para o cálculo dos pontos de equilíbrio necessita-se calcular a margem de contribuição na forma decimal, encontrada da divisão do valor da margem de contribuição pela receita bruta do período. Fazendo o cálculo, para o cenário de verão a mesma resulta em 0,3935 ou 39,35%. Para o cenário de inverno o cálculo da mesma resulta em 0,3824 ou 38,24%.

4.6.1 Ponto de Equilíbrio Contábil

No ponto de equilíbrio contábil foi considerado todas as despesas fixas de cada período, verão e inverno, e a margem de contribuição na forma decimal deste, visto que, o ponto de equilíbrio contábil em reais é calculado através da divisão do valor das despesas fixas pela margem de contribuição em valor decimal, conforme descrito a baixo.

4.6.1.1 Ponto De Equilíbrio Contábil Do Cenário Verão

Fazendo o cálculo da divisão de R\$ 13.068,00 que representa o total das despesas fixas do período pela margem de contribuição em decimal, 0,3935, resultado da divisão do valor da margem de contribuição do período pela receita bruta do mesmo período; chega-se ao ponto de equilíbrio contábil para este cenário fixado em R\$ 33.210,29. A DRE a baixo justifica este cálculo.

Quadro 9 - DRE Ponto de equilíbrio Contábil do Cenário Verão

DRE Verão – 09/2016 a 02/2017		
=	Receita Bruta	R\$ 33.210,29
-	Impostos sobre Vendas	R\$ 896,68
=	Receita Líquida	R\$ 32.313,61
-	Custo Variável	R\$ 19.245,61
=	Margem de Contribuição	R\$ 13.068,00
-	Despesas Fixas	R\$ 13.068,00
=	Lucro Líquido	R\$ 0,00
%	Margem Líquida	0,00%

Fonte: Dados primários (2017).

Verificando o quadro 9, o mesmo comprova que a empresa necessita vender R\$ 33.210,29 no cenário de verão para atingir o ponto de equilíbrio, onde cumpre com suas obrigações e fica com um lucro zero.

4.6.1.2 Ponto De Equilíbrio Contábil Do Cenário Inverno

Fazendo o cálculo da divisão de R\$ 13.068,00 que representa o total das despesas fixas do período pela margem de contribuição em decimal do período, fixada em 0,3824, resultado da divisão da margem de contribuição do período pelo valor da receita bruta do mesmo; chega-se ao ponto de equilíbrio contábil para este cenário, fixado em R\$ 34.176,22. A DRE a baixo justificará este cálculo.

Quadro 10 - DRE Ponto de equilíbrio contábil do cenário inverno

DRE Inverno – 03/2017 a 08/2017		
=	Receita Bruta	R\$ 34.176,22
-	Impostos sobre Vendas	R\$ 922,76
=	Receita Líquida	R\$ 33.253,46
-	Custo Variável	R\$ 20.185,46
=	Margem de Contribuição	R\$ 13.068,00
-	Despesas Fixas	R\$ 13.068,00
=	Lucro Líquido	R\$ 0,00
%	Margem Líquida	0,00%

Fonte: Dados primários (2017).

Analisando o quadro 10, comprova-se o cálculo descrito a cima, se a empresa comercializar no cenário de inverno R\$ 34.176,22, chegará ao ponto de equilíbrio, onde pagará suas obrigações e não terá lucro.

4.6.2 Ponto de Equilíbrio Financeiro

No ponto de equilíbrio financeiro é aonde são somadas somente as despesas que de fato oneram a empresa para dividir pela margem de contribuição em decimal e chegar ao ponto de equilíbrio financeiro em reais.

4.6.2.1 Ponto de Equilíbrio Financeiro do Cenário Verão

Analisando o quadro 3, no item 4.4.1 deste capítulo, percebe-se que a única conta que de fato não onera a empresa, como na maioria destas é o valor gasto com depreciações. Através do cálculo do valor que a empresa possui a depreciar e o tempo de vida útil que estes possuem, chegou-se ao valor de R\$ 100,00. Como os cenários projetados são de seis meses, o valor total de depreciação do período é de R\$ 600,00.

Para o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro do cenário de verão foi deduzido este valor do total das despesas, resultado em R\$ 12.468,00 e dividido pela margem de contribuição em decimal do período, fixada em 0,3935 que resultou no ponto de equilíbrio financeiro para o cenário de verão com o total de R\$ 31.685,48, valor este que a empresa deverá comercializar no cenário de verão para poder cumprir com todas suas obrigações a pagar, pois neste cálculo estão inclusas somente as contas que de fato oneram a empresa. O quadro a baixo justificará este cálculo.

Quadro 11 - DRE Ponto de equilíbrio financeiro do cenário verão

DRE Verão – 09/2016 a 02/2017		
=	Receita Bruta	R\$ 31.685,48
-	Impostos sobre Vendas	R\$ 855,51
=	Receita Líquida	R\$ 30.829,97
-	Custo Variável	R\$ 18.361,97
=	Margem de Contribuição	R\$ 12.468,00
-	Despesas Fixas	R\$ 12.468,00
=	Lucro Líquido	R\$ 0,00
%	Margem Líquida	0,00%

Fonte: Dados primários (2017).

Interpretando o quadro 11, é comprovado que se a empresa no cenário de inverno comercializar R\$ 31.685,48, a mesma cumprirá com suas obrigações em dia e não terá lucro, sendo este o ponto de equilíbrio, visto que neste cálculo são consideradas somente as despesas que de fato oneram a empresa.

4.6.2.2 Ponto de Equilíbrio Financeiro do Cenário Inverno

Da mesma maneira que no item anterior, o valor que deverá ser descontado da soma de despesas totais do período da Comercial Belmar, é o valor gasto com depreciações, valor este

fixado em R\$ 600,00 do total do período visto que são R\$ 100,00 mensais e o período em questão é de seis meses.

Portanto, da mesma forma que anteriormente, o valor total de despesas do período foi de R\$ 12.468,00 e a margem de contribuição em decimal ficou fixada em 0,3824. Com estes dados foi possível calcular o ponto de equilíbrio financeiro para o cenário de inverno que ficou fixado com o valor de R\$ 32.607,07, sendo este o valor que a empresa deverá comercializar no inverno para poder cumprir com todas suas obrigações financeiras, como prova o quadro a baixo.

Quadro 12 - DRE Ponto de equilíbrio financeiro do cenário inverno

DRE Inverno – 03/2017 a 08/2017		
=	Receita Bruta	R\$ 32.607,07
-	Impostos sobre Vendas	R\$ 880,39
=	Receita Líquida	R\$ 31.726,68
-	Custo Variável	R\$ 19.258,68
=	Margem de Contribuição	R\$ 12.468,00
-	Despesas Fixas	R\$ 12.468,00
=	Lucro Líquido	R\$ 0,00
%	Margem Líquida	0,00%

Fonte: Dados primários (2017).

Conforme o quadro 12, está comprovado que se a empresa comercializar durante o cenário de inverno R\$ 32.607,07, a mesma será capaz de cumprir com suas obrigações em dia e ficar com um lucro zero, denominado de ponto de equilíbrio, onde neste cálculo são consideradas somente as despesas que de fato oneram a empresa neste período.

4.6.3 Ponto de Equilíbrio Econômico

No ponto de equilíbrio econômico é onde está somado as despesas fixas totais do período o valor que a empresa deseja obter de lucro líquido no período para que esta soma seja dividida pela margem de contribuição em decimal do período desejado e então chegar ao ponto de equilíbrio econômico, sendo que este é o ponto em que a empresa cobre todos os seus custos e despesas e ainda tem o lucro líquido desejado.

4.6.3.1 Ponto de Equilíbrio Econômico do cenário Verão

Conforme descrito no quadro 9, as despesas totais do período ficaram fixadas em R\$ 13.068,00. Para o cálculo do ponto de equilíbrio econômico, deve ser somado a este valor o montante de lucro líquido que a empresa deseja. Em contato com a empresa, a proprietária nos informou que deseja que a empresa possua anualmente um lucro líquido de R\$ 18.400,00. Este valor foi dividido conforme cada cenário representa do total descrito no item 4.6 deste capítulo na análise do DRE, onde cabe ao cenário verão 47,66% do total, sendo este valor expresso em reais resulta em R\$ 8.769,38.

Portanto, somando o valor das despesas de R\$ 13.068,00 com o lucro desejado de R\$ 8.769,68, chegasse ao total de R\$ 21.837,38, sendo que este dividido pela margem de contribuição decimal do período fixada em 0,3935, forma o ponto de equilíbrio econômico para o cenário de verão com o valor de R\$55.496,30, sendo este o valor que a empresa deverá comercializar para que consiga cobrir com todas as suas obrigações e ainda obter o lucro líquido desejado neste período. A DRE a baixo comprova o cálculo.

Quadro 13 - DRE Ponto de equilíbrio econômico do cenário de verão

	DRE 09/2017 a 02/2018	Total Verão
=	Receita Bruta	R\$ 55.496,30
-	Impostos sobre vendas	R\$ 1.498,40
=	Receita Líquida	R\$ 53.997,90
-	Custo Variável	R\$ 32.116,40
=	Margem de Contribuição	R\$ 21.881,50
-	Despesas Fixas	R\$ 13.068,00
=	Lucro Líquido	R\$ 8.813,50
%	Margem Líquida	15,88%

Fonte: Dados primários (2017).

Conforme o quadro 13, para este cenário, as despesas fixas, como já mencionado, poderão ser mantidas no mesmo valor, visto que a estrutura física suporta este aumento. Como não será alterado o preço de venda, cada produto continuará com sua margem de contribuição atual, sendo assim, para a empresa atingir o ponto de equilíbrio econômico no cenário de verão deverá vender R\$ 55.496,30, com isso terá uma margem de contribuição de R\$ 21.881,50, visto que os custos variáveis terão um aumento na mesma proporção que as vendas, chegando a um lucro líquido de R\$8.813,50 neste período, sendo 15,88% do total.

Se levarmos em conta o valor do lucro líquido utilizado para o cálculo do ponto de equilíbrio econômico, vê-se que o valor do lucro líquido está R\$ 44,12 maior. Esta variação se

dá em função que no quadro 5 não foi considerado descontos que a empresa poderá conceder aos clientes como ocorreu no ano de 2017.

4.6.3.2 Ponto de Equilíbrio Econômico do cenário Inverno

Da mesma forma que o item anterior, as despesas totais do período, conforme descrito no quadro 10, somaram a quantia de R\$ 13.068,00. De modo que neste cálculo deve ser somado a este valor o lucro líquido desejado; pela porcentagem de participação deste cenário conforme descrito na análise do DRE no item 4.6 deste capítulo, restou para este cenário 52,34%, o que corresponde a R\$ 9.630,62, visto que a empresa deseja um lucro de R\$ 18.400,00 ao final dos dois cenários.

Somando os valores, temos o total de R\$ 22.698,62, este que foi dividido pela margem de contribuição decimal fixada em 0,3824 resultou no ponto de equilíbrio econômico para este período com o valor de R\$ 59.362,81, valor que trará a empresa o cumprimento de todas suas obrigações e o lucro líquido desejado no cenário de inverno. O quadro a baixo comprova o cálculo.

Quadro 14 - DRE Ponto de Equilíbrio Econômico do Cenário de Inverno

	DRE 03/2017 a 08/2018	Total Inverno
=	Receita Bruta	R\$ 59.362,81
-	Impostos sobre vendas	R\$ 1.602,80
=	Receita Líquida	R\$ 57.760,01
-	Custo Variável	R\$ 35.007,59
=	Margem de Contribuição	R\$ 22.752,42
-	Despesas Fixas	R\$ 13.068,00
=	Lucro Líquido	R\$ 9.684,42
%	Margem Líquida	16,31%

Fonte: Dados primários.

Verificando o quadro 14, para este cenário as despesas fixas, como já mencionado, poderão ser mantidas no mesmo valor, visto que a estrutura física suporta este aumento. Como não será alterado o preço de venda, cada produto continuará com sua margem de contribuição atual, sendo assim, para a empresa atingir o ponto de equilíbrio econômico no cenário de verão deverá vender R\$ 59.362,81, com isso terá uma margem de contribuição de R\$ 22.752,42, visto que os custos variáveis terão um aumento na mesma proporção que as vendas, chegando a um lucro líquido de R\$9.684,42 neste período, sendo 16,31% do total.

Do mesmo modo que no cenário anterior, se levado em consideração o valor de R\$ 9.630,62 como lucro líquido desejado para o período, utilizado para calcular o ponto de equilíbrio econômico, o valor de lucro líquido no quadro 14 está R\$ 53,80 maior devido que neste não foi considerado os descontos que a empresa poderá conceder a seus clientes como concedeu em 2017.

4.7 PROJEÇÃO DE VENDAS

A baixo apresentamos a projeção de aumento de vendas para os dois cenários que a empresa trabalha conforme os valores encontrados no ponto de equilíbrio econômico de cada cenário.

4.7.1 Projeção de Vendas do Cenário Verão

Conforme o resultado do ponto de equilíbrio econômico estar em R\$ 55.496,30 e a empresa no último cenário de verão ter faturado R\$ 53.173,50, realizou-se as projeções de vendas necessárias por classe de produtos conforme o mix de produtos para o período para que seja atingido o valor de vendas de R\$ 55.496,30, valor este do ponto de equilíbrio econômico que cobre com todos os custos e despesas e ainda traz a empresa a margem de lucro desejada.

O quadro a baixo mostra a projeção de vendas para o cenário.

Quadro 15 - Projeção de vendas por classe no cenário de verão

Classe	Faturamento	% do Total	Faturamento Projetado	Crescimento Venda
Bebê	R\$ 3.452,10	6,49%	R\$ 3.602,90	4,37%
Feminina	R\$ 11.648,70	21,91%	R\$ 12.157,56	4,37%
Masculino	R\$ 15.181,70	28,55%	R\$ 15.844,89	4,37%
Menina	R\$ 11.511,20	21,65%	R\$ 12.014,05	4,37%
Menino	R\$ 11.379,80	21,40%	R\$ 11.876,91	4,37%
Total	53.173,50	100,00%	R\$ 55.496,30	4,37%

Fonte: Dados primários (2017).

Verificando o quadro 15, as vendas deverão crescer igualmente para todas as classes, levando em consideração o percentual de representatividade de cada uma delas. Com isso, para a empresa chegar a margem líquida desejada no período a mesma deverá ter um crescimento no cenário de verão de 4,37% nas vendas, visto que as despesas fixas podem ser mantidas no mesmo valor uma vez que a estrutura física pode suportar este aumento e o preço de venda ser

mantido o mesmo, desta forma cada produto vendido irá continuar contribuindo na mesma porcentagem.

4.7.2 Projeção de Vendas do Cenário Inverno

Conforme o resultado do ponto de equilíbrio econômico estar em R\$ 59.362,81 e a empresa no último cenário de verão ter faturado R\$ 56.739,20, realizou-se as projeções de vendas necessárias por mix de produtos para o período para que seja atingido o valor de vendas de R\$ 59.362,81, valor este do ponto de equilíbrio econômico que cobre com todos os custos e despesas e ainda traz a empresa a margem de lucro desejada. O quadro a baixo mostra a projeção de vendas para o cenário.

Quadro 16 - Projeção de Vendas por Classe do Cenário de Inverno

Classe	Faturamento	% do Total	Faturamento Projetado	Cresc. Venda
Bebê	R\$ 3.209,70	5,66%	R\$ 3.358,12	4,62%
Feminina	R\$ 16.945,30	29,87%	R\$ 17.728,85	4,62%
Masculino	R\$ 23.378,60	41,20%	R\$ 24.459,62	4,62%
Menina	R\$ 5.458,20	9,62%	R\$ 5.710,59	4,62%
Menino	R\$ 7.747,40	13,65%	R\$ 8.105,64	4,62%
Total	R\$ 56.739,20	100,00%	R\$ 59.362,81	4,62%

Fonte: Dados primários (2017).

Analisando o quadro 16, as vendas deverão crescer igualmente para todas as classes, levando em consideração o percentual de representatividade de cada uma delas. Com isso, para a empresa chegar a margem líquida desejada no período a mesma deverá ter um crescimento no cenário de verão de 4,62% nas vendas, visto que as despesas fixas podem ser mantidas no mesmo valor uma vez que a estrutura física pode suportar este aumento e o preço de venda ser mantido o mesmo, desta forma cada produto vendido irá continuar contribuindo na mesma porcentagem.

4.7.3 DRE Projetado

Compilando os resultados obtidos a cima com as projeções de vendas dos dois cenários, foi possível demonstrar a baixo a DRE projetada com os totais dos dois cenários e o total de projeção de vendas de setembro de 2017 até agosto de 2018 para o atingimento da margem líquida desejada pela empresa como mostra o quadro a baixo.

Quadro 17 - DRE Projetada

	DRE 09/2017 a 08/2018	Total Verão	Total Inverno	Total
=	Receita Bruta	R\$ 55.496,30	R\$ 59.362,81	R\$ 114.859,11
-	Impostos sobre vendas	R\$ 1.498,40	R\$ 1.602,80	R\$ 3.101,20
=	Receita Líquida	R\$ 53.997,90	R\$ 57.760,01	R\$ 111.757,91
-	Custo Variável	R\$ 32.116,40	R\$ 35.007,59	R\$ 67.123,99
=	Margem de Contribuição	R\$ 21.881,50	R\$ 22.752,42	R\$ 44.633,93
-	Despesas Fixas	R\$ 13.068,00	R\$ 13.068,00	R\$ 26.136,00
=	Lucro Líquido	R\$ 8.813,50	R\$ 9.684,42	R\$ 18.497,93
%	Margem Líquida	15,88%	16,31%	16,10%
%	Cres. Margem Líquida	12,59%	12,66%	12,63%

Fonte: Dados primários (2017).

Verificando os resultados, nota-se que para a empresa obter a margem líquida anual de R\$ 18.400,00 como deseja, a mesma deverá vender em 12 meses a quantia de R\$ 114.859,11, com isso, se não aplicar nenhum desconto sobre as vendas, terá uma margem líquida de R\$ 18.497,93, com um crescimento de 12,63% na margem líquida em relação aos últimos 12 meses e atingirá seu ponto de equilíbrio econômico.

4.8 MARGEM DE SEGURANÇA

Após ter sido calculado o valor das vendas dos períodos e os pontos de equilíbrio de cada cenário, foi possível calcular a margem de segurança que a empresa possui em cada um dos dois cenários criados, visto que a margem de segurança é o valor das vendas menos o ponto de equilíbrio dividido pelo valor das vendas. No presente trabalho utilizou-se o ponto de equilíbrio financeiro como base que considera somente o que de fato a empresa paga.

Com isso para o cenário de verão tem-se o valor de R\$ 53.102,99 de receitas, descontando os descontos concedidos como mostra o quadro 1, deste valor foi deduzido R\$ 31.685,48 resultado do ponto de equilíbrio financeiro e dividido pelos mesmos R\$ 53.102,99 valor das vendas líquidas do período; chegando ao valor da margem de segurança para o cenário de verão em 40,33%.

Para o cenário de inverno, tem-se o valor de R\$ 56.658,00 como receitas, já deduzido os descontos concedidos, valor este que foi deduzido o valor do ponto de equilíbrio financeiro do período, definido em R\$ 32.607,07 e dividido pelos mesmos R\$ 56.658,00 das vendas deste período, resultando assim na margem de segurança do cenário de inverno estipulada em 42,45% do valor das vendas.

4.9 PREÇO DE VENDA

Atualmente, o preço de venda da Comercial Belmar é formado com base no mercado local com avaliação da concorrência das duas empresas que fazem concorrência direta na venda de produtos semelhantes como já mencionado no começo deste capítulo.

Conforme os estudos realizados na empresa, ficou definido que será utilizado a ferramenta Mark-up para a formulação do preço de venda, tendo como base o preço de venda atualmente praticado, este será mantido, pois a empresa possui levando em consideração o mercado local que está inserida, o preço de venda baseado na concorrência. Para o atingimento do lucro líquido desejado, a mesma deverá ter um pequeno aumento nas vendas como foi demonstrado na projeção a cima. Desta forma, o preço de venda poderá ser mantido o mesmo e somente a quantidade vendida deverá ser alterada para o atingimento do lucro líquido desejado. O quadro a baixo mostra o preço de venda através do Mark-up multiplicador e divisor, mantendo o mesmo preço praticado atualmente, por isso, cada produto possui sua taxa de Mark-up baseada no preço de venda atual.

Quadro 18 - Preço de venda pelo Mark-up

Cód.	Descrição do Produto	Grupo	Preço de Venda	Imposto	Custo Variável	MC	Taxa de Mark-up Multiplicador	Taxa de Mark-up Divisor
1	Calça Jeans	Masculino	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 112,78	R\$ 52,53	1,45	0,69
2	Calça Social	Masculino	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 49,02	R\$ 43,32	1,84	0,54
3	Calça Abrigo	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 30,40	R\$ 23,02	1,72	0,58
4	Calça Apeluciada	Masculino	R\$ 71,90	R\$ 1,94	R\$ 43,37	R\$ 26,59	1,59	0,63
5	Camisa Social	Masculino	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 75,89	R\$ 40,77	1,52	0,66
6	Camisa Polo Manga Longa	Masculino	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 59,69	R\$ 37,51	1,60	0,62
7	Camisa Polo Manga Curta	Masculino	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,38	R\$ 25,90	1,76	0,57
8	Camiseta Manga Curta	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 29,44	R\$ 23,97	1,78	0,56
9	Camiseta Manga Longa	Masculino	R\$ 62,90	R\$ 1,70	R\$ 37,94	R\$ 23,26	1,59	0,63
10	Blusa Moletom	Masculino	R\$ 159,90	R\$ 4,32	R\$ 95,57	R\$ 60,01	1,60	0,62
...								
88	Bermuda Abrigo Feminina	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 0,81	R\$ 17,30	R\$ 11,79	1,65	0,61

Fonte: Dados primários (2017).

Analisando o quadro 18, vê-se que para calcular o preço de venda pelo mark-up multiplicador basta somar o valor do custo variável ao imposto do item e multiplicar pela taxa encontrada. É necessário lembrar que no presente estudo o valor encontrado será o preço de venda que a empresa pratica atualmente, pois conforme já descrito, este será mantido o mesmo, pois, foi realizada a projeção de aumento de vendas necessárias para atingir os pontos de equilíbrio de cada cenário, mantendo-se o mesmo preço de venda e conseqüentemente a mesma margem de contribuição.

Para o cálculo do preço de venda pelo mark-up divisor, basta somar o custo variável e o valor do imposto de cada item e dividir pela taxa de mark-up encontrada que resultará no preço de venda que a empresa pratica atualmente pelo mesmo fator que foi citado no parágrafo a cima onde o mesmo será mantido constante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente nosso país conta com um grande número de pequenas empresas, a maioria delas não contam com estudos sobre a gestão dos custos na comercialização dos produtos. Com isso viu-se a necessidade do presente estudo realizado na Comercial Belmar LTDA que teve como principais objetivos a definição de um método de custeio adequado a atividade da empresa; a identificação de todos os gastos, sejam custos ou despesas incorridos na comercialização dos artigos do vestuário que a empresa vende; a margem de contribuição de cada produto e por mix de produto; os pontos de equilíbrio; a projeção de vendas a partir do lucro líquido desejado e a formulação do preço de venda através de uma ferramenta.

Após o termino dos estudos, ficou estabelecido que o método de custeio variável ou direto é o mais adequado para as empresas do ramo comercial, visto que este considera os custos variáveis aos produtos e lança as despesas fixas para o resultado do período.

Com o método de custeio definido, pode-se identificar as despesas fixas mensais que somaram um total de R\$ 2.178,00. Os custos variáveis, além do CMV, possuem a diferença de alíquota de ICMS interestadual, e, como a empresa compra todos seus produtos em Santa Catarina, 6% sobre o valor das compras. Outro custo variável identificado foram os concertos nas peças que necessitam ajuste, onde a empresa oferece gratuitamente para os clientes. Este representou 1% do preço de venda de cada produto. O último custo variável identificado foi a inadimplência, que representa 0,5% do preço de venda dos produtos.

Com o preço de venda identificado de todos os produtos e os custos neles incorridos, calculou-se a margem de contribuição de cada produto, e por mix de produto, onde a classe Bebê possui uma média de margem de contribuição de 38,23%; a classe Feminina de 38,91%, a classe Masculino de 38,86%; a classe Menina de 38,80% e a classe Menino que apresentou a maior margem de contribuição de 40,20%. Realizando o cálculo da média das classes pode-se dizer que a média da margem de contribuição da empresa em estudo está em 39,00%.

No decorrer do estudo foi estruturado o DRE de setembro de 2016 a agosto de 2017, neste é mostrado que a empresa paga 2,7% sobre o faturamento de impostos por estar enquadrada na faixa mínima do Simples Nacional e identificado que neste período a empresa teve um lucro líquido de R\$ 16.424,01. Com este desenvolvido e dividido nos dois cenários que a empresa trabalha, foi possível a realização do cálculo dos pontos de equilíbrio. Os pontos de equilíbrio contábil ficaram em R\$ 33.210,29 para o cenário de verão e 34.176,22 para o cenário de inverno. Na sequência os pontos de equilíbrio financeiros resultaram em R\$ 31.685,48 no verão e R\$ 32.607,07 no inverno. Os pontos de equilíbrio econômicos, que mostram o quanto

a empresa precisa vender para atingir o lucro líquido desejado resultaram em R\$ 55.496,30 no cenário de verão e R\$ 59.362,81 no cenário de inverno.

Devido a empresa ter faturado nos últimos 12 meses valores menos a essas quantias, foi realizada a projeção de vendas necessárias em cada cenário para chegar ao ponto de equilíbrio econômico e conseqüentemente ao lucro líquido desejado. Projetou-se o aumento de valores em cada classe do mix de produto e viu-se que para o cenário de verão o aumento necessário nas vendas é de 4,37%. Da mesma forma, foram feitas as mesmas projeções para o cenário de inverno e concluiu-se que o aumento necessário nas vendas é de 4,62%.

Ainda, mesmo que não fosse objetivo específico deste trabalho, foi calculada a margem de segurança, que para o cenário de verão ficou em 40,33% e para o cenário de inverno em 42,45%.

Para finalizar, o preço de venda foi calculado através da ferramenta de Mark-up, tanto na forma de Mark-up divisor como na forma de Mark-up multiplicador. Como descrito no trabalho o preço de venda teve como base o preço de venda atual praticado pela empresa, visto que este não foi alterado, somente a quantidade vendida para atingir o lucro líquido deseja, obtendo a mesma margem de contribuição.

Fazendo-se uma análise geral dos resultados obtidos, conclui-se que a empresa está com seus custos dentro dos padrões, possui boas margens de contribuição e está bem próximo do retorno anual esperado pela proprietária, basta um leve aumento nas vendas e o lucro líquido desejado será atingido.

Como sugestão para trabalhos futuros, pode ser feito um estudo na presente empresa, sobre suas contas à pagar e à receber, seus prazos médios, o resultado de cada produto e especificamente na necessidade líquida de capital de giro para entender se a empresa está concedendo bastante prazo para seus clientes, comprometendo sua saúde financeira, estudar soluções para minimizar ao máximo a inadimplência, com isso receber antecipadamente de seus clientes para depois pagar os fornecedores e remunerar o capital de giro da mesma.

Diante disso, espera-se que este trabalho possa ter contribuído para que a empresa entenda onde são seus maiores gastos, qual suas margens de lucro atuais, visto que muitas empresas gostariam de ter a oportunidade de ter seus resultados estudados por estudos acadêmicos, melhorando assim sua saúde financeira e a gestão por parte dos sócios.

REFERÊNCIAS

ASSAF Neto, Alexandre; LIMA Fabiano G. **Curso de Administração Financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. [Minha Biblioteca].

BORNIA, Antônio C. **Análise Gerencial de Custos: aplicação em empresas modernas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010. [Minha Biblioteca].

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão Financeira** uma abordagem introdutória. 3. ed. Barueri: Manole, 2014. [Minha Biblioteca].

COUTO, Vivian D.; FABIANO, Darks; RIBEIRO, Kárem C de S. Gestão Financeira de Curto Prazo: uma análise de comportamento das empresas do Ibovespa em resposta à crise econômica. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro: v. 16, n. 3, p. 46 – p. 64, 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/resultadobusca/?eou%5B%5D=&tipo_busca=simples&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=gest%C3%A3o+financeira&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=&eou%5B%5D=E&campo%5B%5D=TITULO&texto%5B%5D=&mes_inicio=&ano_inicio=&mes_fim=&ano_fim=>>. Acesso em: 10 maio 2017.

DIEHL, Astor A.; TATIM, Denise C. **Pesquisa em ciência sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004 [Biblioteca Virtual Pearson].

FREZATTI, Fábio. **Gestão do Fluxo de Caixa: perspectiva estratégica e tática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014. [Minha Biblioteca].

GRIFFIN, Michael P. **Contabilidade e finanças**. Tradução: Giovanna Matte, Giuliana Castorino. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. [Minha Biblioteca].

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária: Matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial**. 12. ed. São Paulo: Atlas 2017. [Minha Biblioteca].

IUDÍCIBUS, Sergio de; MARION José C. **Contabilidade Comercial**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

LEONE, George S. G.; LEONE, Rodrigo J. G. **Curso de Contabilidade de Custos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010. [Minha Biblioteca].

MARCONI, Maria de A.; LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010 [Minha Biblioteca].

MARION, José C. **Análise das demonstrações contábeis: contabilidade empresarial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012. [Minha Biblioteca].

MARION, José C.; IUDÍCIBUS, Sergio De. **Curso de contabilidade para não contadores**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011. [Minha Biblioteca].

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. [Minha Biblioteca].

MEGLIORINI, Evandir. **Administração Financeira**. 1. ed. São Paulo: Pearson, 2012. [Biblioteca virtual Pearson].

MORANTE, Antônio S., JORGE, Fauzi T., **Administração financeira: decisões de curto prazo, indicadores de desempenho**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012. [Minha Biblioteca].

PADOVEZE, Clóvis L. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil**. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2010. [Minha Biblioteca].

RIBEIRO, Osni M. **Contabilidade de Custos Fácil**. 8. ed. São Paulo, Saraiva: 2013. [Minha Biblioteca].

ROCHA, Welington; MARTINS, Eliseu. **Métodos de custeio comparados: custos e margens analisados sob diferentes perspectivas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2015. [Minha Biblioteca].

ROESCH, Sylvia M. A. **Projetos de estágio e pesquisa em administração: guias para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2013 [Minha Biblioteca].

ROSS Sthepem A. [et al.]. **Administração Financeira**. Tradução: Evelyn Tesche [et al.]. 10. ed. Porto Alegre: AMGH, 2015. [Minha Biblioteca].

SILVA, Edson C. Da. **Como administrar o fluxo de caixa das empresas: guia de sobrevivência empresarial**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2016. [Minha Biblioteca].

SILVA, Edson C. Da. **Introdução a Administração Financeira: uma nova visão econômica e financeira para a gestão de negócios das pequenas e médias empresas**. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2009. [Minha Biblioteca].

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2005. [Minha Biblioteca].

ANEXO 1 - PRODUTOS COM CUSTO VARIÁVEL

Cód.	Descrição do Produto	Grupo	CMV	Alíquota ICMS	Consertos	Inadimplência	Custo Variável
1	Calça Jeans	Masculino	R\$ 103,99	R\$ 6,24	R\$ 1,70	R\$ 0,85	R\$ 112,78
2	Calça Social	Masculino	R\$ 44,90	R\$ 2,69	R\$ 0,95	R\$ 0,47	R\$ 49,02
3	Calça Abrigo	Masculino	R\$ 27,90	R\$ 1,67	R\$ 0,55	R\$ 0,27	R\$ 30,40
4	Calça Apeluçada	Masculino	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,72	R\$ 0,36	R\$ 43,37
5	Camisa Social	Masculino	R\$ 69,90	R\$ 4,19	R\$ 1,20	R\$ 0,60	R\$ 75,89
6	Camisa Polo Manga Longa	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 3,29	R\$ 1,00	R\$ 0,50	R\$ 59,69
7	Camisa Polo Manga Curta	Masculino	R\$ 29,70	R\$ 1,78	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 32,38
8	Camiseta Manga Curta	Masculino	R\$ 27,00	R\$ 1,62	R\$ 0,55	R\$ 0,27	R\$ 29,44
9	Camiseta Manga Longa	Masculino	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,63	R\$ 0,31	R\$ 37,94
10	Blusa Moletom	Masculino	R\$ 87,90	R\$ 5,27	R\$ 1,60	R\$ 0,80	R\$ 95,57
11	Blusa Lã	Masculino	R\$ 55,90	R\$ 3,35	R\$ 1,05	R\$ 0,52	R\$ 60,83
12	Jaqueta Microfibra	Masculino	R\$ 114,90	R\$ 6,89	R\$ 2,00	R\$ 1,00	R\$ 124,79
13	Bermuda Jeans	Masculino	R\$ 69,90	R\$ 4,19	R\$ 1,40	R\$ 0,70	R\$ 76,19
14	Bermuda Abrigo	Masculino	R\$ 22,50	R\$ 1,35	R\$ 0,45	R\$ 0,22	R\$ 24,52
15	Pijama Inverno	Masculino	R\$ 59,90	R\$ 3,59	R\$ 1,05	R\$ 0,52	R\$ 65,07
16	Pijama Verão	Masculino	R\$ 44,90	R\$ 2,69	R\$ 0,83	R\$ 0,41	R\$ 48,84
17	Calça Jeans	Feminina	R\$ 97,90	R\$ 5,87	R\$ 1,70	R\$ 0,85	R\$ 106,32
18	Calça Malha Senhora	Feminina	R\$ 44,90	R\$ 2,69	R\$ 0,77	R\$ 0,38	R\$ 48,75
19	Calça Leeguy	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,80	R\$ 0,40	R\$ 43,49
20	Blusinha Básica Manga Longa	Feminina	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
21	Blusinha Festa Manga Longa	Feminina	R\$ 59,90	R\$ 3,59	R\$ 1,20	R\$ 0,60	R\$ 65,29
22	Básica Lã	Feminina	R\$ 54,90	R\$ 3,29	R\$ 0,95	R\$ 0,47	R\$ 59,62
23	Blusa Lã	Feminina	R\$ 81,50	R\$ 4,89	R\$ 1,40	R\$ 0,70	R\$ 88,49
24	Blusa Moletom	Feminina	R\$ 79,90	R\$ 4,79	R\$ 1,40	R\$ 0,70	R\$ 86,79
25	Casaco Moletom	Feminina	R\$ 89,90	R\$ 5,39	R\$ 1,90	R\$ 0,95	R\$ 98,14
26	Jaqueta Microfibra	Feminina	R\$ 112,90	R\$ 6,77	R\$ 2,00	R\$ 1,00	R\$ 122,67
27	Colete Microfibra	Feminina	R\$ 69,90	R\$ 4,19	R\$ 1,37	R\$ 0,68	R\$ 76,15
28	Regata Básica	Feminina	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
29	Blusinha Básica Manga Curta	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,70	R\$ 0,35	R\$ 43,34
30	Blusinha Festa Manga Curta	Feminina	R\$ 59,90	R\$ 3,59	R\$ 1,10	R\$ 0,55	R\$ 65,14
31	Vestido Básico	Feminina	R\$ 49,90	R\$ 2,99	R\$ 0,90	R\$ 0,45	R\$ 54,24
32	Vestido Festa	Feminina	R\$ 89,90	R\$ 5,39	R\$ 1,70	R\$ 0,85	R\$ 97,84
33	Bermuda Jeans	Feminina	R\$ 69,90	R\$ 4,19	R\$ 1,30	R\$ 0,65	R\$ 76,04
34	Bermuda Malha	Feminina	R\$ 21,90	R\$ 1,31	R\$ 0,38	R\$ 0,19	R\$ 23,78
35	Pijama Inverno	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,83	R\$ 0,41	R\$ 43,54
36	Pijama Verão	Feminina	R\$ 29,90	R\$ 1,79	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 32,59
37	Calça Jeans Juvenil	Menino	R\$ 54,90	R\$ 3,29	R\$ 1,00	R\$ 0,50	R\$ 59,69
38	Calça Jeans Infantil	Menino	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,80	R\$ 0,40	R\$ 43,49

39	Calça Abrigo Juvenil	Menino	R\$ 29,90	R\$ 1,79	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 32,59
40	Calça Abrigo Infantil	Menino	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
41	Camiseta e Gola Polo Juvenil Manga Longa	Menino	R\$ 24,90	R\$ 1,49	R\$ 0,46	R\$ 0,23	R\$ 27,08
42	Camiseta e Gola Polo Infantil Manga Longa	Menino	R\$ 21,90	R\$ 1,31	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 23,81
43	Blusa Moletom Juvenil	Menino	R\$ 45,90	R\$ 2,75	R\$ 0,90	R\$ 0,45	R\$ 50,00
44	Blusa Moletom Infantil	Menino	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,70	R\$ 0,35	R\$ 38,04
45	Jaqueta Microfibra Juvenil	Menino	R\$ 69,90	R\$ 4,19	R\$ 1,20	R\$ 0,60	R\$ 75,89
46	Jaqueta Microfibra Infantil	Menino	R\$ 45,90	R\$ 2,75	R\$ 0,95	R\$ 0,47	R\$ 50,08
47	Básica Apeluçada Juvenil	Menino	R\$ 24,90	R\$ 1,49	R\$ 0,45	R\$ 0,22	R\$ 27,07
49	Camiseta e Gola Polo Juvenil Manga Curta	Menino	R\$ 24,90	R\$ 1,49	R\$ 0,50	R\$ 0,25	R\$ 27,14
50	Camiseta e Gola Polo Infantil Manga Curta	Menino	R\$ 21,90	R\$ 1,31	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 23,81
51	Bermuda Jeans Juvenil	Menino	R\$ 45,90	R\$ 2,75	R\$ 0,90	R\$ 0,45	R\$ 50,00
52	Bermuda Jeans Infantil	Menino	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,70	R\$ 0,35	R\$ 43,34
53	Bermuda Abrigo Juvenil	Menino	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
54	Bermuda Tactel Infantil	Menino	R\$ 17,90	R\$ 1,07	R\$ 0,28	R\$ 0,14	R\$ 19,39
55	Pijama Inverno	Menino	R\$ 24,90	R\$ 1,49	R\$ 0,55	R\$ 0,27	R\$ 27,22
56	Pijama Verão	Menino	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
48	Básica Apeluçada Infantil	Menina	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
57	Calça Jeans Juvenil	Menina	R\$ 55,90	R\$ 3,35	R\$ 1,10	R\$ 0,55	R\$ 60,90
58	Calça Jeans Infantil	Menina	R\$ 42,90	R\$ 2,57	R\$ 0,80	R\$ 0,40	R\$ 46,67
59	Calça Leeguy Inverno Juvenil	Menina	R\$ 35,90	R\$ 2,15	R\$ 0,65	R\$ 0,32	R\$ 39,03
60	Calça Leeguy Inverno Infantil	Menina	R\$ 25,90	R\$ 1,55	R\$ 0,50	R\$ 0,25	R\$ 28,20
61	Calça Leeguy Verão Juvenil	Menina	R\$ 24,90	R\$ 1,49	R\$ 0,50	R\$ 0,25	R\$ 27,14
62	Calça Leeguy Verão Infantil	Menina	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,35	R\$ 0,17	R\$ 21,62
63	Blusinha Juvenil Manga Longa	Menina	R\$ 29,90	R\$ 1,79	R\$ 0,55	R\$ 0,27	R\$ 32,52
64	Blusinha Infantil Manga Longa	Menina	R\$ 18,90	R\$ 1,13	R\$ 0,36	R\$ 0,18	R\$ 20,57
65	Blusa Moletom Juvenil	Menina	R\$ 59,90	R\$ 3,59	R\$ 1,20	R\$ 0,60	R\$ 65,29
66	Blusa Moletom Infantil	Menina	R\$ 39,90	R\$ 2,39	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 43,19
67	Blusinha Juvenil Manga Curta	Menina	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,66	R\$ 0,33	R\$ 37,98
68	Blusinha Infantil Manga Curta	Menina	R\$ 20,90	R\$ 1,25	R\$ 0,36	R\$ 0,18	R\$ 22,69
69	Bermuda Jeans Juvenil	Menina	R\$ 59,90	R\$ 3,59	R\$ 1,00	R\$ 0,50	R\$ 64,99
70	Bermuda Jeans Infantil	Menina	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,65	R\$ 0,32	R\$ 37,97
71	Bermuda Malha Juvenil	Menina	R\$ 29,90	R\$ 1,79	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 32,59
72	Bermuda Malha Infantil	Menina	R\$ 18,90	R\$ 1,13	R\$ 0,36	R\$ 0,18	R\$ 20,57
73	Vestido Infantil	Menina	R\$ 42,90	R\$ 2,57	R\$ 0,86	R\$ 0,43	R\$ 46,76
74	Pijama Inverno	Menina	R\$ 29,90	R\$ 1,79	R\$ 0,60	R\$ 0,30	R\$ 32,59
75	Pijama Verão	Menina	R\$ 25,90	R\$ 1,55	R\$ 0,50	R\$ 0,25	R\$ 28,20
76	Boris Unissex	Bebê	R\$ 14,90	R\$ 0,89	R\$ 0,29	R\$ 0,14	R\$ 16,23
77	Tip. Top Inverno Unissex	Bebê	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,70	R\$ 0,35	R\$ 38,04
78	Tip. Top Verão Unissex	Bebê	R\$ 19,90	R\$ 1,19	R\$ 0,40	R\$ 0,20	R\$ 21,69
79	Calça Abrigo Unissex	Bebê	R\$ 14,90	R\$ 0,89	R\$ 0,25	R\$ 0,12	R\$ 16,17

80	Camiseta Unisex	Bebê	R\$ 10,90	R\$ 0,65	R\$ 0,20	R\$ 0,10	R\$ 11,85
81	Conjunto Inverno Unisex	Bebê	R\$ 25,90	R\$ 1,55	R\$ 0,58	R\$ 0,29	R\$ 28,32
82	Bermuda Jeans Masculino	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 1,79	R\$ 0,50	R\$ 0,25	R\$ 32,44
83	Bermuda Abrigo Masculino	Bebê	R\$ 15,90	R\$ 0,95	R\$ 0,30	R\$ 0,15	R\$ 17,30
84	Calça Jeans Masculino	Bebê	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,65	R\$ 0,32	R\$ 37,97
85	Calça Jeans Feminina	Bebê	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,65	R\$ 0,32	R\$ 37,97
86	Calça Leeguy	Bebê	R\$ 14,90	R\$ 0,89	R\$ 0,29	R\$ 0,14	R\$ 16,23
87	Bermuda Jeans Feminina	Bebê	R\$ 34,90	R\$ 2,09	R\$ 0,50	R\$ 0,25	R\$ 37,74
88	Bermuda Abrigo Feminina	Bebê	R\$ 15,90	R\$ 0,95	R\$ 0,30	R\$ 0,15	R\$ 17,30

Fonte: Dados primários (2017).

ANEXO 2 - PRODUTOS COM MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Cód.	Descrição do Produto	Grupo	Preço de Venda	Imposto	Custo Variável	MC R\$	MC %
1	Calça Jeans	Masculino	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 112,78	R\$ 52,53	30,92%
2	Calça Social	Masculino	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 49,02	R\$ 43,32	45,65%
3	Calça Abrigo	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 30,40	R\$ 23,02	41,93%
4	Calça Apeluçada	Masculino	R\$ 71,90	R\$ 1,94	R\$ 43,37	R\$ 26,59	36,98%
5	Camisa Social	Masculino	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 75,89	R\$ 40,77	34,00%
6	Camisa Polo Manga Longa	Masculino	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 59,69	R\$ 37,51	37,55%
7	Camisa Polo Manga Curta	Masculino	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,38	R\$ 25,90	43,24%
8	Camiseta Manga Curta	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 29,44	R\$ 23,97	43,67%
9	Camiseta Manga Longa	Masculino	R\$ 62,90	R\$ 1,70	R\$ 37,94	R\$ 23,26	36,99%
10	Blusa Moletom	Masculino	R\$ 159,90	R\$ 4,32	R\$ 95,57	R\$ 60,01	37,53%
11	Blusa Lã	Masculino	R\$ 104,90	R\$ 2,83	R\$ 60,83	R\$ 41,24	39,31%
12	Jaqueta Microfibra	Masculino	R\$ 199,90	R\$ 5,40	R\$ 124,79	R\$ 69,71	34,87%
13	Bermuda Jeans	Masculino	R\$ 139,90	R\$ 3,78	R\$ 76,19	R\$ 59,93	42,84%
14	Bermuda Abrigo	Masculino	R\$ 44,90	R\$ 1,21	R\$ 24,52	R\$ 19,16	42,68%
15	Pijama Inverno	Masculino	R\$ 104,90	R\$ 2,83	R\$ 65,07	R\$ 37,00	35,27%
16	Pijama Verão	Masculino	R\$ 82,90	R\$ 2,24	R\$ 48,84	R\$ 31,82	38,39%
17	Calça Jeans	Feminina	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 106,32	R\$ 58,99	34,72%
18	Calça Malha Senhora	Feminina	R\$ 76,90	R\$ 2,08	R\$ 48,75	R\$ 26,08	33,91%
19	Calça Leeguy	Feminina	R\$ 79,90	R\$ 2,16	R\$ 43,49	R\$ 34,25	42,87%
20	Blusinha Básica Manga Longa	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%
21	Blusinha Festa Manga Longa	Feminina	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 65,29	R\$ 51,37	42,84%
22	Básica Lã	Feminina	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 59,62	R\$ 32,72	34,48%
23	Blusa Lã	Feminina	R\$ 139,90	R\$ 3,78	R\$ 88,49	R\$ 47,63	34,05%
24	Blusa Moletom	Feminina	R\$ 139,90	R\$ 3,78	R\$ 86,79	R\$ 49,33	35,26%
25	Casaco Moletom	Feminina	R\$ 189,90	R\$ 5,13	R\$ 98,14	R\$ 86,63	45,62%
26	Jaqueta Microfibra	Feminina	R\$ 199,90	R\$ 5,40	R\$ 122,67	R\$ 71,83	35,93%
27	Colete Microfibra	Feminina	R\$ 136,90	R\$ 3,70	R\$ 76,15	R\$ 57,06	41,68%
28	Regata Básica	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%
29	Blusinha Básica Manga Curta	Feminina	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 43,34	R\$ 24,67	35,29%
30	Blusinha Festa Manga Curta	Feminina	R\$ 109,90	R\$ 2,97	R\$ 65,14	R\$ 41,79	38,03%
31	Vestido Básico	Feminina	R\$ 89,90	R\$ 2,43	R\$ 54,24	R\$ 33,23	36,96%
32	Vestido Festa	Feminina	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 97,84	R\$ 67,47	39,71%
33	Bermuda Jeans	Feminina	R\$ 129,90	R\$ 3,51	R\$ 76,04	R\$ 50,35	38,76%
34	Bermuda Malha	Feminina	R\$ 37,90	R\$ 1,02	R\$ 23,78	R\$ 13,09	34,55%
35	Pijama Inverno	Feminina	R\$ 82,90	R\$ 2,24	R\$ 43,54	R\$ 37,12	44,78%
36	Pijama Verão	Feminina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	R\$ 25,69	42,89%
37	Calça Jeans Juvenil	Menino	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 59,69	R\$ 37,51	37,55%
38	Calça Jeans Infantil	Menino	R\$ 79,90	R\$ 2,16	R\$ 43,49	R\$ 34,25	42,87%
39	Calça Abrigo Juvenil	Menino	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	R\$ 25,69	42,89%
40	Calça Abrigo Infantil	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%

41	Camiseta e Gola Polo Juvenil Manga Longa	Menino	R\$ 45,90	R\$ 1,24	R\$ 27,08	R\$ 17,58	38,30%
42	Camiseta e Gola Polo Infantil Manga Longa	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 23,81	R\$ 15,01	37,62%
43	Blusa Moletom Juvenil	Menino	R\$ 89,90	R\$ 2,43	R\$ 50,00	R\$ 37,47	41,68%
44	Blusa Moletom Infantil	Menino	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 38,04	R\$ 29,97	42,88%
45	Jaqueta Microfibra Juvenil	Menino	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 75,89	R\$ 40,77	34,00%
46	Jaqueta Microfibra Infantil	Menino	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 50,08	R\$ 42,26	44,53%
47	Básica Apeluçada Juvenil	Menino	R\$ 44,90	R\$ 1,21	R\$ 27,07	R\$ 16,62	37,02%
49	Camiseta e Gola Polo Juvenil Manga Curta	Menino	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 27,14	R\$ 21,41	42,91%
50	Camiseta e Gola Polo Infantil Manga Curta	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 23,81	R\$ 15,01	37,62%
51	Bermuda Jeans Juvenil	Menino	R\$ 89,90	R\$ 2,43	R\$ 50,00	R\$ 37,47	41,68%
52	Bermuda Jeans Infantil	Menino	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 43,34	R\$ 24,67	35,29%
53	Bermuda Abrigo Juvenil	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%
54	Bermuda Tactel Infantil	Menino	R\$ 27,90	R\$ 0,75	R\$ 19,39	R\$ 7,75	27,79%
55	Pijama Inverno	Menino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 27,22	R\$ 26,20	47,72%
56	Pijama Verão	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%
48	Básica Apeluçada Infantil	Menina	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%
57	Calça Jeans Juvenil	Menina	R\$ 109,90	R\$ 2,97	R\$ 60,90	R\$ 46,03	41,88%
58	Calça Jeans Infantil	Menina	R\$ 79,90	R\$ 2,16	R\$ 46,67	R\$ 31,07	38,89%
59	Calça Leeguy Inverno Juvenil	Menina	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 39,03	R\$ 24,12	37,17%
60	Calça Leeguy Inverno Infantil	Menina	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 28,20	R\$ 20,35	40,78%
61	Calça Leeguy Verão Juvenil	Menina	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 27,14	R\$ 21,41	42,91%
62	Calça Leeguy Verão Infantil	Menina	R\$ 34,90	R\$ 0,94	R\$ 21,62	R\$ 12,34	35,36%
63	Blusinha Juvenil Manga Longa	Menina	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 32,52	R\$ 20,90	38,07%
64	Blusinha Infantil Manga Longa	Menina	R\$ 35,90	R\$ 0,97	R\$ 20,57	R\$ 14,36	39,99%
65	Blusa Moletom Juvenil	Menina	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 65,29	R\$ 51,37	42,84%
66	Blusa Moletom Infantil	Menina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 43,19	R\$ 15,09	25,19%
67	Blusinha Juvenil Manga Curta	Menina	R\$ 65,90	R\$ 1,78	R\$ 37,98	R\$ 26,14	39,66%
68	Blusinha Infantil Manga Curta	Menina	R\$ 35,90	R\$ 0,97	R\$ 22,69	R\$ 12,24	34,09%
69	Bermuda Jeans Juvenil	Menina	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 64,99	R\$ 32,21	32,24%
70	Bermuda Jeans Infantil	Menina	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 37,97	R\$ 25,18	38,80%
71	Bermuda Malha Juvenil	Menina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	R\$ 25,69	42,89%
72	Bermuda Malha Infantil	Menina	R\$ 35,90	R\$ 0,97	R\$ 20,57	R\$ 14,36	39,99%
73	Vestido Infantil	Menina	R\$ 85,90	R\$ 2,32	R\$ 46,76	R\$ 36,82	42,86%
74	Pijama Inverno	Menina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	R\$ 25,69	42,89%
75	Pijama Verão	Menina	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 28,20	R\$ 20,35	40,78%
76	Boris Unissex	Bebê	R\$ 28,90	R\$ 0,78	R\$ 16,23	R\$ 11,89	41,15%
77	Tip. Top Inverno Unissex	Bebê	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 38,04	R\$ 29,97	42,88%
78	Tip. Top Verão Unissex	Bebê	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	R\$ 17,13	42,93%
79	Calça Abrigo Unissex	Bebê	R\$ 19,90	R\$ 0,54	R\$ 16,17	R\$ 3,20	16,06%
80	Camiseta Unissex	Bebê	R\$ 24,90	R\$ 0,67	R\$ 11,85	R\$ 12,38	49,70%
81	Conjunto Inverno Unissex	Bebê	R\$ 57,90	R\$ 1,56	R\$ 28,32	R\$ 28,01	48,38%
82	Bermuda Jeans Masculino	Bebê	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 32,44	R\$ 16,11	32,28%
83	Bermuda Abrigo Masculino	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 0,81	R\$ 17,30	R\$ 11,79	39,43%

84	Calça Jeans Masculino	Bebê	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 37,97	R\$ 25,18	38,80%
85	Calça Jeans Feminina	Bebê	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 37,97	R\$ 25,18	38,80%
86	Calça Leeguy	Bebê	R\$ 28,90	R\$ 0,78	R\$ 16,23	R\$ 11,89	41,15%
87	Bermuda Jeans Feminina	Bebê	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 37,74	R\$ 10,81	21,66%
88	Bermuda Abrigo Feminina	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 0,81	R\$ 17,30	R\$ 11,79	39,43%

Fonte: Dados primários (2017).

ANEXO 3 - PRODUTOS COM PREÇO DE VENDA PELO MARK-UP

Cód.	Descrição do Produto	Grupo	Preço de Venda	Imposto	Custo Variável	Taxa de Mark-up Multiplicador	Taxa de Mark-up Divisor
1	Calça Jeans	Masculino	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 112,78	1,45	0,69
2	Calça Social	Masculino	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 49,02	1,84	0,54
3	Calça Abrigo	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 30,40	1,72	0,58
4	Calça Apeluciada	Masculino	R\$ 71,90	R\$ 1,94	R\$ 43,37	1,59	0,63
5	Camisa Social	Masculino	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 75,89	1,52	0,66
6	Camisa Polo Manga Longa	Masculino	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 59,69	1,60	0,62
7	Camisa Polo Manga Curta	Masculino	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,38	1,76	0,57
8	Camiseta Manga Curta	Masculino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 29,44	1,78	0,56
9	Camiseta Manga Longa	Masculino	R\$ 62,90	R\$ 1,70	R\$ 37,94	1,59	0,63
10	Blusa Moletom	Masculino	R\$ 159,90	R\$ 4,32	R\$ 95,57	1,60	0,62
11	Blusa Lã	Masculino	R\$ 104,90	R\$ 2,83	R\$ 60,83	1,65	0,61
12	Jaqueta Microfibra	Masculino	R\$ 199,90	R\$ 5,40	R\$ 124,79	1,54	0,65
13	Bermuda Jeans	Masculino	R\$ 139,90	R\$ 3,78	R\$ 76,19	1,75	0,57
14	Bermuda Abrigo	Masculino	R\$ 44,90	R\$ 1,21	R\$ 24,52	1,74	0,57
15	Pijama Inverno	Masculino	R\$ 104,90	R\$ 2,83	R\$ 65,07	1,54	0,65
16	Pijama Verão	Masculino	R\$ 82,90	R\$ 2,24	R\$ 48,84	1,62	0,62
17	Calça Jeans	Feminina	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 106,32	1,53	0,65
18	Calça Malha Senhora	Feminina	R\$ 76,90	R\$ 2,08	R\$ 48,75	1,51	0,66
19	Calça Leeguy	Feminina	R\$ 79,90	R\$ 2,16	R\$ 43,49	1,75	0,57
20	Blusinha Básica Manga Longa	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
21	Blusinha Festa Manga Longa	Feminina	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 65,29	1,75	0,57
22	Básica Lã	Feminina	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 59,62	1,53	0,66
23	Blusa Lã	Feminina	R\$ 139,90	R\$ 3,78	R\$ 88,49	1,52	0,66
24	Blusa Moletom	Feminina	R\$ 139,90	R\$ 3,78	R\$ 86,79	1,54	0,65
25	Casaco Moletom	Feminina	R\$ 189,90	R\$ 5,13	R\$ 98,14	1,84	0,54
26	Jaqueta Microfibra	Feminina	R\$ 199,90	R\$ 5,40	R\$ 122,67	1,56	0,64
27	Colete Microfibra	Feminina	R\$ 136,90	R\$ 3,70	R\$ 76,15	1,71	0,58
28	Regata Básica	Feminina	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
29	Blusinha Básica Manga Curta	Feminina	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 43,34	1,55	0,65
30	Blusinha Festa Manga Curta	Feminina	R\$ 109,90	R\$ 2,97	R\$ 65,14	1,61	0,62
31	Vestido Básico	Feminina	R\$ 89,90	R\$ 2,43	R\$ 54,24	1,59	0,63
32	Vestido Festa	Feminina	R\$ 169,90	R\$ 4,59	R\$ 97,84	1,66	0,60
33	Bermuda Jeans	Feminina	R\$ 129,90	R\$ 3,51	R\$ 76,04	1,63	0,61
34	Bermuda Malha	Feminina	R\$ 37,90	R\$ 1,02	R\$ 23,78	1,53	0,65
35	Pijama Inverno	Feminina	R\$ 82,90	R\$ 2,24	R\$ 43,54	1,81	0,55
36	Pijama Verão	Feminina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	1,75	0,57

37	Calça Jeans Juvenil	Menino	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 59,69	1,60	0,62
38	Calça Jeans Infantil	Menino	R\$ 79,90	R\$ 2,16	R\$ 43,49	1,75	0,57
39	Calça Abrigo Juvenil	Menino	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	1,75	0,57
40	Calça Abrigo Infantil	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
41	Camiseta e Gola Polo Juvenil Manga Longa	Menino	R\$ 45,90	R\$ 1,24	R\$ 27,08	1,62	0,62
42	Camiseta e Gola Polo Infantil Manga Longa	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 23,81	1,60	0,62
43	Blusa Moletom Juvenil	Menino	R\$ 89,90	R\$ 2,43	R\$ 50,00	1,71	0,58
44	Blusa Moletom Infantil	Menino	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 38,04	1,75	0,57
45	Jaqueta Microfibra Juvenil	Menino	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 75,89	1,52	0,66
46	Jaqueta Microfibra Infantil	Menino	R\$ 94,90	R\$ 2,56	R\$ 50,08	1,80	0,55
47	Básica Apeluciada Juvenil	Menino	R\$ 44,90	R\$ 1,21	R\$ 27,07	1,59	0,63
49	Camiseta e Gola Polo Juvenil Manga Curta	Menino	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 27,14	1,75	0,57
50	Camiseta e Gola Polo Infantil Manga Curta	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 23,81	1,60	0,62
51	Bermuda Jeans Juvenil	Menino	R\$ 89,90	R\$ 2,43	R\$ 50,00	1,71	0,58
52	Bermuda Jeans Infantil	Menino	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 43,34	1,55	0,65
53	Bermuda Abrigo Juvenil	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
54	Bermuda Tactel Infantil	Menino	R\$ 27,90	R\$ 0,75	R\$ 19,39	1,38	0,72
55	Pijama Inverno	Menino	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 27,22	1,91	0,52
56	Pijama Verão	Menino	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
48	Básica Apeluciada Infantil	Menina	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
57	Calça Jeans Juvenil	Menina	R\$ 109,90	R\$ 2,97	R\$ 60,90	1,72	0,58
58	Calça Jeans Infantil	Menina	R\$ 79,90	R\$ 2,16	R\$ 46,67	1,64	0,61
59	Calça Leeguy Inverno Juvenil	Menina	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 39,03	1,59	0,63
60	Calça Leeguy Inverno Infantil	Menina	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 28,20	1,69	0,59
61	Calça Leeguy Verão Juvenil	Menina	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 27,14	1,75	0,57
62	Calça Leeguy Verão Infantil	Menina	R\$ 34,90	R\$ 0,94	R\$ 21,62	1,55	0,65
63	Blusinha Juvenil Manga Longa	Menina	R\$ 54,90	R\$ 1,48	R\$ 32,52	1,61	0,62
64	Blusinha Infantil Manga Longa	Menina	R\$ 35,90	R\$ 0,97	R\$ 20,57	1,67	0,60
65	Blusa Moletom Juvenil	Menina	R\$ 119,90	R\$ 3,24	R\$ 65,29	1,75	0,57
66	Blusa Moletom Infantil	Menina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 43,19	1,34	0,75
67	Blusinha Juvenil Manga Curta	Menina	R\$ 65,90	R\$ 1,78	R\$ 37,98	1,66	0,60
68	Blusinha Infantil Manga Curta	Menina	R\$ 35,90	R\$ 0,97	R\$ 22,69	1,52	0,66
69	Bermuda Jeans Juvenil	Menina	R\$ 99,90	R\$ 2,70	R\$ 64,99	1,48	0,68
70	Bermuda Jeans Infantil	Menina	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 37,97	1,63	0,61
71	Bermuda Malha Juvenil	Menina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	1,75	0,57
72	Bermuda Malha Infantil	Menina	R\$ 35,90	R\$ 0,97	R\$ 20,57	1,67	0,60
73	Vestido Infantil	Menina	R\$ 85,90	R\$ 2,32	R\$ 46,76	1,75	0,57
74	Pijama Inverno	Menina	R\$ 59,90	R\$ 1,62	R\$ 32,59	1,75	0,57

75	Pijama Verão	Menina	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 28,20	1,69	0,59
76	Boris Unissex	Bebê	R\$ 28,90	R\$ 0,78	R\$ 16,23	1,70	0,59
77	Tip. Top Inverno Unissex	Bebê	R\$ 69,90	R\$ 1,89	R\$ 38,04	1,75	0,57
78	Tip. Top Verão Unissex	Bebê	R\$ 39,90	R\$ 1,08	R\$ 21,69	1,75	0,57
79	Calça Abrigo Unissex	Bebê	R\$ 19,90	R\$ 0,54	R\$ 16,17	1,19	0,84
80	Camiseta Unissex	Bebê	R\$ 24,90	R\$ 0,67	R\$ 11,85	1,99	0,50
81	Conjunto Inverno Unissex	Bebê	R\$ 57,90	R\$ 1,56	R\$ 28,32	1,94	0,52
82	Bermuda Jeans Masculino	Bebê	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 32,44	1,48	0,68
83	Bermuda Abrigo Masculino	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 0,81	R\$ 17,30	1,65	0,61
84	Calça Jeans Masculino	Bebê	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 37,97	1,63	0,61
85	Calça Jeans Feminina	Bebê	R\$ 64,90	R\$ 1,75	R\$ 37,97	1,63	0,61
86	Calça Leeguy	Bebê	R\$ 28,90	R\$ 0,78	R\$ 16,23	1,70	0,59
87	Bermuda Jeans Feminina	Bebê	R\$ 49,90	R\$ 1,35	R\$ 37,74	1,28	0,78
88	Bermuda Abrigo Feminina	Bebê	R\$ 29,90	R\$ 0,81	R\$ 17,30	1,65	0,61

Fonte: Dados primários (2017).