

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CAMPUS LAGOA VERMELHA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

ADRIELI LUISA DALMINA

AVALIAÇÃO DOS CUSTOS E RESULTADOS:
Um estudo das linhas de produtos do Mercado ABC

LAGOA VERMELHA

2013

ADRIELI LUISA DALMINA

AVALIAÇÃO DOS CUSTOS E RESULTADOS:

Um estudo das linhas de produtos do Mercado ABC

Trabalho de Conclusão apresentado ao curso de Ciências Contábeis da Universidade de Passo Fundo, campus Lagoa Vermelha, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Angonese.

LAGOA VERMELHA

2013

ADRIELI LUISA DALMINA

AVALIAÇÃO DOS CUSTOS E RESULTADOS:

Um estudo das linhas de produtos do Mercado ABC

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

Prof. Dr. Rodrigo Angonese

UPF – Orientador

Prof.

UPF

Prof.

UPF

LAGOA VERMELHA

2013

AGRADECIMENTOS

A Deus, que iluminou meu caminho e me deu forças em todos os momentos difíceis nessa caminhada, em todos os dias que pedi e rezei e Ele intercedeu por mim. Por me dar sabedoria, saúde e fé para chegar ao fim dessa etapa.

A minha família quão importante, meus pais e meus irmãos por estarem sempre comigo, me apoiando e incentivando em todos os momentos da minha vida.

Ao meu namorado, que com paciência e carinho me apoiou desde o início e esteve ao meu lado em todos os momentos.

A todos os colegas que me acompanharam nesta etapa, dedicando respeito, carinho e apoio no dia-a-dia da faculdade. Grandes lembranças ficarão.

Aos meus professores que ao longo desses quatro anos passaram seus conhecimentos, sendo importantes na minha formação.

Ao meu orientador, professor Dr. Rodrigo Angonese, que com seu conhecimento, incentivo e confiança dedicou sua ajuda para a concretização deste trabalho.

Enfim, a todas as pessoas amigas que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho, a minha gratidão.

RESUMO

DALMINA, Adrieli L. **Avaliação dos custos e resultados: um estudo das linhas de produtos do mercado ABC**. Lagoa Vermelha, 2013. 61f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Ciências Contábeis). UPF, 2013.

As mudanças do mercado, nos dias atuais, forçam as empresas a tornarem-se cada vez mais competitivas. Para tanto, as informações sobre custos têm sido consideradas um elemento estratégico dentro das organizações. A verificação do custo é um campo que merece atenção dentro da empresa, pois isso irá implicar na correta gestão da organização. Este trabalho tem como objetivo verificar o custo e o resultado, pelo método do custeio variável, das linhas de produtos comercializadas pelo mercado ABC. A metodologia a ser utilizada no trabalho será de uma pesquisa aplicada, documental, quantitativa e delineada como um estudo de caso. A análise realizada neste trabalho pode demonstrar o objetivo proposto, sua margem de contribuição total e por linha de produtos. Os resultados mostram que a empresa obteve um lucro de R\$12.615,10 no período de janeiro à agosto de 2013. Também foi possível identificar seu ponto de equilíbrio e propor as sugestões de melhorias.

Palavras-chave: Custos. Resultado. Custeio Variável. Margem de Contribuição. Mercado.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Princípios de Contabilidade aplicados a custos.....	16
Quadro 2: Apuração do Faturamento Líquido por linha de produto	46
Quadro 3: Apuração de margem de contribuição por linha de produto	47
Quadro 4: Apuração de percentual da margem de contribuição em relação ao faturamento líquido.....	49
Quadro 5: Apuração dos gastos fixos	51
Quadro 6: Apuração do resultado do período.....	53
Quadro 7: Apuração do resultado do período mensal	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
1 Contextualização.....	09
1.2 Identificação e Justificativa do Assunto	10
1.3 Objetivos.....	12
1.3.1 <i>Objetivo geral</i>	12
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	13
2.1 Contabilidade gerencial	13
2.2 Contabilidade de Custos	14
2.3 Princípios Fundamentais de contabilidade aplicados à contabilidade de custos.....	15
2.4 Terminologias	17
2.4.1 <i>Gastos</i>	17
2.4.2 <i>Investimentos</i>	18
2.4.3 <i>Custos</i>	18
2.4.4 <i>Despesas</i>	19
2.4.5 <i>Perdas</i>	19
2.4.6 <i>Desembolso</i>	20
2.4.7 <i>Prejuízos</i>	21
2.4.8 <i>Gastos para o produto</i>	21
2.4.9 <i>Gastos para o período</i>	22
2.5 Classificação de Custos	22
2.5.1 <i>Custo direto</i>	23
2.5.2 <i>Custo indireto</i>	23
2.5.3 <i>Custo fixo</i>	24
2.5.4 <i>Custo variável</i>	25
2.6 Tratamentos dos impostos	25
2.6.1 <i>IPI</i>	26
2.6.2 <i>ICMS</i>	26
2.7 Principais critérios de custeio	28
2.7.1 <i>Custeio por absorção</i>	28

2.7.1.1 <i>Vantagens e desvantagens</i>	29
2.7.2 <i>Custeio direto ou variável</i>	31
2.7.2.1 <i>Vantagens e desvantagens</i>	32
2.8 Análise de custo/volume/lucro (CVL)	33
2.8.1 <i>Margem de contribuição</i>	33
2.8.2 <i>Ponto de equilíbrio</i>	34
2.8.3 <i>Ponto de equilíbrio contábil, econômico e financeiro</i>	36
2.8.3.1 <i>Ponto de equilíbrio contábil</i>	36
2.8.3.2 <i>Ponto de equilíbrio econômico</i>	37
2.8.3.3 <i>Ponto de equilíbrio financeiro</i>	37
2.8.4 <i>Margem de Segurança</i>	38
3 METODOLOGIA	39
3.1 Delineamento da Pesquisa	39
3.2 Universo de Pesquisa	41
3.3 Procedimentos e técnicas de coleta de dados	41
3.4 Análise e Interpretação dos dados	42
3.5 Variáveis	42
3.5.1 <i>Margem de contribuição</i>	42
3.5.2 <i>Resultado</i>	43
4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	45
4.1 Caracterização da empresa	45
4.2 Resultados	46
4.2.1 <i>Faturamento líquido do período</i>	46
4.2.2 <i>Margem de contribuição dos departamentos</i>	47
4.2.3 <i>Apuração dos Gastos fixos</i>	50
4.2.4 <i>Apuração dos resultados do período</i>	52
4.2.5 <i>Cálculo do ponto de equilíbrio contábil</i>	55
4.3 Sugestões e recomendações	56
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS	60

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Com o passar dos anos a contabilidade está sendo obrigada a se adequar ao rápido avanço das novas tecnologias, que estão abrindo um leque de mudanças no mundo dos negócios. Essas mudanças são impulsionadas pelo fornecimento de produtos e serviços com maior qualidade possível aos clientes. Além dessas novas ferramentas que estão impulsionando o mercado surgem outras como: a globalização dos mercados, a conscientização ambiental e o crescimento da população que busca esse tipo de produto e serviço, impulsionando cada vez mais as empresas a ofertarem essa qualificação. Segundo Hansen e Mowen (2001) todas essas mudanças são direcionadas pela necessidade de criação e sustentação de vantagem competitiva.

Essas perspectivas de mercado fazem com que as organizações busquem uma maior adequação ao processo de gestão das empresas tornando-as mais competitivas, e contribuindo com o desenvolvimento e crescimento dos negócios, respeitando os interesses dos usuários externos e internos.

Tudo isso aliado a um público consumidor exigente e a acessibilidade a essas mudanças se faz necessário um gerenciamento e um controle mais eficaz dos custos nas organizações, sejam elas de grande, médio, ou pequeno porte, envolvendo o custo dos produtos, o seu preço e as margens que possam ser obtidas pelas empresas.

A necessidade dessa gestão dos custos é importante também para que as organizações possam verificar o quanto a empresa custa, para que se possa calcular de forma exata seus preços, suas margens e tudo o que envolve essa gestão. Assim as entidades poderão se adequar melhor a esse ambiente competitivo. Portanto, este trabalho pretende abordar em especial a apuração do custo e do resultado pelo método de custeio variável das linhas de produtos do mercado ABC. Segundo Neves e Viceconti (2001), a função inicial da contabilidade de custos era fornecer elementos para avaliação dos estoques e apuração do resultado, mas nas últimas décadas passou a fornecer e prestar informações de cunho mais gerencial, a utilização dos dados de custos para auxílio ao controle e para tomada de decisões. Conforme Martins (2010) são duas funções relevantes para a contabilidade de custos nesse novo campo: o auxílio ao controle e a ajuda na tomada de decisões.

Para Hansen e Mowen (2001), a contabilidade de custos tem como objetivo a determinação de quanto algo custa. Nesse sentido, ela contribui com a contabilidade financeira. A contabilidade de custos avalia e controla o processo que envolve a geração dos custos para a organização. Nesse sentido os usuários que utilizam essa informação podem alcançar a melhor maneira de reduzi-los.

Já a contabilidade gerencial utiliza os dados contábeis para prestar informações que envolvem todo o processo operacional da empresa para que sejam alcançados os objetivos da mesma. Essas informações são definidas pela importância que os usuários, sejam eles internos ou externos necessitam (PADOVEZE, 2003).

Isso mostra que a contabilidade de custos e a contabilidade gerencial são fundamentais nesse processo de fornecimento de elementos que possibilitam apurar o resultado dos produtos, das unidades organizacionais, da margem a ser utilizada, da verificação dos custos, despesas, lucros, ou seja, da empresa como um todo. Esse processo para a organização é fundamental, pois evidencia informações que são úteis para o bom andamento da empresa.

1.2 Identificação e Justificativa do Assunto

A contabilidade de custos é imprescindível para a determinação do lucro das empresas, seja no processo de formação de preços até o processo de tomada de decisões. Para Bruni e

Famá (2011) as informações coletadas das operações e das vendas da empresa são essenciais para a administração, podendo ela empregar os dados contábeis e financeiros para estabelecer os custos de produção ou dos serviços, objetivando buscar uma operação racional, eficiente e lucrativa.

As empresas são constituídas com a finalidade de obterem lucro. É necessário para que se tenha o lucro esperado o gerenciamento dos seus custos e despesas. Segundo Bruni e Famá (2011, p. 28) “o lucro é genericamente expresso por meio das margens de lucro”. Para Martins (2010) a diferença entre o preço de venda e o custo variável dos produtos é igual à margem de contribuição, ou seja, é o valor que cada unidade de produto oferece de sobra entre a receita e o custo.

Segundo Martins (2010) margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto, que pode ser imputado sem erro. Essa margem quando multiplicada pela quantidade vendida chega-se a margem de contribuição total.

Atualmente, a empresa estima uma margem média utilizada para a formação do preço de venda de 20%, mas essa margem varia por segmento, por exemplo, no segmento de higiene estima-se em 30%. O mercado ABC conta com um funcionário e seus sócios. Seu investimento inicial foi de R\$40.000,00.

Foram analisadas as linhas de produtos do mercado, são elas: limpeza e higiene, bebidas, alimentos, ferragens, utilidades domésticas, embalagens, guloseimas e salgados, material escolar, frios, pet, fruteira e cigarro.

Os dados foram coletados a partir de um sistema informatizado de controle implantado pelo mercado. Esses dados foram colhidos a partir desse ano, pois os mesmos podem não serem fidedignos em datas anteriores.

Diante do contexto apresentado, esta pesquisa norteou-se pela seguinte questão problema: Qual o custo e o resultado, pelo método do custeio variável, das linhas de produtos comercializadas pelo mercado ABC? A justificativa principal da realização desta pesquisa é contribuir com a empresa na melhoria das suas informações gerenciais.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Apurar o custo e o resultado, pelo método do custeio variável, das linhas de produtos comercializadas no mercado ABC.

1.3.2 Objetivos específicos

- Apurar o total do faturamento das linhas de produtos comercializadas no mercado ABC, no período de janeiro de 2013 à agosto de 2013;
- Apurar o custo e as despesas variáveis das linhas de produtos comercializadas no mercado ABC, no período de janeiro de 2013 à agosto de 2013;
- Identificar os custos e despesas fixas do mercado no período;
- Identificar produtos e linhas com maior margem de contribuição;
- Apurar o resultado e o ponto de equilíbrio contábil;
- Propor sugestões com base nos resultados encontrados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados os aspectos e conceitos acerca dos aspectos da contabilidade gerencial e de custos, após serão apresentados os Princípios Fundamentais de Contabilidade aplicados a contabilidade de custos.

Após, apresenta-se uma revisão da literatura a respeito das terminologias de custos, as classificações e o tratamento dos impostos. Também serão abordados os critérios de custeio e a análise custo/volume/lucro, que abrange a margem de contribuição.

2.1 Contabilidade Gerencial

Devido ao crescimento das empresas e desenvolvimento do mercado, a contabilidade gerencial se torna uma ferramenta importante para contribuição na melhoria das tomadas de decisões para as empresas.

Para Martins (2010), a contabilidade de custos é utilizada para auxiliar a contabilidade gerencial, devido ao crescimento das empresas e o consequente aumento da distância entre administradores e ativos e pessoas administradas.

Segundo Bruni e Famá (2011, p. 20) a contabilidade gerencial é “voltada à administração de empresas, não se condiciona às imposições legais, tem o objetivo de gerar informações úteis para a tomada de decisões”. Conforme Hansen e Mowen (2001, p. 28) “a contabilidade gerencial se preocupa especificamente com a forma como informações sobre custos e outras informações financeiras e não financeiras devem ser usadas para o planejamento, controle e tomadas de decisão”.

Ainda segundo Bruni e Famá (2011, p. 21) “torna-se necessário adaptar as informações da contabilidade financeira para possibilitar um processo mais coerente de tomada de decisões originando a contabilidade gerencial”. É imprescindível que as empresas mantenham um controle do seu negócio, objetivando sempre buscar informações que ajudem no processo de tomada de decisões. Essas informações são extraídas de dados contábeis, por isso essa deve ser feita de maneira mais exata possível para que os dados extraídos condigam com a situação da organização.

2.2 Contabilidade de Custos

A contabilidade de custos surgiu a partir da contabilidade financeira quando da necessidade de avaliar os estoques na indústria. Atualmente a função da contabilidade de custos, além de avaliar estoques é auxiliar no processo de controle e decisão das organizações.

De acordo com Pizzolato (2000) a contabilidade de custos apresenta os fatos contábeis particularizados em unidades operacionais básicas, que podem ser uma fábrica, um departamento um equipamento, um produto, ou atividades que possam ser identificados custos. Segundo Leone (2012) um processo de informações é uma atividade que se iguala a contabilidade de custos, esse processo recebe dados, acumula-os de maneira organizada, analisando-os e interpreta-os para obter informações de custos para os diversos níveis gerenciais. Para Neves e Viceconti (2001, p. 12)

A contabilidade de custos, nos seus primórdios, teve como principal função a avaliação de estoques em empresas industriais, que é um procedimento muito mais complexo do que nas comerciais, uma vez que envolve muito mais que a simples compra e revenda de mercadorias, são feitos pagamentos a fatores de produção tais como salário, aquisições e utilização de matérias-primas etc.

De acordo com Bruni e Famá (2011, p. 20) a contabilidade de custos é “voltada à análise dos gastos realizados pela entidade no decorrer de suas operações”. É definida pelo processo ordenado da utilização dos princípios da contabilidade geral para registrar os custos de operação de um negócio.

A contabilidade de custos, segundo Leone (2012) é um ramo da contabilidade geral que deve auxiliar os gestores nas funções que determinam o desempenho, planejamento e controle das operações, para o processo de tomada de decisões. Essas informações são

produzidas para diversos níveis gerenciais.

Desta forma, a contabilidade de custos transformou-se em pilar no auxílio para o melhor desempenho das empresas, fornecendo informações na busca da gestão eficiente e eficaz dos recursos, buscando a maximização dos resultados (LEONE, 2012).

Conforme Pizzolato (2000) em cada empresa o objeto da contabilidade de custos é diferenciado, envolvendo dados de diversos setores e segmentos da própria empresa e para cada um desses setores a contabilidade de custos prepara e fornece informações que auxiliarão os responsáveis a desempenharem suas funções com mais responsabilidade.

De acordo com Leone (2012) a contabilidade de custos atua sobre os componentes operacionais e administrativos que compõem a estrutura da organização, sua estrutura funcional e objetiva. A contabilidade de custos deve ser capaz de produzir informações gerenciais a partir dos segmentos estudados para que os encarregados possam utilizá-los a fim de obterem os melhores resultados.

Para Bruni e Famá (2011, p. 22) a contabilidade de custos deve atender a três funções básicas, são elas:

a) determinação do lucro: utilizam-se dados que deram origem aos registros convencionais contábeis, transformando-os úteis para a administração;

b) controle das operações: recursos produtivos envolvendo o controle das operações como manutenções, comparações para obter a melhor escolha.

c) tomada de decisões: tudo que envolve a produção, decisões na escolha da melhor opção para a empresa.

A contabilidade de custos é uma técnica utilizada para evidenciar os custos que a empresa mensura a partir da fabricação de seus produtos ou da prestação de serviços. É de extrema importância para que as organizações possam configurar suas decisões de acordo com os dados repassados pela contabilidade.

2.3 Princípios Fundamentais de contabilidade aplicados à contabilidade de custos

Martins (2010) afirma que os princípios de contabilidade geralmente aceitos tiveram maior aderência à contabilidade de custos em virtude de sua vinculação a contabilidade

financeira e sua origem histórica. A seguir serão detalhados os princípios fundamentais de contabilidade aplicados à contabilidade de custos.

Princípio	Definição
Princípio da realização da receita	O reconhecimento contábil do resultado irá acontecer somente quando da realização da receita. A realização da receita ocorre, em regra, quando da transferência do bem ou do serviço para terceiros.
Princípio da competência ou da confrontação entre despesas e receitas	É de extrema importância para a contabilidade de custos. Pela competência ou confrontação temos o reconhecimento das despesas. Apropriam-se as receitas em função da realização; depois, deduz-se das receitas todos os gastos diretamente ao processo de obtenção das receitas e por final deduz-se as despesas incorridas no período de geração de receitas. A despesa só ocorre quando ocorrer uma receita.
Princípio do custo histórico como base de valor	Os ativos são registrados contabilmente por seu valor original de entrada, o valor histórico.
Consistência ou uniformidade	Quando existem diversas alternativas para o registro contábil de um mesmo evento, todas válidas dentro dos princípios geralmente aceitos, deve a empresa adotar uma delas de forma consistente. Isto significa que a alternativa adotada deve ser utilizada sempre, não podendo mudar o critério em cada período.
Conservadorismo ou prudência	Obriga a adoção de precaução de como tratar determinado gasto; sendo duvidoso o recebimento de um direito ativado, este deve ser baixado para o resultado.
Materialidade ou relevância	Desobriga de um tratamento mais rigoroso aqueles itens cujo valor monetário é pequeno dentro dos gastos totais.

Quadro 1 - Princípios de Contabilidade aplicados a custos

Fonte: Adaptado de Martins (2010).

De acordo com Bruni e Famá (2011) os princípios facilitam e padronizam a prática contábil, mas também dificultam a gestão com base nos números extraídos da contabilidade.

Segundo o Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (2000) os princípios de contabilidade geralmente aceitos são usados na contabilidade de custos para o registro dos custos de operação de um negócio. Ainda para Martins (2010) os princípios

tiveram aderência pela sua vinculação a contabilidade financeira.

Os princípios contábeis geralmente aceitos são observados por diversas áreas da contabilidade, as empresas os utilizam para a realização dos relatórios financeiros, sendo que a área de custos também aplica esses princípios. Para exemplificar, cita-se o custeio por absorção que é um método que observa as diretrizes determinadas pelos princípios de contabilidade geralmente aceitos.

2.4 Terminologias

A contabilidade de custos utiliza uma terminologia própria para empregar o processo de formação dos custos e preços. Esses termos são técnicos e comuns, pois também fazem parte da contabilidade geral.

2.4.1 Gastos

Gasto é um sacrifício financeiro para a entidade, representado por entrega ou promessa de entrega de ativos, gerado pela compra de um produto ou serviço qualquer (MARTINS, 2010).

Para Wernke (2005, p. 3), “o termo gasto é utilizado para descrever as ocorrências nas quais a empresa despende recursos ou contrai uma obrigação (dívida) perante terceiros (fornecedores, bancos etc.) para obter algum bem ou serviço que necessite para suas operações cotidianas”.

Leone (2012, p. 46) afirma que o termo gasto “é usado para definir as transações financeiras em que há ou não a diminuição do disponível ou a assunção de um compromisso em troca de algum bem de investimento ou bem de consumo”.

Os gastos são concretizados quando o bem ou o serviço passa a ser de propriedade da empresa, por exemplo: gastos com aquisição de mercadorias para revenda, com energia elétrica, com mão de obra, etc.

2.4.2 Investimentos

Os investimentos devem atribuir benefícios futuros à empresa, podendo ser de diversas naturezas e serem gerados em períodos de ativação variados.

Investimento é um “gasto ativado em função de sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuro(s) períodos(s)” (MARTINS, 2010, p. 25).

Wernke (2005, p. 3) classifica investimento sendo “gastos efetuados na aquisição de ativos (bens e direitos registrados em conta do Ativo no Balanço Patrimonial) com a perspectiva de gerar benefícios econômicos em períodos futuros”. Segundo Bruni e Famá (2011, p.23) investimentos

[...] representam gastos ativados em função de sua vida útil ou de benefícios atribuíveis a futuros períodos. Ficam temporariamente “congelados” no ativo da entidade e, posteriormente e de forma gradual, são “descongelados” e incorporados aos custos e despesas.

Conforme Padoveze (2003), investimentos são gastos que irão proporcionar benefícios futuros em virtude de sua vida útil. Efetuados em ativos ou despesas e custos.

O gasto com um investimento poderá ser classificado como um investimento temporário, mas que seu custo irá gerar benefícios futuros. Por exemplo, a matéria-prima é um gasto contabilizado temporariamente como um investimento. Essa matéria-prima se transformará em um produto que a empresa pretende que gere benefícios para a mesma. Essa classificação irá depender da intenção que levou a compra por parte da empresa.

2.4.3 Custos

O custo é relativo ao processo operacional da entidade, e está relacionado ao processo de fabricação de produtos ou ao fornecimento de serviços. Segundo Martins, (2010, p.25), custo é um “gasto relativo à bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços”.

Martins (2010) complementa ainda que o custo deve ser reconhecido no momento da

utilização dos fatores de produção para a fabricação de algo ou prestação de um serviço. Por exemplo, a matéria-prima foi um gasto na sua aquisição, mas quando utilizada para a produção passa a ser um custo para a empresa.

Wernke (2005, p.4) afirma que custos são classificados como sendo “gastos efetuados para fabricar produtos ou prestar serviços”. Custos conforme Padoveze (2003) são gastos efetuados na fabricação dos produtos, que posteriormente são ativados para gerar esses produtos. O custo também é um gasto, mas é reconhecido como tal somente quando utilizado junto ao processo de produção, no momento da fabricação ou prestação de serviço.

2.4.4 Despesas

A despesa é um sacrifício ligado ao consumo de um bem ou serviço para obtenção de receita. Na concepção de Bruni e Famá (2011) despesas não estão associadas à produção, são bens ou serviços consumidos diretamente ou indiretamente para a obtenção de receitas.

O conceito de despesas para Wernke (2005) é o valor voluntariamente pago por bens ou serviços utilizados na obtenção de receitas. Martins (2010, p. 25) aponta que “bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para obtenção de receitas”, é classificado como uma despesa.

Já Leone (2012, p. 46) conceitua despesa sendo ”gastos imediatamente consumidos ou o consumo lento dos gastos de investimentos à medida que estes vão sendo utilizados pelas operações”. A despesa é um gasto ocorrido em determinado período, sendo lançado contabilmente nesse mesmo período, para fins de apuração do resultado periódico da empresa. Um exemplo de despesa é a comissão de vendedores.

2.4.5 Perdas

A perda é um item contabilizado diretamente à conta de resultado, igualmente como a despesa, mas não representa sacrifícios destinados a produção. “Uma perda é um custo que expira sem produzir qualquer benefício de receita.” (HANSEN e MOWEN, 2001, p. 61).

Para Martins (2010) perdas são bens ou serviços utilizados de maneira anormal e

involuntária. Não as confundindo com despesas já que estas não são consumidas com a intenção de receitas.

Segundo Bruni e Famá (2011, p. 24) perda

Consiste em: (i) um gasto não intencional decorrente de fatores externos extraordinários ou (ii) atividade produtiva normal da empresa. Na primeira situação, devem ser considerados como despesas e lançados diretamente contra o resultado do período. Na segunda situação, devem ser classificados como custo de produção do período.

Na concepção de Padoveze (2003) a perda conceitua-se sendo fatos que podem ocorrer em situações excepcionais, fugindo da normalidade. Não condizem com a operação da entidade e não devem fazer parte dos custos de produção.

A perda não pode ser confundida com a despesa e também com o custo, pois a mesma não tem como finalidade a obtenção de receita. Um exemplo de perda é o gasto com mão de obra durante um período de greve, que não é um custo de produção, como pode ser confundido. Outros exemplos de perdas são: incêndios, obsolescência de estoques, etc.

2.4.6 Desembolso

O desembolso é pagamento propriamente dito para a obtenção de bens e serviços, independentemente de quando o bem ou serviço seja consumido. Para Dutra (1995, p. 28), “desembolso é o pagamento de parte ou do total adquirido, ou elaborado, ou comercializado, ou seja, a parcela ou o todo do gasto que foi pago”.

Conforme Neves e Viceconti (2001, p. 11), desembolso é o “pagamento resultante da aquisição de um bem ou serviço. Pode ocorrer concomitantemente com o gasto (pagamento à vista) ou depois deste (pagamento a prazo)”. Bruni e Famá (2011) dizem que não deve confundir-se despesa com desembolso já que se houve um gasto em março, por exemplo, que somente foi quitado em abril deve-se fazer o lançamento financeiro da quitação em abril, e segundo o principio da competência o registro contábil será feito em março.

2.4.7 Prejuízos

O termo prejuízo não é bem vindo para as empresa, pois demonstra um resultado negativo de suas operações. Prejuízo conforme afirma Padoveze (2003, p. 18) “é o resultado negativo de uma transação ou de um conjunto de transações. Nesse caso, decorre da apuração do resultado de um período, em que as despesas suplantam as receitas desse período”. Analisando separadamente, uma transação também pode ocasionar um prejuízo.

Para o CRC/SP (2000) o prejuízo é a diferença negativa para a empresa entre a receita e despesa, ganhos e perdas. A maneira mais fácil de identificar o termo prejuízo ainda é a associação com o resultado negativo, ou o contrário de lucro.

2.4.8 Gastos para o produto

Padoveze (2003, p.19) sustenta que gastos para o produto são efetuados diretamente para o processo de produção, sua principal característica é a que tais gastos não são considerados despesas redutoras das receitas do período. “É importante salientar que a contabilização dos custos, gastos para o produto, como ativos, parte do pressuposto de que está havendo, durante o processo de fabricação, um aproveitamento total dos gastos incorridos para a manufatura dos produtos”.

Para Leone (2012, p.52) esses gastos “são os custos (e despesas) que se relacionam diretamente com os produtos.” Esses custos acompanham de perto o processo produtivo e são de fácil compreensão para que produto deva ser computado.

Martins (2010) identifica que a visualização de onde começam os custos dos produtos se faz de forma facilitada, mas a visualização de onde os mesmos terminam não é simples. Tudo o que a empresa irá aplicar nos produtos em seu processo de fabricação será contabilizado como gasto para o produto. Por exemplo, o custo com materiais é diretamente relacionando a produção do produto.

2.4.9 Gastos para o período

Padoveze (2003) identifica que os gastos relacionados ao período são efetuados no processo de venda e envio dos produtos, ocorrem durante os meses e o ano, são gastos mensais e anuais independentemente do processo produtivo. São associados ao período de apuração do resultado da empresa.

As empresas estão em contínua atividade, mas a contabilidade necessita fazer suas medições periódicas para que a administração acompanhe se suas atividades são desempenhadas conforme o previsto. Na preocupação de dividir a empresa em períodos arbitrados, anuais, semestrais ou mensais, surgem problemas para determinar os montantes exatos das despesas, custos e receitas relativos a tal período (LEONE, 2012, p. 52). Ainda segundo Leone (2012, p. 52)

A Contabilidade deverá proceder a ajustamentos e estimações ao final de cada exercício, na tentativa de obter não só a medida mais correta de sua rentabilidade conseguida no período, como também apresentar com mais exatidão os valores dos elementos de seu patrimônio, que passarão para outro período, exatamente no momento em que o período se encerra. A Contabilidade de Custos olha os custos segundo suas relações com o período.

Para Martins (2010) esses gastos são a soma dos custos incorridos na fábrica dentro de um período. Os gastos para o período gerarão o montante final dos custos e despesas do período, podendo gerar aos administradores informações imprescindíveis para a gestão da empresa.

2.5 Classificação de custos

Os gastos que as empresas apresentam são determinados pela natureza e objetivos identificados no seu processo de produção. Esses gastos merecem um adequado estudo, pois a necessidade de suas informações é de extrema importância para a adequada gestão dos custos.

De acordo com Padoveze (2003) não é possível fazer uma gestão tratando todos os custos de maneira igual, e também não é fácil para a administração manter uma relação custo/benefício individualizando os custos. Assim se faz necessário planejar a separação dos

custos conforme sua natureza e objetivos para que a empresa possa determinar suas análises e tomar suas decisões. Esses gastos classificam-se em: custos diretos e indiretos e custos fixos e variáveis.

2.5.1 *Custo direto*

Segundo Leone (2012, p. 58) “todo o item de custo que é identificado naturalmente ao objeto do custeio é denominado de custo direto”. Citando Padoveze (2003, p. 41) “custos diretos são aqueles que podem ser fisicamente identificáveis para um segmento particular em consideração”. Em outras palavras, um custo é direto se:

- a) é possível verificar ou estabelecer uma ligação direta com o produto final;
- b) é possível de ser visualizado no produto final;
- c) é clara e objetivamente específico do produto final e não se confunde com os outros produtos;
- d) é possível ser medida objetivamente sua participação no produto final etc.

Basta haver uma medida de consumo, por exemplo, embalagens utilizadas, quilogramas de matérias consumidos, para verificar se alguns custos podem ser diretamente apropriados ao produto, esses são os custos diretos em relação ao produto (MARTINS, 2010).

Leone (2012, p. 59) identifica os custos diretos em “custos que se conseguem identificar com as obras, do modo mais econômico e lógico”. Neves e Viceconti (2001) apontam que os custos diretos são aqueles que podem ser apropriados diretamente aos produtos fabricados, pois há uma medida de seu consumo nesta fabricação. São exemplos de custos diretos a matéria-prima, mão de obra direta, material de embalagem, energia elétrica das máquinas, etc.

Se a empresa produzir um único produto e se for possível sua identificação aos produtos, todos os custos são diretos, devendo ser apropriados aos produtos conforme o consumo for realizado.

2.5.2 *Custo indireto*

Os custos indiretos não oferecem nenhuma medida clara de alocação, e, portanto qualquer medida deve ser feita de maneira estimada e arbitrária (MARTINS, 2010). “Todo o

item de custo que precisa de um parâmetro para ser identificado e debitado ao produto ou objeto do custeio é considerado um custo indireto” (LEONE, 2012, p.58).

De acordo com Neves e Viceconti (2001) são os custos apropriados indiretamente aos produtos, os custos indiretos dependem de cálculos, rateios ou estimativas para poderem ser apropriados. Ainda segundo Padoveze (2003) todos os gastos que não podem ser alocados como diretos são considerados indiretos. Caracterizam-se por serem de caráter genérico e não específicos aos produtos finais.

A apropriação de um custo ao produto que ocorre por meio de rateio caracteriza-se como custo indireto. Alguns exemplos de custos indiretos são: depreciação de equipamentos que são utilizados na produção de mais de um produto, salário do gerente, aluguel da fábrica. Os custos indiretos e também os diretos podem ser fixos e variáveis.

2.5.3 *Custo fixo*

Esse custo irá existir independentemente da quantidade produzida, e decorrem da estrutura instalada da empresa. Um custo é considerado fixo quando as mudanças não alteram o seu valor, nem para mais nem para menos, do volume produzido ou vendido (PADOVEZE, 2003).

Na concepção de Neves e Viceconti (2001, p.18) “custos fixos são aqueles cujos valores são os mesmos qualquer que seja o volume de produção da empresa”. Esses custos são fixos de acordo com o que é produzido, mas variam de valor no decorrer do tempo.

De acordo com Martins (2010, p. 50), “o valor do aluguel do imóvel em que ocorre a produção geralmente é contratado por mês, independentemente de aumentos ou diminuições naquele mês do volume elaborado de produtos. Por isso o aluguel, geralmente, é um custo fixo”.

O custo fixo é para a empresa uma certeza de desembolso que pode acontecer em prazos diferenciados, mas que irá fazer parte de seus gastos sempre, independente do volume produzido.

2.5.4 *Custo variável*

A classificação desse custo irá ocorrer em função do comportamento dos elementos do custo em relação ao volume de produção. Os custos variáveis podem aumentar ou diminuir em relação à quantidade produzida. Para Neves e Viceconti (2001) os custos variáveis são identificados de acordo com o volume de produção da organização. Ainda na mesma linha Leone (2012) relata que o custo variável é proporcional ao nível de atividade, e somente irá existir se houver produção ou atividade.

“O custo variável altera-se diretamente em função das atividades da empresa”. (BRUNI e FAMÁ, 2011, p. 30). A empresa terá que verificar o nível de produção, para poder identificar o seu custo variável, pois o mesmo segue a tendência da produção seja para mais ou para menos.

2.6 Tratamentos dos impostos

Os impostos são muito importantes no processo de formação do preço de venda, pois sua compreensão deve ajudar na análise do processo de tomada de decisões. Podem ser de três esferas, federal, estadual e municipal, e de dois tipos básicos, cumulativos e não cumulativos.

De acordo com Megliorini (2002) o IPI (imposto sobre produtos industrializados) e o ICMS (imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços) incidem na compra de mercadorias. Funciona da seguinte maneira, uma empresa vende seus produtos e cobra do cliente esses impostos, recolhendo-os para o governo, não sendo uma receita sua. Assim o cliente utiliza essa matéria para a fabricação de um produto que será vendido para o consumidor final, nessa venda irá cobrar novamente esses impostos, sendo os mesmos compensados. O consumidor final realmente é quem paga os impostos, pois não tem como compensá-los.

2.6.1 IPI

Segundo Bruni e Famá (2011, p. 259) “o imposto sobre produtos industrializados é de esfera federal e possui como fatos geradores o desembaraço aduaneiro de produto de procedência estrangeira e a saída de produto estabelecimento industrial ou equiparado a industrial”. O IPI é devido independentemente da finalidade do produto e do título jurídico da operação de que decorra o fato gerador, segundo a legislação. “Sua incidência ocorre por fora, sobre o preço sem o IPI, sendo as alíquotas variáveis por produto”.

Para Oliveira (2005) o IPI incide sobre os produtos industrializados nacionais e estrangeiros. Deve atender o princípio da seletividade, que significa taxar o produto conforme sua essencialidade. Deve atender também o princípio da não-cumulatividade.

Há diversas hipóteses quando da aquisição de materiais para produção, em relação aos impostos. Martins (2010) evidência duas. Primeiramente quando a empresa não tem nenhum tipo de isenção ou suspensão do IPI nas compras de matérias-primas, mas os tem na venda dos produtos acabados, isso faz com que acaba por ter nesse imposto um acréscimo do próprio custo do material adquirido.

O mesmo autor evidência a segunda hipótese sendo, em situação normal a empresa paga IPI na compra de seus materiais e também tem seus produtos tributados, assim a entidade funciona como simples intermediária entre o pagador final do imposto e o Governo Federal. Isso não trás à empresa nenhuma receita quando cobra IPI de seu cliente e também não gera nenhuma despesa ou custo quando paga o encargo a seu fornecedor.

As alíquotas do IPI são variáveis e seguem a classificação segundo o Decreto Federal nº 4.070, de 28 de dezembro de 2001 (OLIVEIRA, 2005). A empresa deve ficar atenta aos montantes repassados de impostos, pois os mesmos irão fazer parte do custo dos produtos, sendo que a proporcionalidade é grande em relação ao preço de venda do produto.

2.6.2 ICMS

O ICMS- Imposto sobre a circulação de mercadorias e prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, de acordo com Bruni e Famá (2011) é de esfera estadual, e possui como fatos geradores a venda de mercadorias; a entrada

em estabelecimentos de mercadoria importada do exterior; o fornecimento de alimentação, bebidas e outras mercadorias em restaurantes, bares e outros estabelecimentos similares; a prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicações; a entrada de bens do ativo imobilizado, oriundos de outros estados ou Distrito Federal e que sejam utilizados na atividade produtiva; e a entrada de bens de consumo.

Ainda conforme Bruni e Famá (2011, p. 254) “sua incidência ocorre sobre o preço de venda, sendo cobrado por dentro”. No preço de venda já se encontra embutido o valor do ICMS. De acordo Oliveira (2005, p. 79) entre os princípios constitucionais que regem o ICMS, destacam-se:

Não-cumulatividade, conforme o art. 155, §2º, inciso I, da Constituição Federal; e seletividade, conforme o art. 155, § 2º, inciso III, da Constituição Federal.

Na compra de qualquer mercadoria o ICMS já estará incluso no preço pago ao fornecedor. Na revenda da mercadoria a parcela do ICMS também deverá estar inclusa ao preço de venda.

Todas as empresas que transacionam com mercadorias sujeitas à incidência do ICMS terão um gasto com esse tributo, que corresponderá a diferença entre o ICMS pago a seus fornecedores, nas compras de mercadorias, e o ICMS cobrado de seus clientes, nas vendas de mercadoria (OLIVEIRA, 2005, p. 79).

Para o cálculo do ICMS na formação do preço de venda deve-se cuidar com a substituição tributária. Segundo Bruni e Famá (2011, p. 259) nessa situação “o elo principal da cadeia recolhe o tributo dos demais elos. Não existem mais débitos e créditos. Todo valor pago ao fornecedor a título de ICMS deve ser incorporado no custo (se produtivo) ou despesa (se não produtivo)”.

Na concepção de Martins (2010, p. 126)

O ICMS tem, de fato, as mesmas características que o IPI. Cada real pago na compra de materiais representa um adiantamento feito pela empresa; ao efetuar suas vendas, recebe dos clientes uma parcela a título desse imposto, e, após se ressarcir do que havia adiantado, recolhe o excedente ao governo estadual. Não é, portanto, nem receita o que recebe nem despesa o que ela paga. Deve ser contabilizado igualmente ao IPI.

O ICMS trabalha com alíquotas determinadas internamente em cada Estado pela legislação estadual. A regra geral é de se utilizar 17% como é o caso do Rio Grande do Sul que utiliza essa alíquota.

2.7 Principais critérios de custeio

Os diversos sistemas de custos são empregados pela contabilidade com o propósito de representarem critérios, procedimentos e registros que devem interagir de maneira correta para atender as finalidades da empresa. O custeio é uma forma de apropriação de custos, e existem variados sistemas do mesmo. Para Padoveze (2003, p.150) o método de custeio “é o processo de identificar o custo unitário de um produto ou serviço ou de todos os produtos e serviços de uma empresa”.

2.7.1 Custeio por absorção

O custeio por absorção é o método mais utilizado pelos usuários da contabilidade de custos para poder chegar ao custo unitário dos produtos, além de ser o único método exigido legalmente pelo fisco. Está de acordo com princípios de contabilidade, o que é do agrado dos gerentes e empresários. Esse sistema tem por característica o grau de absorção, ou seja, os custos indiretos são transferidos aos produtos ou serviços (BRUNI E FAMÁ, 2011). Segundo Leone (2012) o custeio por absorção como o próprio nome indica é um processo que absorve no custo de cada produto final e de cada departamento os custos gerais, por meio de taxas de absorção.

Neves e Viceconti (2001) identificam o custeio por absorção como sendo um processo de apuração de custos, no qual o seu principal objetivo é poder ratear todos os seus elementos em cada fase da produção. Para Pizzolato (2000) a característica básica desse sistema consiste em separar os gastos do período, lançados como despesas operacionais, e os custos do produto, identificando-os como custo dos produtos vendidos.

A apuração do custeio por absorção segue o esquema a seguir demonstrado, conforme Neves e Viceconti (2001, p. 33):

1. Separação de custos e despesas.
2. Apropriação dos custos diretos e indiretos à produção realizada no período.
3. Apuração do custo da produção acabada.
4. Apuração do custo dos produtos vendidos.
5. Apuração do resultado.

Para o Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo (1995, p. 36)

Convém também destacar que, quando obedecido o sistema de custeio por absorção, todos os custos classificados como “fixo”, identificando, normalmente, os chamados “custos indiretos de produção” ou “CIF”, farão parte integrante do custo dos produtos fabricados e serão transferidos contabilmente para a conta de estoque de produtos acabados.

A transferência dos custos fixos para o custo dos produtos vendidos somente ocorre após o momento da venda do produto, assim proporcionando a transferência para a conta de resultado.

Segundo Martins (2010) o custeio por absorção é o método derivado da aplicação dos princípios de contabilidade geralmente aceitos e está contemplado no Pronunciamento Técnico CPC 16, do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), que trata da valoração dos estoques. Esse sistema de custeio é amplamente adotado, seja pela contabilidade financeira, seja pela auditoria. Sendo o único aceito pelo fisco, com pequenas exceções.

O método de custeio por absorção se baseia na apuração dos custos dos produtos pelo critério de rateio, seja em qualquer etapa de elaboração desse produto, para a obtenção de quanto cada unidade produzida custa para a empresa, sendo que a partir disso se fará a busca do melhor resultado.

2.7.1.1 Vantagens e desvantagens

Todos os métodos de custeio têm seus prós e contras. Esse tipo de custeio é bastante criticado apesar de ser legalmente imposto. A primeira vantagem do custeio por absorção e mais completa é a de que esse critério está de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos e as leis tributárias.

O custeio por absorção reconhece a importância dos custos fixos de manufatura, sendo que todos os custos de manufatura são custos dos produtos. As empresas que produzem

inventários em antecipação para posteriores aumentos nas vendas são penalizadas sob o custeamento variável (PADOVEZE, 2003).

Maher (apud PADOVEZE, 2003, p. 172) argumenta que

Uma outra vantagem do custeamento por absorção é que ele pode ser menos custoso de implementar, uma vez que não requer a separação dos custos de manufatura nos componentes fixos e variáveis. Enquanto alguns custos de manufatura podem claramente ser distinguidos entre as categorias de fixos e variáveis, outros não podem.

As críticas sobre esse método de custeio também são enfatizadas.

Esse método, segundo Leone (2012) resulta em aumento dos custos administrativos, os custos da contabilidade de custos tendem a crescer. Pois para aplicá-lo à empresa deve manter uma equipe de contadores preparados, assim como todos os setores envolvidos nessa área.

No custeio por absorção o custo fixo é tratado como custo unitário, isso pode levar a erros, pois o custo fixo unitário faz parte do volume de atividades e não apenas no montante de custos fixos, qualquer custo fixo unitário pode ser calculado quando a produção iguala o número de unidades utilizadas válidas para calcular esse custo fixo unitário (PADOVEZE, 2003).

De acordo com o CRC/SP (1995) surgem problemas relacionados à fixação de preços, quando esse método é utilizado. Sem um conhecimento real da margem de contribuição mais efetiva a fixação do preço fica menos eficiente, além de não se saber qual a estratégia utilizada para alcançar o resultado esperado em relação ao a produção e vendas.

Outra desvantagem ainda de acordo com Leone (2012) é que o uso intenso e generalizado desse sistema sem maiores análises gera resultados que não estão de acordo com a realidade, dificultando a determinação das variações e suas causas.

O custeio por absorção não é muito utilizado para se obter informações gerenciais que façam parte do processo de tomada de decisões, pois seus resultados não ajudam esse tipo de controle, ao contrário do custeio variável que é bastante importante para esse processo (LEONE, 2012).

2.7.2 *Custeio direto ou variável*

Inicialmente pode-se destacar a não aceitação legal desse método de custeio, pois não está de acordo com os preceitos contábeis geralmente aceitos. Mas, apesar disso, esse critério é uma ferramenta muito importante para as empresas no processo de busca de informações, pois o mesmo gera uma análise dos custos variáveis dos produtos que são vendidos, permitindo ao gestor uma visão mais detalhada do processo de fabricação e venda desses produtos.

O custeio variável ou custeio direto segundo Neves e Viceconti (2001) considera apenas como custo de produção do período os custos variáveis incorridos, sendo que os custos fixos são considerados despesas, encerrados diretamente contra o resultado do período. De acordo com Pizzolato (2000, p.174) o custeio direto reconhece “como custos dos produtos ou serviços somente os custos variáveis, enquanto que os custos fixos fariam parte dos custos do período”.

Ainda na visão de Pizzolato (2000, p.175) “a interpretação gerencial do custeio direto é que atividades com margem de contribuição negativa devem ser, em princípio, descontinuadas”. Nessas condições qualquer aumento de produção terá como consequência um aumento maior ainda do prejuízo, e a decisão gerencial mais acertada seria não produzir nada.

Nesse método “somente são considerados na avaliação dos estoques em processo e acabados os custos variáveis, sendo os custos fixos lançados diretamente nos resultados”. Isso é um motivo de o custeio variável não ser plenamente consagrado (IUDÍCIBUS et al., 2010, p. 505).

Para Bruni e Famá (2011, p. 164) deve-se ter cuidado ao usar as expressões custeio direto e custeio variável, pois as mesmas eventualmente aparecem como sinônimos nos textos sobre custos, mas é cabível ressaltar as diferenças. Os custos diretos e indiretos referem-se a possibilidades de identificação dos gastos com objetos específicos de custeio. Os custos variáveis e fixos distinguem-se em função de flutuações nos volumes. “O custeio variável trata especificamente da análise de gastos variáveis, diretos ou indiretos, custos ou despesas, e sua comparação com as receitas”. Dessa análise comparativa surge o conceito da margem de contribuição, que é de extrema importância nos processos de tomada de decisões. A utilização

desse critério somente se dará para uso gerencial da empresa, objetivando a ajuda nas decisões tomadas.

2.7.2.1 Vantagens e desvantagens

O custeio direto assim como o custeio por absorção possui suas vantagens e desvantagens. Para Neves e Viceconti (2001) a primeira vantagem desse custeio é que impede que aumentos de produção que não correspondam a aumento de vendas distorçam o resultado. A segunda vantagem ainda indicada pelo mesmo autor refere-se ao custeio direto como uma ferramenta que ajuda nas tomadas de decisões dos administradores, ao contrário do custeio por absorção que pode induzir a decisões errôneas sobre a produção.

Segundo Benedicto (apud PADOVEZE, 2003) o custeio direto ou variável destaca informações mais relevantes para o processo de tomada de decisões, principalmente por evidenciar de maneira clara e objetiva a margem de contribuição que a organização necessita ter para suportar determinado volume de atividade, sendo que os custos fixos sejam absorvidos gerando resultados positivos.

Na concepção de Neves e Viceconti (2001) as desvantagens do custeio direto referem-se, primeiramente no caso de custos mistos. Não é precisa à separação dos custos fixos e variáveis. Também o custeio direto ou variável não é aceito pela auditoria externa das empresas que tem capital aberto, nem pela legislação do imposto de renda e pela maioria dos contadores.

Bruni e Famá (2011) identificam que a não adequabilidade do custeio variável em relação à legislação e as normas contábeis não impedem seu uso interno e suas aplicações na contabilidade gerencial, mas na contabilidade financeira pode-se empregar o custeio variável durante o ano, tomando o cuidado de ajustá-lo as normas e legislação no fim de cada exercício.

Isso se dá pelo fato de que esse tipo de custeio fere os princípios contábeis geralmente aceitos. Principalmente o princípio da competência e o da confrontação. A empresa deve analisar se é viável implantar esse sistema para controle gerencial, pois o mesmo não é aceito legalmente.

2.8 Análise de custo/volume/lucro (CVL)

Essa análise diz respeito a projeções de lucros obtidos aos variados níveis de produção e vendas, e permite analisar se alterações nos componentes do lucro terão um grande impacto no mesmo. Para que seja possível uma melhor decisão no processo operacional da empresa.

De acordo com Hansen e Mowen (2001, p. 591) “a análise de custo-volume-lucro (análise CLV) é uma ferramenta poderosa no planejamento e na tomada de decisão”. Essa análise evidencia os inter-relacionamentos de custos, quantidades vendidas e preços, agrupando as informações financeiras da empresa. De acordo com Neves e Viceconti (2000, p. 153) “esta análise é um instrumento utilizado para projetar o lucro que seria obtido a diversos níveis possíveis de produção e vendas, bem como para analisar o impacto sobre o lucro de modificações no preço de venda, nos custos ou em ambos”.

Para Bruni e Famá (2011) a relação que existe entre custos fixos e variáveis consiste em uma importante etapa na análise de preços e projeções de lucros. Conforme Hansen e Mowen (2001, p. 591) “a análise CVL pode ser uma ferramenta valiosa para identificar a extensão e magnitude de um problema econômico pelo qual a empresa esteja passando, e ajudá-la a encontrar as soluções necessárias”.

Essa análise é de extrema importância para as entidades, pois o seu resultado irá demonstrar seu andamento financeiro e comercial, se as vendas estão fluindo como desejado, ainda podendo projetar seus lucros, fazendo investimentos, por exemplo.

2.8.1 Margem de contribuição

A margem de contribuição é um meio de se analisar se o que a empresa está produzindo está trazendo resultados para a mesma. Segundo Padoveze (2003, p. 278) a margem de contribuição “é a diferença entre o preço de venda unitário do produto ou serviço e os custos e despesas variáveis por unidade de produto ou serviço”. Isso quer dizer que em cada unidade vendida à empresa ira lucrar determinado valor. Esse valor multiplicado pela totalidade vendida resultará na margem de contribuição total.

De acordo com Leone (2012, p.380) a margem de contribuição ou contribuição marginal como também é chamada, “é a diferença entre as receitas e os custos diretos e

variáveis identificados a um produto, linha de produtos, serviços, processos, segmentos, enfim, a cada um dos objetos em que se pode dividir a atividade de uma empresa”.

A fórmula da margem de contribuição é:

Margem de Contribuição = Vendas – Custos Variáveis – Despesas Variáveis

Considera-se como custo dos produtos, portanto, todos os custos e despesas variáveis, sendo que os custos e despesas fixas irão direto ao resultado do período. A margem de contribuição pode ser determinada para qualquer segmento da empresa ou também de toda a empresa.

Ainda conforme Leone (2012) as receitas devem estar diretamente ligadas ao segmento, e os custos e despesas também devem ser identificados diretamente ao mesmo segmento, e deverão ser variáveis ao parâmetro escolhido com base e representativo da atividade. Para Martins (2010) o conceito de margem de contribuição é demonstrado pela diferença entre o preço de venda e o custo variável de cada produto. Ainda evidência que a margem de contribuição é o valor que cada unidade ou a multiplicação de todas as unidades vendidas somadas as demais, oferece de sobra à empresa entre sua receita e o custo provocado pela receita.

O que de fato a margem de contribuição mostra para a empresa é a verificação se certo produto está demonstrando à empresa o que realmente a mesma espera dele. Pois é verificado se determinado produto está contribuindo de maneira efetiva para a empresa, e se sua venda deve ser incentivada.

2.8.2 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio significa para a empresa o nível de equilíbrio que a empresa se encontra. O instante em que ela está empatando sua receita com as despesas e custos.

Segundo Padoveze (2003) o ponto de equilíbrio determina em termos quantitativos o que a empresa necessita vender e produzir para que a mesma consiga pagar todos os custos e despesas fixas e variáveis realizadas para produzir os produtos. Quando alcançado este ponto não se obtém nem lucro nem prejuízo. De acordo com Neves e Viceconti (2001, p. 155) “o ponto de equilíbrio é a quantidade mínima que a empresa deve produzir para que não tenha prejuízo”.

Para Martins (2010, p. 257) “o ponto de equilíbrio (também denominado ponto de ruptura - Break-even Point) nasce da conjugação dos custos e despesas totais com as receitas totais”. Portanto chega-se a seguinte fórmula a cerca do ponto de equilíbrio:

Ponto de Equilíbrio= Custo Fixos Totais / Margem de Contribuição

Pizzolato (2000, p. 175) identifica que

A análise do ponto de equilíbrio é uma técnica que busca determinar a relação entre os lucros ou prejuízos da empresa e seu nível de atividade. A relação é encontrada a partir dos valores dos custos fixos, dos custos variáveis e das receitas de vendas para cada nível possível de atividade. O ponto de equilíbrio corresponde ao nível mínimo de atividade da empresa em que suas receitas e despesas se equilibram.

Ainda conforme Padoveze (2003, p. 279) “a informação do ponto de equilíbrio da empresa, tanto do total global, como por produto individual, é importante, porque identifica o nível mínimo de atividade em que a empresa ou cada divisão deve operar”.

Segundo Neves e Viceconti (2000, p. 164) “a análise do ponto de equilíbrio, quando há múltiplos produtos, só é possível admitindo-se uma determinada combinação de vendas entre eles”. Ainda, para o mesmo autor, sempre que as vendas ultrapassarem o ponto de equilíbrio, o lucro da empresa será sempre crescente. Assim quanto maior for à produção e as vendas, conseqüentemente maior será o lucro da empresa.

Se ocorrerem alterações nos custos fixos, supondo um aumento, isso irá fazer com que o ponto de equilíbrio também aumente, na mesma proporção. Em relação aos custos variáveis se ocorrerem aumentos nos mesmos irá incrementar o ponto de equilíbrio na proporção aumentada.

De acordo com Neves e Viceconti (2001) quando houver variação nos custos variáveis unitários não se pode fazer generalização similar em relação à alteração dos custos fixos, o ponto de equilíbrio deve ser analisado não só a partir das alterações nos custos variáveis, mas também do valor absoluto da margem de contribuição unitária.

Para Padoveze (2003, p. 282),

O conceito de ponto e equilíbrio também é um conceito para gestão de curto prazo da empresa. É importante ressaltar esse enfoque. Isso é claro porque o ponto de equilíbrio mostra o ponto mínimo em que a empresa pode operar para que tenha

lucro zero. Nesse ponto mínimo de capacidade de operação, a empresa consegue cobrir todos os custos de capacidade, os custos fixos.

A grande vantagem do ponto de equilíbrio está na sua simplicidade. É de fácil entendimento encontrar em que nível de resultado a empresa se encontra, pois a produção da empresa varia com o mercado, assim esta análise irá ajudar a demonstrar esse nível juntamente com as decisões das vendas.

2.8.3 Ponto de equilíbrio contábil, econômico e financeiro

O ponto de equilíbrio pode ser classificado de três diferentes maneiras: contábil, econômico e financeiro.

2.8.3.1 Ponto de equilíbrio contábil

Segundo Martins (2010) o ponto de equilíbrio contábil é obtido quando a margem de contribuição totalizar o montante suficiente para cobrir todos os custos e despesas fixas. Para Neves e Viceconti (2001, p. 159) esse ponto é “a quantidade que equilibra a receita total com a soma dos custos e despesas relativos aos produtos vendidos”.

Conforme Bruni e Famá (2011) a análise dos gastos variáveis e fixos torna possível obter o ponto de equilíbrio contábil da empresa: representação do volume de vendas em unidades ou em valor necessária para cobrir todos os custos. Esse tipo de ponto contábil evidencia o lucro da empresa igualado à zero, ou seja, as receitas totais são iguais aos gastos totais.

2.8.3.2 *Ponto de equilíbrio econômico*

Segundo Bruni e Famá (2011) o ponto de equilíbrio econômico apresenta a quantidade de vendas ou do faturamento que a empresa deveria obter para cobrir a remuneração mínima do capital próprio nela investido. Para Neves e Viceconti (2001, p. 159) o ponto de equilíbrio econômico (PEE) é

a quantidade que iguala a receita total com a soma dos custos e despesas acrescida de uma remuneração mínima sobre o capital investido pela empresa. Esta remuneração mínima corresponde á taxa de juros de mercado multiplicado pelo capital e é denominada pelos economistas de custo de oportunidade.

Conforme Padoveze (2003) incluem-se as despesas e as receitas financeiras, mais os efeitos monetários, que serão tratados como despesas fixas, inclusive o custo de capital próprio. Assim obtêm-se o valor da receita mínima para que se gere um lucro igual à zero, cobrindo todos os gastos operacionais, financeiros e os efeitos na inflação nos ativos e passivos monetários.

2.8.3.3 *Ponto de equilíbrio financeiro*

O ponto de equilíbrio financeiro (PEF) será obtido quando a empresa conseguir obter uma margem de contribuição total ao seu desembolso fixo. Na concepção de Neves e Viceconti (2001) esse ponto é a soma dos custos e despesas que representam os desembolsos financeiros para a organização, isso igualado a quantidade da receita total.

De acordo com Bruni e Famá (2011, p. 205) “no cálculo do ponto de equilíbrio financeiro não devem ser considerados gastos relativos a depreciações, amortizações ou exaustões, pois estas não representam desembolsos para a empresa”.

2.8.4 Margem de segurança

A definição da margem de segurança é calculada levando-se em conta o volume de vendas calculado no ponto de equilíbrio e o volume de vendas que a empresa apresenta. Conforme Neves e Viceconti (2000, p. 163) a margem de segurança “é o percentual de redução de vendas que a empresa pode suportar sem que tenha prejuízo”. Assim forma-se pela seguinte fórmula:

Margem de segurança (MS) = Vendas reais/orçadas (-) vendas no PE

Bruni e Famá (2011) identificam a margem de segurança como a quantia ou índice das vendas que excedem o ponto de equilíbrio, e pode ser calculada em quantidade, valor ou percentual. Por isso a definição do valor dessa margem é importante para que os gestores possam verificar o nível das vendas, tomando as decisões cabíveis nesse setor.

3 METODOLOGIA

Neste capítulo será identificada a metodologia utilizada, ou seja, o delineamento, procedimentos e técnica de coleta de dados, análise e interpretação dos dados e variáveis do estudo, no sentido de fornecer suporte ao alcance dos objetivos.

Para Cervo e Bervian (2002) o método quer descobrir a realidade dos fatos, e esses ao serem descobertos guiam o uso do método. É o meio de acesso para a busca dos fatos. A pesquisa de acordo com Ander-Egg (apud, MARCONI e LAKATOS, 2011) é um procedimento sistemático, controlado, crítico e formal que requer um procedimento formal para o conhecimento de uma realidade.

3.1 Delineamento da Pesquisa

De acordo com Cervo e Bervian (2002, p. 63) “a pesquisa é uma atividade voltada para a solução de problemas teóricos ou práticos com o emprego de processos científicos”.

Segundo Gil (2007), o delineamento da pesquisa refere-se ao planejamento da pesquisa, considerando o ambiente dos dados coletados e as variáveis escolhidas. Para atingir os objetivos da pesquisa, foi utilizada a pesquisa descritiva e quantitativa, voltada para um estudo de caso.

A pesquisa caracterizou-se, quanto ao procedimento técnico utilizado, como um estudo de caso, através do qual a coleta de dados e informações que serão verificadas pelo estudo busca responder a questão problema.

O estudo de caso caracteriza-se de acordo com Diehl e Tatim (2004, p. 61) pelo estudo aprofundado e cansativo de um ou poucos objetos, permitindo seu amplo conhecimento. Os autores ainda complementam que

o estudo de caso pode ser visto como técnica psicoterápica, como método didático ou como método de pesquisa. Nesse último sentido pode ser definido como um conjunto de dados que descrevem uma fase ou a totalidade do processo social de uma unidade, em suas diversas relações internas e em suas fixações culturais, quer essa unidade seja uma pessoa, uma família, um profissional, uma instituição social, uma comunidade ou uma nação.

A pesquisa será descritiva, a qual segundo Gil (2007) tem como objetivo principal à descrição das características de determinada população, fenômeno, ou permite o estabelecimento de relação entre variáveis.

De acordo com Diehl e Tatim (2004, p.54) as pesquisas descritivas “tem como objetivo primordial à descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, estabelecimento de relação entre variáveis”. Uma das características mais significativas é a utilização de técnicas padronizadas.

Para Hymann (apud MARCONI e LAKATOS 2011, p. 6) a pesquisa descritiva é uma “simples descrição de um fenômeno”. Essa pesquisa é descritiva, pois irá analisar, interpretar e observar os fatos que acontecem na empresa estudada, a partir dos dados obtidos sob as margens de contribuição aplicadas pela empresa, para enfim atingir seu propósito.

Quanto à abordagem do problema classifica-se a pesquisa como quantitativa. Conforme Silva e Menezes (2001, p. 20), a “pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las”. Segundo Diehl e Tatim (2004) a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo uso da quantificação nas informações com o objetivo de garantir resultados e evitar erros possibilitando uma imagem clara do trabalho.

Roesch (1999) ressalta que se a pesquisa objetivar a avaliação dos resultados de um produto, de uma atividade ou de um sistema, o melhor método é a pesquisa quantitativa. É

importante controlar seu delineamento para garantir uma boa interpretação dos resultados. A abordagem quantitativa da pesquisa se dá na medida em que se objetiva atender a forma de buscar a porcentagem da margem de contribuição, avaliando os resultados da empresa proposto no trabalho, além do cálculo do ponto de equilíbrio.

3.2 Universo de Pesquisa

Pelo fato do estudo se caracterizar pelo procedimento técnico de estudo de caso, não há população nem amostra. A pesquisa realizou-se em um mercado conforme descrição no item 4.1.

3.3 Procedimentos e Técnicas de Coleta dos Dados

A pesquisa caracteriza-se, quanto ao procedimento técnico para coleta e tratamento dos dados, como pesquisa documental, pois utiliza documentos fornecidos pela empresa. Os dados utilizados serão coletados a partir do sistema próprio da organização, revelam a margem, estoques e vendas da empresa.

Conforme Diehl e Tatim (2004) existem diversos instrumentos de coleta de dados que podem ser utilizados a fim de se obter informações. Afirma ainda que, as técnicas de coleta de dados devem ser escolhidas e aplicadas conforme o contexto da pesquisa, e a eficácia depende da sua utilização adequada.

Diehl e Tatim (2004) definem esses documentos como materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou ainda, que possam ser reelaborados de acordo com o objeto da pesquisa. Gil (2007, p. 43) afirma que, “para analisar os fatos do ponto de vista empírico, para confrontar a visão teórica com os dados da realidade, torna-se necessário traçar um modelo conceitual e operativo da pesquisa”. Segundo o autor, tal modelo pode ser definido como delineamento, onde o elemento mais importante é a forma como serão coletados os dados da pesquisa.

Durante a pesquisa foram feitas verificações na empresa estudada, a fim de obter informações relevantes para o trabalho. Conforme Diehl e Tatim, (2004) existem diversos

instrumentos de coleta de dados que podem ser utilizados a fim de se obter informações, afirma ainda que as técnicas de coleta de dados devem ser escolhidas e aplicadas conforme o contexto da pesquisa e a eficácia depende da adequada utilização. A coleta de dados nesta pesquisa deu-se pela análise documental.

3.4 Análise e Interpretação dos Dados

Os dados da empresa analisada foram coletados e estruturados através da análise de documentos internos. Segundo Diehl e Tatim (2004) em uma pesquisa, seja ela de caráter qualitativo ou quantitativo, deve-se organizar os dados coletados para que o pesquisador possa interpretá-los.

Gil (2007) diz que os dados analisados devem ser organizados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para a investigação. O mesmo autor afirma que a análise tem por objetivo organizar e sumariar os dados de forma tal que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para a investigação.

No presente trabalho serão utilizadas fontes bibliográficas e dados coletados em arquivos da empresa, com objetivos de levantar informações sobre as margens e custos dos produtos utilizados pela mesma. Os dados coletados foram organizados, classificados e tabulados em planilha eletrônica. Os resultados foram apresentados em quadros, expondo os resultados da pesquisa.

3.5 Variáveis

As principais variáveis que foram aplicadas nesta pesquisa para solução do problema e realização do estudo são o resultado e a margem de contribuição.

3.5.1 Margem de Contribuição

Os avanços devido à globalização, a concorrência, e outras dificuldades impostas pelo mercado estão dificultando cada vez mais as decisões em relação aos produtos

comercializados, pois a venda desses produtos depende muito dessas variações. O ganho a partir da venda desses produtos em certos casos fica ameaçado devido essas mudanças, pois suas vendas podem diminuir, ou aumentar dependendo do que aconteceu com a economia.

Assim a margem de contribuição utilizada nos produtos também irá variar. Esses produtos ao serem fabricados geram custos variáveis, que são determinados a partir da quantidade produzida ou vendida. Segundo Padoveze (2003, p. 279) “margem de contribuição é a margem bruta, obtida pela venda de um produto ou serviço, que excede seus custos variáveis unitários”. Ou seja, a margem de contribuição é o mesmo que o lucro variável unitário.

A margem de contribuição é gerada a partir do método de custeio variável, pois o mesmo considera que aos produtos devem ser alocados apenas os custos variáveis, assim esses produtos irão resultar na margem de contribuição unitária. Nesse método é possível identificar o que realmente sobrou do produto em termos monetários, por isso a empresa só começará a gerar lucro se cobrir a parcela de custos e despesas variáveis que os produtos provocaram.

A utilização desse método para a verificação da margem obtida é de eficaz controle dos produtos na análise dos mais rentáveis, que realmente geram lucro para a empresa e consequentemente ajuda em uma tomada de decisão mais consciente por parte das empresas. Defende também que só assim poderão chegar aos valores verdadeiros dos custos de cada produto.

Portanto, o contador de custos deve conhecer o ambiente onde a contabilidade de custos está inserida, preparando informações diferenciadas, que irão atender às necessidades gerenciais distintas no processo decisório da empresa.

3.5.2 Resultado

O resultado obtido no final do período pelas empresas é o que irá definir a continuidade ou não da mesma. Todas as empresas mercantis tem objetivo do lucro, ou seja, o resultado positivo de suas atividades. Conforme Franco (1990, p. 54) “o resultado é o lucro ou o prejuízo da atividade econômica da empresa, que, para produzir bens ou serviços, incorre no custo, isto é, no consumo de outros bens e serviços”.

Para a Equipe de Professores da FEA/USP (2010) sempre que as receitas obtidas pela empresa superarem as despesas incorridas pela mesma o resultado obtido no período contábil será lucro, o que conseqüentemente aumentará o Patrimônio Líquido da mesma. Caso as despesas sejam maiores que as receitas ocasionaram um prejuízo diminuindo o Patrimônio Líquido.

Ainda para Franco (1990) as receitas obtidas pela empresa é que recuperarão o custo realizado por ela. Essa recuperação dá-se por valor superior ao de custo. Mas o resultado no decorrer das atividades poderá ser desfavorável por uma série de fatores que poderão acontecer sem a previsão da empresa.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os dados coletados, analisados e discutidos de acordo com os objetivos deste estudo. Inicialmente é apresentada a caracterização da empresa estudada, em seguida são apresentados e discutidos os dados do estudo. Na última seção deste capítulo, constam as recomendações e sugestões à empresa estudada.

4.1 Caracterização da Empresa

A empresa objeto deste estudo foi constituída em 05 de setembro de 2011, seu quadro societário é formado por dois sócios, que participam ativamente da gerência da empresa. Sendo que sua sede localiza-se na cidade de Capão Bonito do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul.

Por solicitação de seus sócios, a razão social da empresa estudada será omitida, a fim de preservar a identidade da mesma. A empresa atua no ramo de comércio varejista de mercadorias em geral. Sua atividade principal é a comercialização de produtos alimentícios, sendo também comercializado gás liquefeito de petróleo (GLP).

A empresa conta com um funcionário, que se reveza nas atividades da empresa, prestação de serviços e administração, além de seus dois sócios, que estão sempre presentes no dia a dia da empresa. Foi constituída sob a forma de microempresa, sendo optante pelo regime de tributação do Simples Nacional.

4.2 Resultados

4.2.1 Faturamento líquido do período

O Quadro 2 mostra o faturamento líquido por linha de produto da empresa. Para realização deste trabalho, a empresa liberou os dados, relativos às vendas dos meses de janeiro a agosto de 2013. Esses dados foram retirados do sistema implantado na empresa e com o auxílio da contabilidade da mesma. O valor do faturamento líquido da empresa foi obtido através do total do faturamento bruto subtraindo-se os impostos.

LINHA DE PRODUTO	FATURAMENTO BRUTO (R\$)	(-) IMPOSTOS SOBRE A VENDA (R\$)	(=) FATURAMENTO LÍQUIDO (R\$)	%
Higiene e Limpeza	45.464,74	3.428,04	42.036,70	12,45%
Bebidas	52.794,11	3.980,68	48.813,43	14,46%
Alimentos	184.711,28	13.927,23	170.784,05	50,58%
Ferragens	2.481,14	187,08	2.294,06	0,68%
Utilidades Domésticas	13.334,16	1.005,40	12.328,76	3,65%
Embalagens	188,15	14,19	173,96	0,05%
Guloseimas e Salgados	19.268,74	1.452,86	17.815,88	5,28%
Material Escolar	4.164,24	313,98	3.850,26	1,14%
Frios	29.262,18	2.206,37	27.055,81	8,01%
Pet	8.403,29	633,61	7.769,68	2,30%
Fruteira	1.436,44	108,31	1.328,13	0,39%
Cigarro	3.678,45	277,36	3.401,09	1,01%
TOTAL	365.186,92	27.535,09	337.651,83	100,00%

Quadro 2: Apuração do faturamento líquido por linha de produto

Fonte: Dados Primários

O mercado obteve um faturamento bruto conforme apresentado no Quadro 2 de R\$365.186,92 no período de janeiro a agosto de 2013. O cálculo do imposto sobre as vendas incide em uma alíquota de 7,54%. Esta alíquota está vigente para as empresas tributadas pelo Simples Nacional que se enquadram nesta faixa faturamento bruto. Portanto o imposto sobre as vendas importou em R\$27.535,09 neste período. A partir desses dados obteve-se o faturamento líquido da empresa no período visualizado, totalizando um valor de R\$337.651,83, que é encontrado pela diminuição do faturamento bruto pelo imposto sobre a venda.

Verifica-se também no Quadro 2 o valor do faturamento pelas linhas de produtos e o percentual que cada uma obteve em relação ao total do faturamento líquido. A linha de produto alimentação foi a que mais se destacou apresentando um faturamento líquido de R\$170.784,05, contando com 50,58% do total do faturamento líquido um valor alto em relação às demais linhas de produto. Um pouco mais distante a linha de bebidas apresentou um percentual de 14,46% do faturamento líquido, com um valor faturado de R\$48.813,43. Em seguida a linha de higiene e limpeza obteve um faturamento de R\$ 42.036,70, representando 12,45% do total faturado. As três piores linhas de produtos foram a de ferragens que teve um faturamento líquido de R\$2.294,06, a fruteira que contou com R\$1.328,13 e a de embalagens que resultou em R\$173,96, demonstrando que a venda desses produtos é bem menor em relação aos citados acima. O percentual foi respectivamente de 0,68%, 0,39% e 0,05% do total faturado.

4.2.2 Margem de contribuição dos departamentos

O Quadro 3 mostra a margem de contribuição em reais da empresa. Esse valor foi encontrado a partir do faturamento líquido retirado do Quadro 2 e do custo das mercadorias vendidas, este buscado na contabilidade da empresa.

LINHA DE PRODUTO	(=) FATURAMENTO LÍQUIDO (R\$)	(-) CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS (R\$)	(=) MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	%
Limpeza e Higiene	42.036,70	31.825,32	10.211,38	14,56%
Bebidas	48.813,43	39.595,58	9.217,85	13,15%
Alimentos	170.784,05	138.533,46	32.250,59	45,99%
Ferragens	2.294,06	1.736,80	557,26	0,79%
Utilidades Domésticas	12.328,76	9.333,91	2.994,85	4,27%
Embalagens	173,96	131,71	42,25	0,06%
Guloseimas e Salgados	17.815,88	13.488,12	4.327,76	6,17%
Material Escolar	3.850,26	2.498,54	1.351,72	1,93%
Frios	27.055,81	20.483,53	6.572,28	9,37%
Pet	7.769,68	5.882,30	1.887,38	2,69%
Fruteira	1.328,13	929,69	398,44	0,57%
Cigarro	3.401,09	3.094,99	306,10	0,44%
TOTAL	337.651,83	267.533,95	70.117,88	100,00%

Quadro 3: Apuração da margem de contribuição por linha de produto

Fonte: Dados Primários

A margem de contribuição demonstra para a empresa quanto cada linha de produto contribui para a amortização dos gastos fixos. No período analisado a empresa totalizou uma margem de contribuição no valor de R\$70.117,88. Nota-se que o custo das mercadorias vendidas somou R\$267.533,95.

Como apurado no Quadro 2 a linha de produto que mais contribuiu para a empresa foi a Alimentação com R\$32.250,59, ficando com um percentual de 45,99% do total da margem de contribuição das linhas de produtos. Em seguida, vem à linha de Limpeza e Higiene totalizando R\$10.211,38, com 14,56% da margem de contribuição apurada. A linha de Bebidas que havia sido a segunda em termos de faturamento obteve uma contribuição em percentual de 13,15%, demonstrando um total de R\$9.217,85. A seguir contando com 9,37% da margem de contribuição os Frios se destacam com R\$6.572,28.

Já com valores mais baixos cabem às linhas de Guloseimas e Salgados, Utilidades Domésticas, Pet e Material Escolar que obtiveram respectivamente R\$4.327,76, R\$2.994,85, R\$1.887,38 e R\$1.351,72. Seus percentuais ficaram em 6,17%, 4,27%, 2,69% e 1,93%, respectivamente, totalizando 15,06% da margem de contribuição total, em valores R\$10.561,71.

As linhas que se destacaram com pior margem de contribuição, se comparado à margem de contribuição total da margem de contribuição, são as seguintes: Ferragens obteve uma margem de R\$557,26 e um percentual de 0,79%, a linha de Fruteira alcançou R\$398,44, 0,57% da margem, e de Cigarros resultou em 0,44%, com R\$306,10.

Entretanto, se os dados forem analisados de outra forma, ou seja, se a margem de contribuição de cada linha for comparada ao seu faturamento, obter-se-á uma nova interpretação. Tomando a linha de ferragens como exemplo, obtêm-se o percentual de 24,29% de margem de contribuição se comparada ao faturamento. Isso significa que para cada real faturado sobra para a empresa uma margem de contribuição de R\$ 0,24. Quando analisada a linha de alimentos, esse mesmo percentual reduz para 18,88%. Sob esse ângulo, pode-se afirmar que a linha de alimentos não é tão rentável quanto à linha de ferragens. Entretanto, como a linha de alimentos vende muito mais do que a linha de ferragens, ela se destaca como aquela que mais contribui na geração de margem de contribuição para pagamento dos gastos fixos. No Quadro 4 é exposto o que foi demonstrado.

O Quadro 4 apresenta o faturamento líquido e margem de contribuição que foram calculados no Quadro 3, mas com o percentual de cada linha de produtos comparando a margem de contribuição com o faturamento.

LINHA DE PRODUTO	FATURAMENTO LÍQUIDO (R\$)	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO(R\$)	PERCENTUAL %
Limpeza e Higiene	42.036,70	10.211,38	24,29%
Bebidas	48.813,43	9.217,85	18,88%
Alimentos	170.784,05	32.250,59	18,88%
Ferragens	2.294,06	557,26	24,29%
Utilidades Domésticas	12.328,76	2.994,85	24,29%
Embalagens	173,96	42,25	24,29%
Guloseimas e Salgados	17.815,88	4.327,76	24,29%
Material Escolar	3.850,26	1.351,72	35,11%
Frios	27.055,81	6.572,28	24,29%
Pet	7.769,68	1.887,38	24,29%
Fruteira	1.328,13	398,44	30,00%
Cigarro	3.401,09	306,10	9,00%
TOTAL	337.651,83	70.117,88	20,77%

Quadro 4: Apuração do percentual da margem de contribuição em relação ao faturamento líquido

Fonte: Dados Primários

Como verificado com a linha de ferragens as linhas de limpeza e higiene, utilidades domésticas, embalagens, guloseimas e salgados, frios e pet apresentam uma margem em relação ao total faturado de 24,29%. Destas a linha de embalagem se destaca como pior faturamento encontrado, mas está entre as que o mercado pode faturar mais a partir da sua venda, apesar de não contribuírem muito para a geração da margem de contribuição.

Com maior percentual em relação ao faturamento a linha de material escolar obtém 35,11% da margem de contribuição, sendo que para cada real vendido sobra para a empresa cobrir os gastos fixos R\$0,35. A linha de fruteira também apresenta um percentual alto, 30% da margem em relação ao faturamento, significando que a empresa irá ter de sobra R\$0,30 para cada real faturado, sendo que essa linha é uma das que possui menor margem de contribuição para a empresa.

A linha de cigarro é a que menos contribuiu em todos os aspectos, pois para cada real obtido pela empresa, a mesma conseguirá obter somente R\$0,09 de sobra para pagamento dos gastos fixos, ou seja, essa linha contribui com 9% se a comparado com o faturamento líquido.

Comparando o total da margem de contribuição com o faturamento a empresa obtém um percentual de 20,77% do total faturado, então para cada real que a empresa ganha sobra R\$0,20 para realizar os gastos fixos.

4.2.3 Apuração dos gastos fixos

Os gastos fixos da empresa são apresentados no Quadro 5. Especificados mensalmente de janeiro a agosto deste ano, período referido neste estudo.

GASTOS FIXOS	JANEIRO (R\$)	FEVEREIRO (R\$)	MARÇO (R\$)	ABRIL (R\$)	MAIO (R\$)	JUNHO (R\$)	JULHO (R\$)	AGOSTO (R\$)	TOTAL (R\$)
Aluguel	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	10.800,00
Energia Elétrica	1.191,03	1.192,78	1.004,04	885,17	685,40	809,96	633,54	649,02	7.050,94
Comunicação	90,64	112,50	107,54	157,03	103,26	97,55	89,34	89,16	847,02
Água	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	24,00
Material de Consumo	326,55	354,00	397,60	289,50	276,35	298,00	290,00	314,63	2.546,63
Combustível	200,94	208,22	260,00	254,80	215,20	232,54	246,35	236,40	1.854,45
Honorários	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	226,00	1.808,00
Propaganda	80,00	80,00	80,00	100,00	50,00				390,00
Despesas Bancárias	21,60	18,05	14,50	18,05	21,60	18,05	18,05	18,05	147,95
Impostos	192,18	203,46	203,46	203,46	203,46	203,46	203,46	246,72	1.659,66
Salários	735,00	805,59	805,59	805,59	805,59	805,59	805,59	805,59	6.374,13
Pró-labore	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	24.000,00
TOTAL	7.416,94	7.553,60	7.451,73	7.292,60	6.939,86	7.044,15	6.865,33	6.938,57	57.502,78

Quadro 5: Apuração dos gastos fixos

Fonte: Dados Primários

Os gastos fixos totalizaram R\$57.502,78 de janeiro a agosto deste ano. Compõem os gastos fixos todos aqueles gastos que a empresa tem independentemente do volume de suas vendas, considerado o curto prazo.

O mês que mais contribuiu para esses gastos foi fevereiro com R\$7.553,60 sendo que o valor da energia elétrica foi o que originou esse valor mais alto. Em segundo aparece o mês de março com R\$7.451,53, uma diferença de apenas R\$102,07 em relação ao mês de fevereiro.

Em seguida aparecem os meses de janeiro, abril e junho, com respectivamente R\$7.416,94, R\$7.292,6 e R\$7.044,15. Os meses em que menos se obteve gastos foram maio com R\$6.939,86, julho apresentando um valor de R\$6.865,33 e agosto com R\$6.938,57.

O pró-labore que significa as retiradas pelo sócio é o gasto que mais se destaca obtendo um valor de R\$24.000,00, ou seja, R\$3.000,00 por mês. O aluguel e a energia elétrica vêm logo atrás totalizando respectivamente R\$10.800,00 e R\$7.050,94. O combustível utilizado para a entrega e busca de produtos totalizou R\$1.854,45.

O valor gasto com INSS e FGTS configuram o gasto com impostos, demonstrados no quadro, esse gasto fixo totalizou R\$1.659,66.

Os valores com salários ocuparam R\$6.374,13 do total das despesas fixas, e os honorários com os serviços prestados pelo contador contabilizaram R\$1.808,00. As despesas com comunicação incluem os gastos com internet e telefone da empresa, sendo que somaram ao longo dos oito meses R\$847,02. Os gastos com material de consumo abrangem despesas com sacolas plásticas utilizadas para a embalagem dos produtos e materiais como bobinas para impressora fiscal, folhas A4, fichas pautadas, ou seja, materiais utilizados para a ocorrência da venda, esses gastos totalizaram R\$2.546,63. Gastos com água, propaganda e despesas bancárias totalizaram R\$561,95.

4.2.4 Apuração do resultado do período

O Quadro 6 mostra o resultado do período do mercado ABC. Sendo que o valor do faturamento bruto e dos impostos obtidos pela empresa foram retirados do Quadro 2. A partir desses valores encontrou-se a receita líquida, diminuindo o valor do custo das mercadorias vendidas apurou-se a margem de contribuição da empresa, valores que deverão ser os mesmos

encontrados nos quadros já apurados. Ainda deduzindo os dados dos gastos fixos que foram retirados do Quadro 5, por fim chegou-se ao lucro ou prejuízo do período.

Demonstração do Resultado	R\$
Faturamento	365.186,92
(-) Impostos sobre vendas	27.535,09
= Receita Líquida	337.651,83
(-) Custo da Mercadoria Vendida	267.533,95
= Margem de Contribuição	70.117,88
(-) Gastos Fixos	57.502,78
(=) Lucro Líquido	R\$ 12.615,10

Quadro 6: Apuração do resultado do período

Fonte: Dados Primários

Conforme mostra o Quadro 6, a empresa obteve um lucro líquido no período de janeiro a agosto de 2013 de R\$12.615,10. Comparando esse valor com o faturamento bruto é possível verificar que há uma diferença de R\$352.571,82 entre dispêndios realizados pela empresa até o resultado positivo da mesma.

Entretanto ao analisar o valor total dos gastos fixos com a margem de contribuição verifica-se que os gastos ocupam 82% da margem de contribuição. Restando 18% para o lucro do período. No Quadro 7 apresenta-se o lucro obtido mensalmente, sendo que a estrutura é a mesma do Quadro 6, apenas com valores mensais.

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	JANEIRO (R\$)	FEVEREIRO (R\$)	MARÇO (R\$)	ABRIL (R\$)	MAIO (R\$)	JUNHO (R\$)	JULHO (R\$)	AGOSTO (R\$)	TOTAL (R\$)
Faturamento	43.921,52	50.730,09	45.761,38	48.244,23	41.938,79	46.231,58	46.196,34	42.162,99	365.186,92
(-) Impostos sobre vendas	3.311,68	3.825,05	3.450,41	3.637,61	3.162,18	3.485,86	3.483,20	3.179,09	27.535,09
(=) Receita Líquida	40.609,84	46.905,04	42.310,97	44.606,62	38.776,61	42.745,72	42.713,14	38.983,90	337.651,83
(-) Custo da Mercadoria Vendida	31.746,35	35.793,84	34.582,14	35.334,24	31.086,03	33.505,14	34.896,47	30.589,74	267.533,95
(=) Margem de Contribuição	8.863,49	11.111,20	7.728,83	9.272,38	7.690,58	9.240,58	7.816,67	8.394,16	70.117,88
(-) Gastos Fixos	7.416,94	R\$ 7.553,60	7.451,73	7.292,60	6.939,86	7.044,15	6.865,33	6.938,57	57.502,78
(=) Lucro Líquido	1.446,55	R\$ 3.557,60	R\$ 277,10	1.979,78	R\$ 750,72	2.196,43	951,34	1.455,59	12.615,10

Quadro 7: Apuração do resultado do período mensal

Fonte: Dados Primários

Conforme dados apresentados no Quadro 7, nota-se que o mês de fevereiro foi o que mais contribuiu para a geração do lucro total com um valor de R\$3.557,60. Isso foi possível pelo alto faturamento obtido neste mês, sendo o mês que houve maior faturamento bruto, isso devido o mercado estar sem concorrente neste período, além da contribuição das vendas ocorridas no feriado de carnaval. Já o mês de junho teve uma sobra líquida de R\$2.196,43. E em abril e janeiro, respectivamente houve um lucro de R\$1.979,78 e R\$1.446,55.

Porém, ao analisar o percentual desse lucro mensal sobre o lucro total verifica-se que fevereiro ocupou 28,20% desse lucro. Juntos abril e janeiro não conseguiram alcançar o percentual obtido em fevereiro, obtiveram 27,16%, com uma diferença para menos de 1,04%. Junho alcançou 17,41% do lucro total.

Verificando os meses em que o lucro foi mais baixo tem-se março com R\$277,10, o pior mês dentre os analisados. Um dos motivos para isso ter ocorrido foi à abertura de novo concorrente na cidade como explicado anteriormente. Mas as vendas como verificado no quadro diminuiram aproximadamente R\$5.000,00, esse valor não pode ser considerado alto, pois em outros meses o faturamento foi parecido e houve alto lucro. De fato o que ocorreu foi um alto valor nos gastos fixos, que, conforme analisado no Quadro 5 foi um dos meses em que se obteve alto valor. Maio se encaixa como o segundo pior com R\$750,72, mas com uma diferença de R\$473,62 em relação a março. Logo atrás julho aparece com R\$951,34 de lucro líquido. Observando o percentual o lucro de março ocupou 2,20% do lucro total. Maio aparece com 5,95%, e julho com 7,54%.

No entanto, observando fevereiro o mês em que se obteve maior lucro em relação ao que gerou menor, que foi março, há uma diferença de R\$3.280,50 entre esses dois meses. Isso demonstra que os lucros obtidos pelo mercado ABC foram desproporcionais, pois de um mês para outro houve diferenças no lucro obtido. Uma maneira para que esse lucro fosse mais proporcional seria a boa administração dos gastos fixos, pois é de extrema importância o não desperdício desses custos, o que demonstraria pra a empresa um maior retorno financeiro.

4.2.5 Cálculo do ponto de equilíbrio contábil

O ponto de equilíbrio contábil demonstra o momento em que as vendas em reais cobrem os gastos fixos e variáveis.

A seguir é demonstrado o cálculo do PEC para o período de 8 meses, através da sua fórmula, onde seu resultado é obtido a partir do valor total dos gastos fixos dividido pela margem de contribuição total em percentual.

PEC = (Gastos fixos) /% margem de contribuição

PEC = 57.502,78 / 0,2077

PEC = R\$ 276.854,98

O valor encontrado deve cobrir os gastos fixos do mercado que foram R\$57.502,78, ou seja, no momento em que a empresa faturar líquido de impostos o valor de R\$276.854,98 a mesma irá igualar sua receita com os seus gastos, encontrando o nível de equilíbrio, empatando seu faturamento com suas despesas. Para apurar a receita bruta de ponto de equilíbrio deve-se dividir o valor de R\$ 276.854,98 pelo resultado da subtração de 100% menos 7,54% que representa o percentual dos impostos sobre a venda. Se mantido o percentual de impostos sobre a venda de 7,54%, o faturamento bruto para o ponto de equilíbrio será de R\$ 299.432,17.

Se observado o valor do faturamento líquido total que foi de R\$337.651,83 com o valor do PEC, pode-se concluir que o mercado consegue pagar seus gastos fixos, e ainda obter lucro, pois o valor do faturamento é maior que o valor do PEC.

4.3 Sugestões e Recomendações

Com base no que foi desenvolvido até o momento, apresentam-se na sequência, algumas sugestões e recomendações.

Sugere-se para a gestão da empresa verificar quanto cada linha de produto ocupa de espaço por metro quadrado no espaço total de exposição para os produtos. Como analisado é possível verificar que a linha de ferragens é umas das mais rentáveis para o mercado, mas a sua venda é baixa. Ao contrário da linha de alimentos que é a que fatura mais, mas é a que deixa menos margem de contribuição para a empresa. Portanto, um indicador que pode auxiliar na gestão da empresa é quanto cada linha de produtos oferece de margem de contribuição por metro quadrado que ocupa em relação à área total de exposição de produtos. Para tanto, bastaria dividir a margem de contribuição de cada linha pela metragem quadrada ocupada por cada linha de produto.

Outra sugestão seria calcular o ponto de equilíbrio financeiro. Este revelaria para a empresa o momento em que as receitas cobrem os gastos fixos, sendo que neste valor não entrariam a depreciação, amortização e exaustão, pois as mesmas diminuem o lucro e não representam saídas de caixa. Então o cálculo do ponto de equilíbrio financeiro representaria para a empresa o valor real que a empresa precisaria faturar para fazer frente aos gastos fixos que exigem desembolso de caixa.

Ainda recomenda-se o cálculo do ponto de equilíbrio econômico, pois o mesmo mostra para a empresa o valor do faturamento que ela deveria ter para cobrir a remuneração mínima de capital próprio nela investido. Essa análise é de grande importância, pois revela o faturamento mínimo necessário para remunerar o investimento a uma taxa mínima que representa a expectativa dos investidores.

Sugere-se ainda que a empresa verifique a margem de segurança. Esse valor irá demonstrar para a empresa a diferença entre o valor das vendas reais com o valor das vendas resultantes do ponto de equilíbrio. Esse resultado indica as vendas excedentes da empresa, ou seja, a parcela das vendas que gerou o lucro da empresa.

É importante ao mesmo tempo para a empresa o controle dos gastos fixos, devendo ser realizado um controle maior sobre esses gastos identificando estratégias para a redução dos mesmos.

Por fim sugere-se para o mercado que o mesmo mensure o valor das perdas com produtos perecíveis, pois com isso iria demonstrar o real resultado do período obtido pela empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É grande o número de informações geradas em uma empresa e elas são de grande valia para a boa administração da mesma, pois em um mundo em que a globalização está gerando alta competitividade essas informações são necessárias para que as empresas se tornem inovadoras. Dentre essas informações estão às voltadas para a área de custos, sendo que as mesmas auxiliam os gestores no processo de tomada de decisão. Com isso, chegou-se no seguinte objetivo de pesquisa: apurar o custo e o resultado, pelo método do custeio variável, das linhas de produtos comercializadas no mercado ABC.

Em cumprimento aos objetivos deste trabalho foram demonstrados e analisados o faturamento líquido, os custos e despesas variáveis, os custos e despesas fixas, a margem de contribuição, o resultado e o ponto de equilíbrio e finalmente foram propostas sugestões aos gestores com base nos dados encontrados. O estudo atendeu a ordem cronológica de janeiro a agosto de 2013, sendo analisadas as principais linhas de produtos do mercado ABC.

O trabalho foi elaborado na perspectiva do custeio variável, ou seja, as despesas foram segregadas em fixas e variáveis e foi identificada a margem de contribuição total, que é de 20,77% sobre a receita líquida. Com base nos resultados projetados sob a ótica do custeio variável foram apurados os valores referidos nos objetivos deste trabalho.

Objetivando essa pesquisa se tornou possível chegar aos resultados pretendidos. Sendo que a empresa apresentou um custo variável total de suas linhas de produtos de R\$ 295.069,04, e um resultado positivo de R\$12.615,10.

Destacou-se no estudo a linha de alimentos com alto faturamento contando com pouco mais da metade do faturamento total do mercado. Sua margem de contribuição garante o pagamento de boa parte dos gastos da empresa se comparada com o total. Mas se a mesma for comparada com o faturamento conforme demonstrado no estudo à linha de ferragens se destaca juntamente com a linha de limpeza e higiene, utilidades domésticas, embalagens,

guloseimas e salgados, frios e pet, sendo essas as que mais contribuem em valores por unidade vendida. Verificando isso é possível concluir que os empresários devem observar esses números e analisar a importância da venda desses produtos na geração do lucro.

Os gastos fixos representaram para a empresa 15,75% do faturamento bruto, e os gastos variáveis, ou seja, os impostos e o custo da mercadoria vendida se consolidaram com 80,80% do faturamento. Uma vez apurados esses resultados tornou-se possível identificar o ponto de equilíbrio da empresa, onde o mesmo se dá no momento em que o faturamento for igual à R\$ 276.854,98 em receita líquida.

Informação acerca do custo e do resultado, seja sua elaboração obrigatória ou não são importantes para a sobrevivência das empresas, pois, sempre a contabilidade fez parte de uma boa administração, podendo mostrar a realidade da organização e ajudar na melhoria do desempenho da mesma.

REFERÊNCIAS

- BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 5. ed. 5. reimpr. São Paulo: Atlas, 2011.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CRC-SP/IBRACON - Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo. **Custo como ferramenta gerencial**. São Paulo: Atlas, 1995.
- _____ - Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo. **Custos Ferramentas de Gestão**. São Paulo: Atlas, 2000.
- DIEHL, Astor Antônio.; TATIM, Denise C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.
- DUTRA, René Gomes. **Custos: uma abordagem pratica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- Equipe de Professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. **Contabilidade introdutória**. 11. ed. São Paulo: Atlas 2010.
- FRANCO, Hilário. **Contabilidade comercial**. 13. ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 1990.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.
- HANSEN, Don R.; MOWEN, Maryanne M. **Gestão de Custos - Contabilidade e Controle**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. et al. **Manual da Contabilidade Societária**. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.
- LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos: planejamento, implantação, e controle**. 3. ed.8. reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MEGLIORINI, Evandir. **Custos**. São Paulo: Makron Books, 2002.
- NEVES, Silvério das; VICECONTI, Paulo E. V.. **Contabilidade de Custos:um enfoque direto e objetivo**. 6. ed. Ver. e ampl. São Paulo: Frase, 2001.
- OLIVEIRA, Luís Martins de. et al. **Manual De Contabilidade Tributária**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- PADOVEZE, Clóvis Luís. **Curso básico gerencial de custos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- PIZZOLATO, Nélio D.. **Introdução à Contabilidade Gerencial**. 2 ed. revis. e ampl. São Paulo: Makron Books, 2000.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração:** guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudo de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muskat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais.** São Paulo: Saraiva, 2005.